

# REDプロモーション (KOL/KOC) 資料

---

Cross-Border Next 株式会社・北京邻界科技有限公司

TEL: 03-6555-3675

E-Mail: info@cbn.co.jp

WEB: <http://www.cbn.co.jp> <http://www.linjie-tech.com/>



1 小紅書 (RED)	-----	-3-
2 小紅書 (RED) マーケティングの重要性	-----	-4-
3 市場調査	-----	-5-
4 小紅書 (RED) KOL&KOCとは	-----	-6-
5 小紅書 (RED) マーケティング成功3要素	-----	-7-
6 KOLのご紹介	-----	-9-
7 KOCのご紹介	-----	-10-
8 小紅書 (RED) の事例	-----	-11-
9 小紅書 (RED) での配信の流れと注意事項	-----	-13-
10 ライブ配信とは	-----	-14-
11 ライブ配信の流れと注意事項	-----	-15-



小紅書 (RED) は、「世界中の良いモノが見つかる」をメインコンセプトとする、中国最大級のソーシャルコマースプラットフォームです。

2014年にECを開始し、現在ユーザー数は**3.5億人**以上です。情報感度の高い若年層が多く、全ユーザー数のうち80%が1990年代生まれで占められており、さらにその半数が1995年代以降生まれです。日常生活にまつわる口コミ投稿型のSNSであり、直接商品を購入することが可能なEC機能も備えています。気になった商品や行きたい場所をREDで検索することが一般化しており、**消費行動に大きな影響を与えています。**

若者は小紅書で <b>ライフスタイルを共有し、</b> 生活のインスピレーションを探求し、消費情報を獲得する				企業は <b>コンテンツ&amp;インタラクション</b> を通じ、 企業のストーリーを伝え、ユーザーとつながりを築くことができる		
2.6億+	70%	50%	72%	140,000+	75,930,000+	20,000+
月間アクティブユーザー	女性ユーザー	都心部にいるユーザー	1990年代生まれの世代	企業公式アカウント	2022年前半期プロモーション投稿数	1日あたりの平均ノート数 (ブランドのTagが付いたもの)

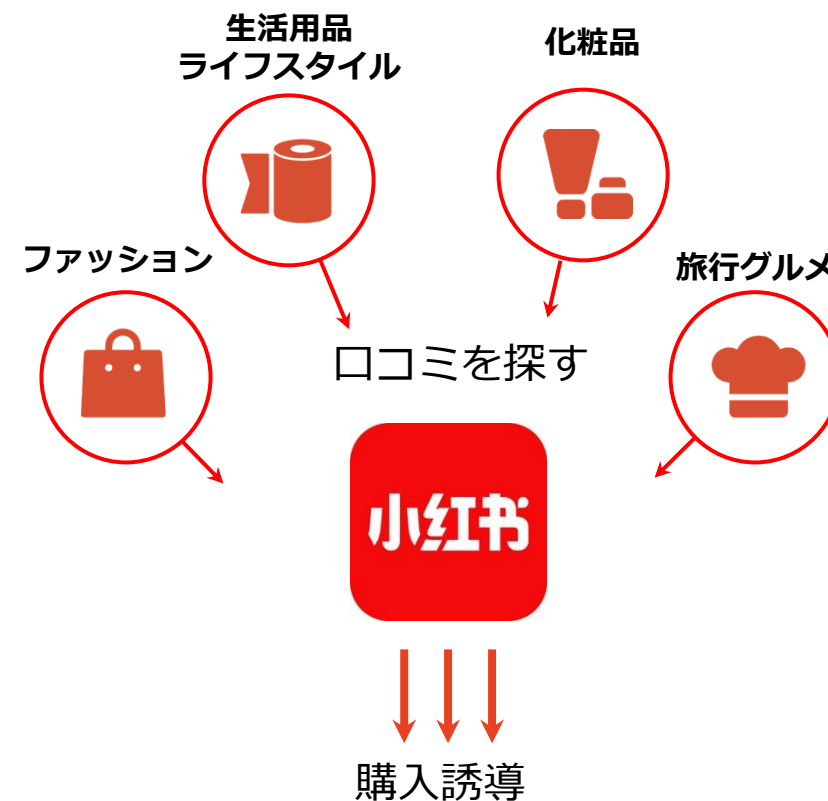
## 2 小紅書 (RED) マーケティングの重要性

2020年中国データ広告市場の研究報告では、小紅書 (RED) が中国で市場価値が一番高い「データ媒介プラットフォーム」と評価され、タオバオや天猫と並んで一位となりました。その理由として、他のプラットフォームに比べ、アクティブユーザーが多く、また都心部にいて購買力のある女性が多いことが挙げられます。

