

# 2020年青岛美博会+春季青岛美博会+2020青岛国际美博会

产品名称	2020年青岛美博会+春季青岛美博会+2020青岛国际美博会
公司名称	上海首美展览有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海市宝山区红林路2号
联系电话	15800673986

## 产品详情

2020年青岛美博会-2020年春季青岛美博会时间：2020年3月29-31日 地点：青岛国际会展中心-崂山区苗岭路9号 参展联系：李婷 131-2065-9176 QQ-2988-59069 2020年第37届青岛美博会将在3月29-31日再次隆重举办，展会汇聚近1200家国际国内参展商，千余种品牌，届时将吸引数万来自山东及周边地区的行业买家到场参观采购，我们一切以客户为中心，“专注美业-用卓越的服务推动中国美业的发展”为使命，效果才是硬道理。

小红书让不少美妆品牌吃到“内容营销”的红利后，似乎又想让线下渠道吃“打卡攻略”红利了。

在小红书这座靠内容和社区搭建起来的“虚拟城市”里，活跃着超过2亿的年轻用户，其中绝大多数都是Z世代（即1990年代中叶至2010年前出生）的年轻女性，她们尽情秀自己，“晒”生活，也让美妆成为了这里的头部流量聚集地之一。

小红书“打卡”入局化妆品店界能出个“喜茶”吗

哪里有流量，哪里就有商机。小红书这块社交媒体领域的流量新星，吸引了大批素人和明星前来“种草”、“拔草”，紧跟着的便是各路蠢蠢欲动的美妆品牌、渠道商们。日前，《化妆品财经评论》记者了解发现，小红书的“引流变现”能力除了覆盖电商渠道以外，正逐步向线下蔓延。

### 1、美妆“种草”到店

小红书最新悄悄上线的门店POI（point of information，即“信息点”）详情界面，在笔记中增加了添加位置链接的功能，让用户通过点击链接跳转，直接查看门店的详细信息。

打开最新的小红书主界面“附近”版块，除了熟悉的社区笔记内容，还集结了“附近商场”“附近景点

”等专题内容。每篇独立笔记的右下角都会根据手机智能定位，显示具体地理位置和距离，诱发浏览界面的用户萌生线下实体店就近打卡的冲动。专题内容笔记部分，则对多个相关专题店铺的POI详情页进行了收纳，方便用户就某一专题集中挑选。

拿小红书的武汉武商广场POI页面来说，首页合计展示了12篇笔记，其中就有6篇为化妆品类内容，涵盖包括阿玛尼粉底液、圣罗兰口红、香奈儿香水等众多奢侈品牌中年轻一代同样热衷的“网红”产品。

以其中一篇收藏度相对较高的口红粉底试色“安利帖”为例，评论区引发超过两百个用户的热烈讨论。其中既有对商场某专柜的“吐槽”，也有对另一专柜的赞赏，这种极具真实感且生动的互动形式，无疑大大增加了浏览该帖用户的信任感和线下“一探究竟”的兴趣。

除了武广之类的老牌百货专柜渠道，亦有CS渠道的化妆品店“身影”。

以专注购物中心的高端美妆集合店妍丽为代表，深圳福田星河CoCo park、华润万象汇（深圳布吉店）、青岛的城阳万象汇、北京的apm（北京地区第二家妍丽）等全国不同地区均有已经创建的POI页面，平均汇集超60篇“种草”笔记，其中内容吸引力性较强的一篇妍丽“种草帖”点赞收藏数已经超过300。

## 2、业内期待“打卡引流”

无论是用户笔记分享“无心插柳”，还是小红书上线的新功能“有心栽花”，其共通之处在于，小红书的“种草”功能正从“线上门户”向“线下到店”蔓延。

在与《化妆品财经评论》记者的交谈中，妍丽中国总经理朱虎诚表示了自己对小红书“线下引流”功能尝试的“热烈欢迎”，“这无疑是一种互利互惠的新探索，小红书平台尤其对化妆品行业而言，有着非比寻常的意义。”虽然功能尚处开放之中，覆盖了妍丽的POI界面尚属少数（妍丽在国内已超100家实体店），小红书“引流”究竟释放了多少能量尚不明确，但他对其尝试持积极开放的态度。

新零售风口加持下，线下门店的重要性重回行业视野，门店的体验感愈发受到重视。小红的交易属性没有淘宝、天猫、京东等电商交易平台那么强烈，其用户范围高度集中且狭窄，消费目的性也没有上述电商平台那么强烈，更多用户可能是出于“逛逛逛”的心态进行浏览。

显然，对于小红书这样的生态社区而言，通过优质内容的生产吸引顾客“打卡到店”显得尤为关键。数据显示，小红书用户画像的“年轻化”特征明显，用户客群匹配度极高的网红店、买手店、潮流店更适合在该平台上通过“种草”曝光引流，围绕它们生产的内容对小红书用户来说也更具吸引力。

摘自自[化妆品财经在线]，如涉及版权问题，请联系删除。