

内容触心 营销有为

百度度星选
家居行业达人营销价值洞察

克劳锐指数研究院出品

2023年8月

前言

2022年多种不确定性叠加，在经济波动的时期，消费者购房信心有所下落，家居行业消费受到关联影响，用户决策路径中的影响因素错综交织，消费愈加理性、谨慎。

2023年8月起，随着中央在部署下半年工作时“适时调优房地产政策”的定调，多地陆续出台以购房补贴为主的相对稳妥的鼓励方式，结合生育、信贷政策的“组合拳”会对市场形成影响力，一定程度上刺激用户房产、家居的消费。

品牌营销在线下受阻的情况下，更多地将预算转向线上。如今从需求产生，到获取资讯，再到留资咨询，最终达成交易转化的全流程，都可以通过线上平台完成。

伴随着近年来达人营销的火热成长，越来越多的家居品牌也尝试以达人营销为核心进行整合营销，并有所收获。

目录

CONTENTS

PART 01 家居行业营销发展现状

用户线上消费热度提升，主动搜索需求旺盛
决策周期长，细分场景推荐增加内容触点
搜推生态匹配用户行为适合品牌布局营销

PART 02 度星选家居行业营销优势

家居行业营销规模逐年提升
新生代中青年内容消费用户是优质客户
百度家居内容消费氛围良好
AIGC+搜推生态助内容创作与传播提效

PART 03 度星选家居行业营销范式及优秀案例

声量提振、私域转化
长效经营、创新经营

Part 1

家居行业营销发展现状

用户线上消费热度提升，主动搜索需求旺盛
决策周期长，细分场景推荐增加内容触点
搜推生态匹配用户行为适合品牌布局营销



行业趋势

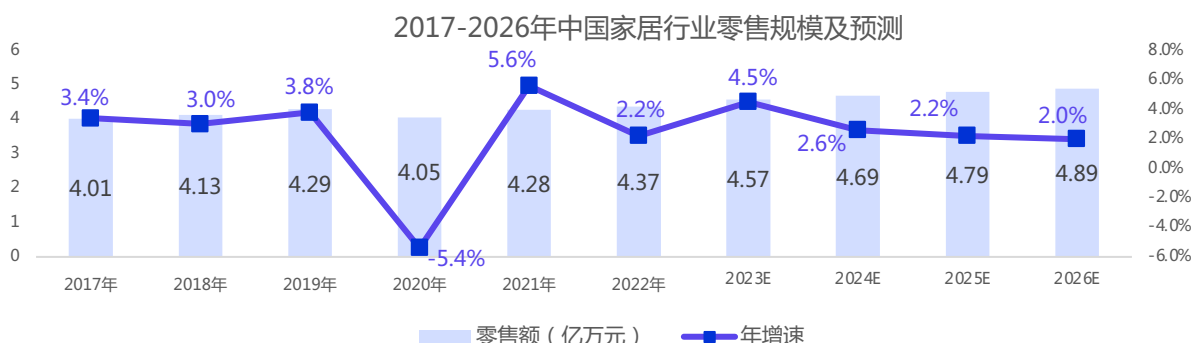
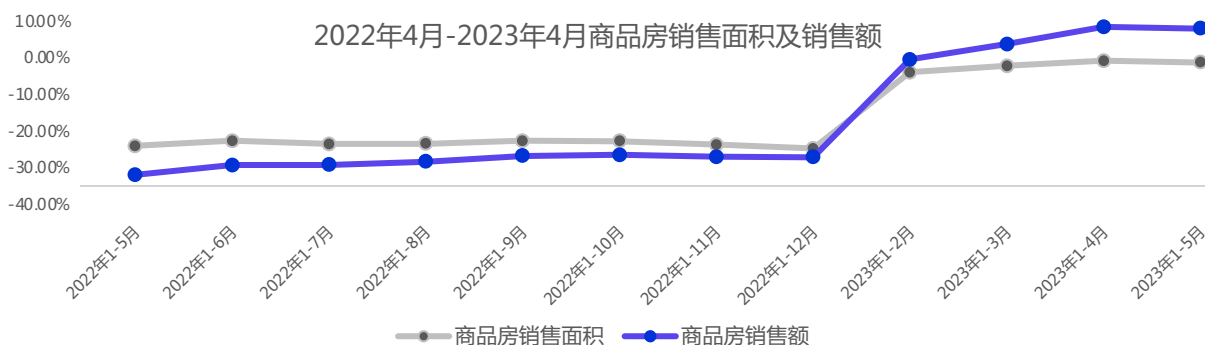
用户行为