さらに、REDは口コミ共有アプリの側面もあり、アクティブ度が高く、購買力のある女性が商品の口コミを多く投稿しているため、

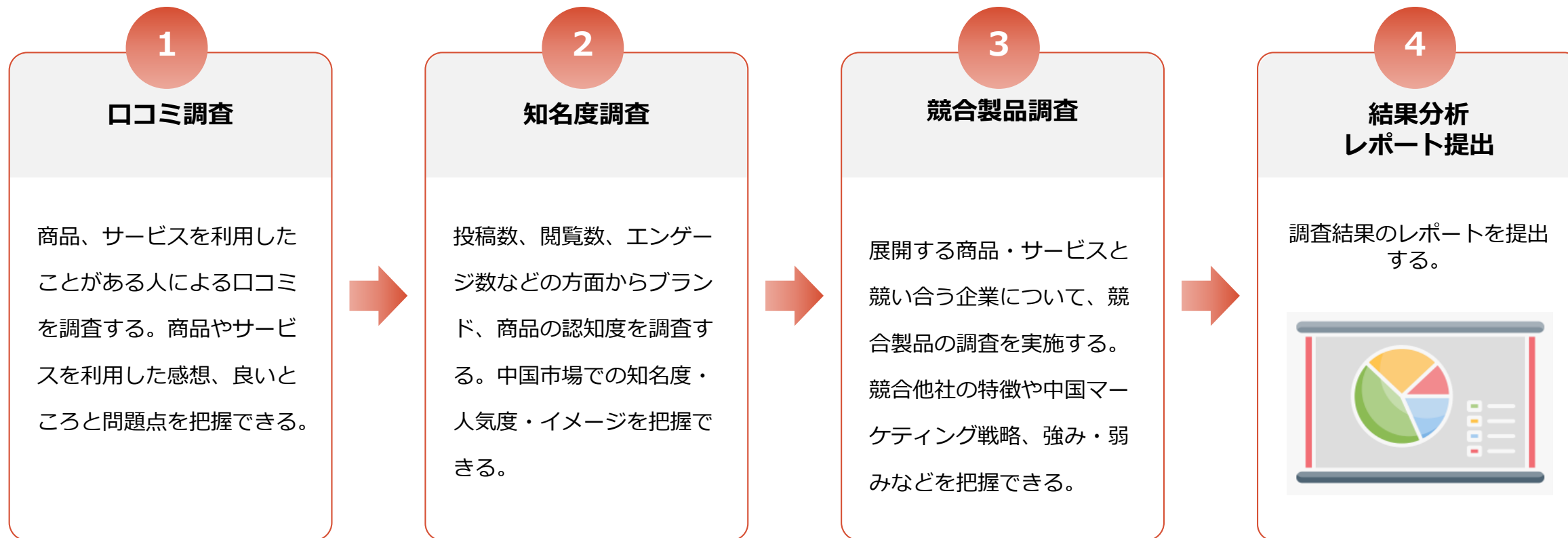
「データ媒介プラットフォーム」の価値が高いと評価されています。

現在小紅書 (RED) はライブ配信の機能を開設し、より販売促進することができます。2023年のダブル11買い物祭に、受注件数は前年同期比の3.8倍、ライブ配信GMVは同期比の4.2倍を達成しました。



RED自体にEC機能がある

◆ お客様の予算と目的に合わせ、最適な調査方法をご提案いたします。



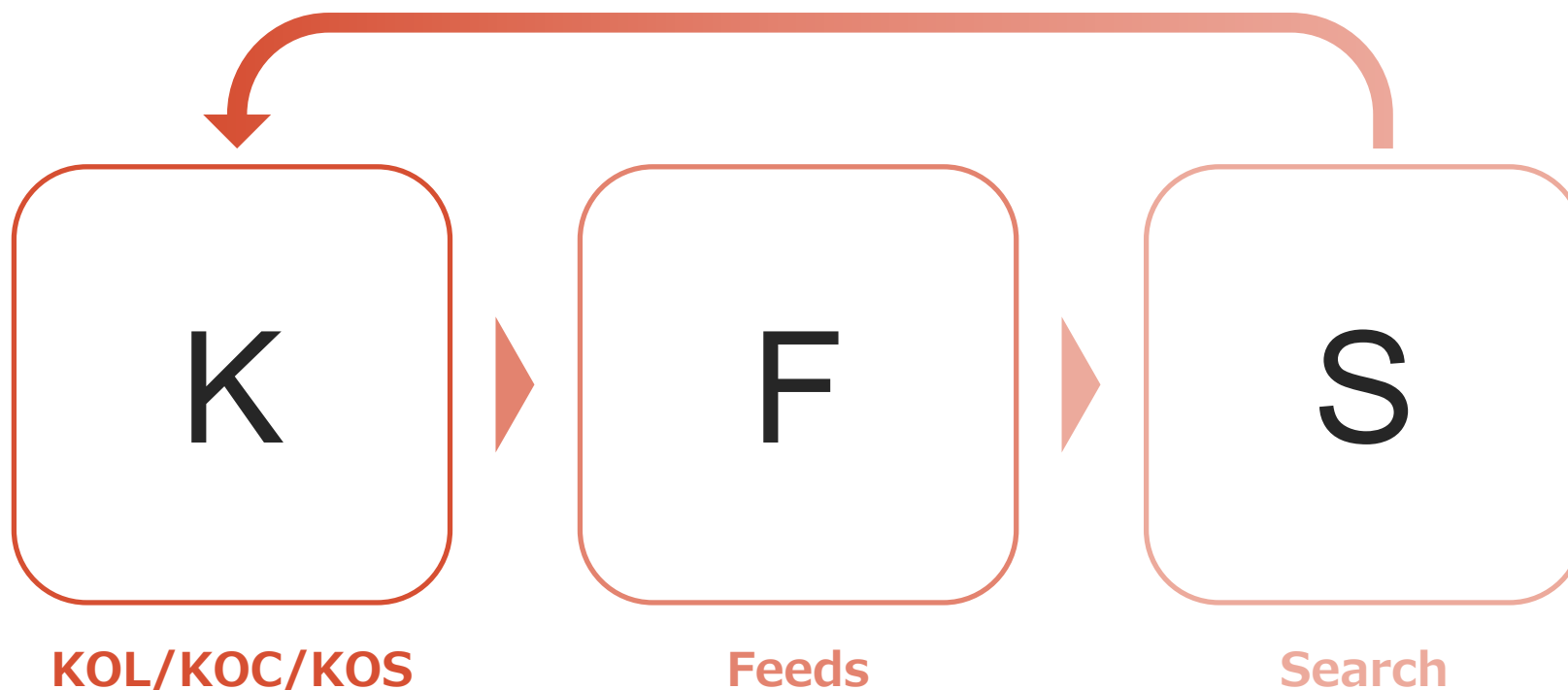
◆ KOLは、Key Opinion Leaderの略で、リーダーのような存在であり、よりファンに受け入れられ、信頼され、ファンの購買行動に大きな影響を与える人々のことを指します。

KOCは、Key Opinion Consumerの略で、フォロワー数はKOLのように多くはなく、一般的に周囲の友達やファンに影響を与え、消費者行動を生み出すことができる人々のことを指します。



### ◆ KFS理論

小紅書 (RED) は**優良コンテンツ+確実なフロー**でユーザーにプロダクトの購入意識を植え付けることが可能なプラットフォームです。ユーザーが「**KOLたちがコンテンツを発信**」「**フィードに情報が流れる**」「**興味を持ったユーザーがサーチする**」というサイクルを繰り返すため、認知獲得から動機づけまでRED内で実現することが可能です。



出典：小紅書公式日本向けマーケティング資料

以下のKFS理論のフローに沿って口コミが広まっていきます。

## K KOL/KOC/KOS

優れたコンテンツ作成

#OOTD

#新宿

#女性

#Citywalk

#日本生活

#20代

#ダウンジャケット

#コンサートの思い出

KOL/KOC/KOSが生み出す  
コンテンツ一つ一つを  
REDプラットフォームが分析

## F フィード

客層にリーチ



最初に目にする  
フィード画面に  
沢山のおすすめ  
投稿が表示

企業発信よりも  
KOLたちの  
発信が多い

## S サーチ

簡単に検索



コンテンツに興味を持った後  
RED内で**検索**  
再びKOLたちの発信を目にする





小红书 トップKOL  
**小花酱鸭**

早稲田大学卒の美容動画クリエイター。複数のプラットフォームで同時にアカウントを持ち、その内容は美容、スキンケア、旅行、教育、文化などを中心に、日本の最新のオシャレグッズや情報を発信している。



フォロワー数：17万  
平均閲覧数：12,000  
平均エンゲージ数：600



小红书 ミドルKOL  
**芽米在日本**

日本在住KOL。コスメとスキンケアの紹介を中心に、旅行、コーディネート、ライフスタイル、店巡りの内容を配信している。内容は高品質で、人気を博している。



フォロワー数：9.1万  
平均閲覧数：8,000  
平均エンゲージ数：300



小红书 ミドルKOL  
**旺仔Q先生**

日本、中国で活躍している。ライフスタイル、旅行、美容などの内容を配信している。Vlog動画を投稿して、共感を受けて、最近人気が高まっている。



フォロワー数：4.8万  
平均閲覧数：5,000  
平均エンゲージ数：300

## 日本在住&中国在住KOLリソース

多様なジャンルにわたって、日本・中国で活躍している、百人以上のKOLと連携しています。お客様の予算と目的に合わせ、最適なKOLを推薦します。

多様なジャンルにわたって、日本・中国で活躍している、商品紹介系のKOCコミュニティがあり、お客様の予算と目的に合わせてKOCを募集します。

100人以上の募集と実施も可能！

## 起用KOCイメージ



## 事例：健栄製薬様

### 目的

健栄製薬の商品を日本の化粧品のマストバイとして紹介する。健栄製薬の人気商品とブランドを紹介して、認知度を向上させる。

### 実施内容

多くのKOLは画像+テキストまたは動画の形式で商品を紹介した。

### ターゲット

日本の商品に関心を持つ中国人

### 実施効果

5万近くの総閲覧数を獲得。  
健栄製薬の商品とブランドの特徴を宣伝した。  
商品とブランドに関するコメントを多く獲得し、  
ブランドの知名度を高めた。



## Parente カラコン

### RED 口コミ配信

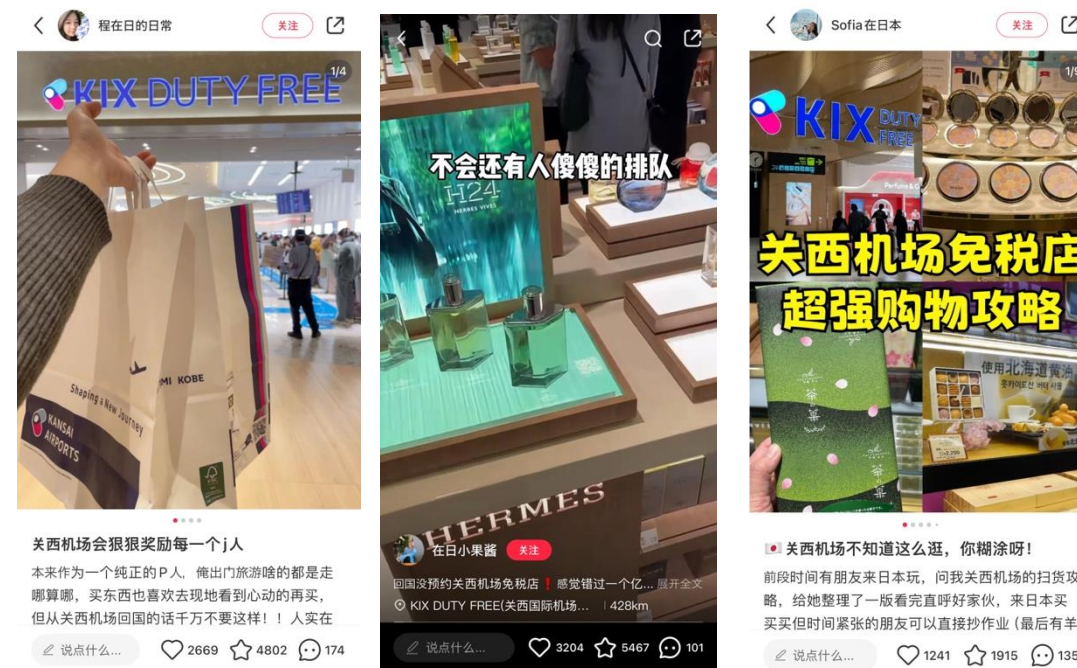
- 募集人数：40人
- 総閲覧数：59,986
- 総エンゲージメント数：2,692
- 投稿者平均フォロワー数：5,000
- 投稿形式：テキスト+画像/テキスト+動画

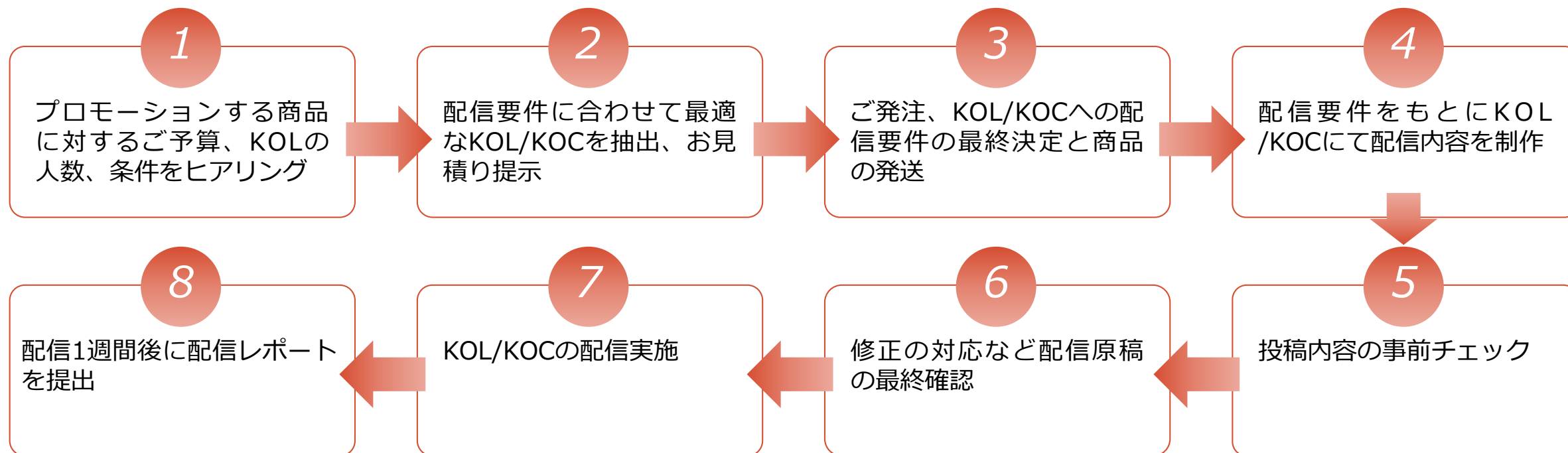


## KIX関西国際空港

### RED 口コミ配信

- 募集人数：35人
- 総閲覧数：304,014
- 総エンゲージメント数：23,765
- 投稿者平均フォロワー数：8,337
- 投稿形式：テキスト+画像/テキスト+動画
- ROAS：約30倍





※最短、発注から2週間以内で配信対応可能です。

### ❗ 小紅書 (RED) 配信の流れ注意事項 :

1. 「RED」は内部のアルゴリズムにより投稿を推薦するプラットフォームであり、ファンが多いほど、「ノート」が多く見られるわけではありません。(もちろん例外もあります)。「ノート」の品質が高いほど、投稿が話題になり、Like数とお気に入り数も増え、投稿した「ノート」はシステムに推薦される可能性が高くなります。
2. 中国KOL/KOCに商品を郵送する場合、2週間ほどかかりますので、配信日程との兼ね合いにご注意ください。

具体的にお見積りに関しては[info@cbn.co.jp](mailto:info@cbn.co.jp)までお問い合わせください。

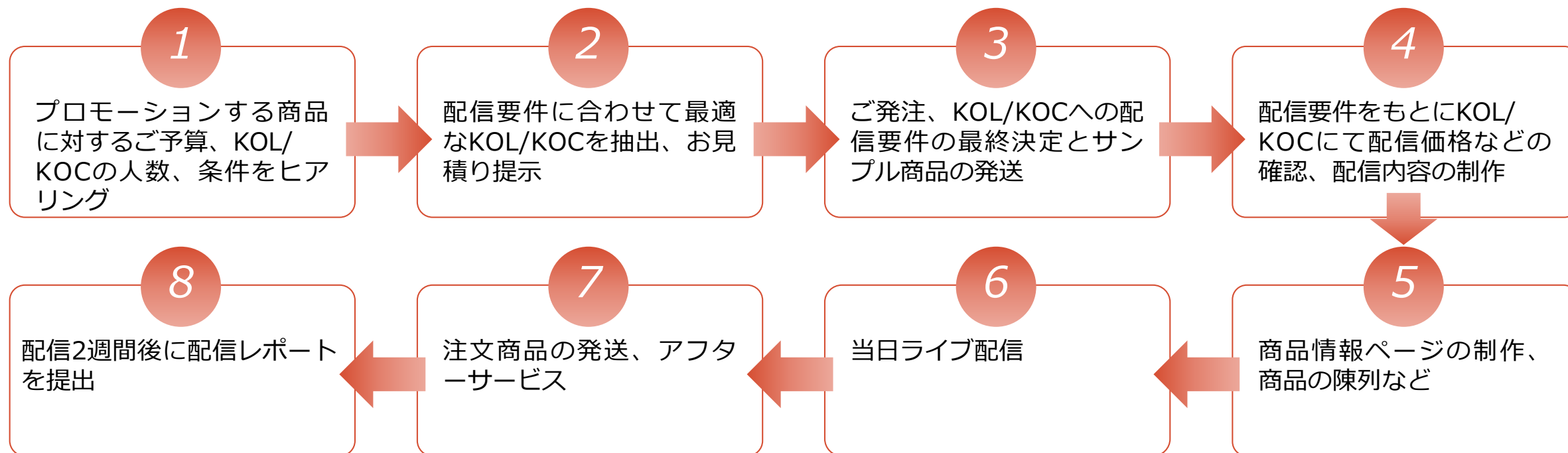
ライブ配信販売（ライブコマース）は現在中国で一番人気の販売方法です。

現在、小紅書（RED）はライブ配信の機能を開設しており、より販売促進することができます。

2023年5月、TOP KOL@章小蕙 がREDでライブ配信を始め、初回ライブ配信の売上が**6億**を突破しました。

2023年のダブル11買い物祭に、受注件数は前年同期比の**3.8倍**、ライブ配信GMVは同期比の**4.2倍**を達成しました。





## ❗ 小紅書 (RED) ライブ配信の流れ注意事項 :

1. ライブ配信で販売する商品はRED店舗に登録することが必要となり、公式アカウントと店舗の代理開設、または商品の代理登録のサービスもご提供しております。
2. 商品情報ページの制作費用は別途かかります。商品画像などの資料のご提供が必要です。
3. 中国KOL/KOCに商品を郵送する場合、2週間ほどかかりますので、配信日程との兼ね合いにご注意ください。

具体的にお見積りに関しては[info@cbn.co.jp](mailto:info@cbn.co.jp)までお問い合わせください。



お問い合わせ・ご連絡こちらまで  
[info@cbn.co.jp](mailto:info@cbn.co.jp)

ホームページ

<http://www.cbn.co.jp>  
<http://linjie-tech.com>