营销趋势

家居行业用户消费势能逐步释放，具有营销潜力

房地产行业回暖，家居市场触底反弹预计进入平稳发展期

2023年1-5月，我国商品房销售面积及销售额大幅回升，房地产行业回暖。家居行业在经历了2020年的低谷后，也实现触底反弹，预计在未来5年内行业规模将保持平稳发展。



家居行业用户需求复苏，各细分行业内容消费齐增长

收藏量 ↑ 用户认可百度家居内容，收藏以备日后浏览参考
转发量 ↑ 用户愿意分享给他人，百度家居内容可影响多个装修家庭

阅读量+52%

收藏量+78%

转发量+83%



全屋定制



家居行业
整体需求 +24%



陶瓷

阅读量+20%

收藏量+172%

转发量+118%

阅读量+36%

收藏量+62%

转发量+120%



智能家居



卫浴

阅读量+34%

收藏量+247%

转发量+206%

用户浏览搜索与推荐内容的行为交织

【搜+推】增加场景化内容触点，能够加速用户决策

用户在家居消费链各环节搜索需求旺盛

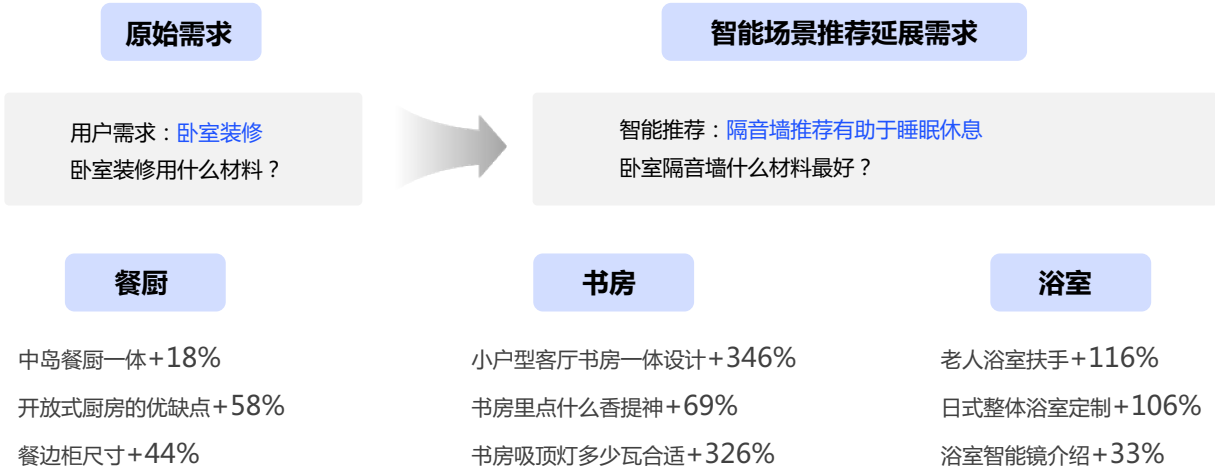
2023年H1百度家居行业用户搜索量同比+15.5%



在搜索基础上，推荐增加内容触点，加速决策

基于需求的细分场景智能推荐

延展用户在相关场景下的内容消费触点、加速决策



行业趋势

用户行为

营销趋势

“搜+推”双向助推用户决策

度星选成为家居行业品牌营销的优选渠道之一

搜索

推荐



浏览后进一步搜索

双向内容助推用户决策

搜索后被精准推荐



精准触达主动“找答案”型用户群

智能匹配潜在需求人群

百度APP日均搜索次数**60亿次**

百度APP信息流日均推荐**150亿次**



达人定制多场景深度种草



「信息流」智能推送高潜兴趣人群
基于兴趣偏好定向推送达人内容

「搜索」精准触达目标人群
基于搜索意图长效收录达人精选内容

机会人群

认知人群

兴趣人群

互动人群

转化人群

O

A1

I1

I2

A2

高效俘获目标人群，并向潜在“机会人群”拓展和纵深实现目标人群“深度转化”

Part 2

度星选家居行业营销优势

家居行业营销规模逐年提升

新生代中青年内容消费用户是优质客户

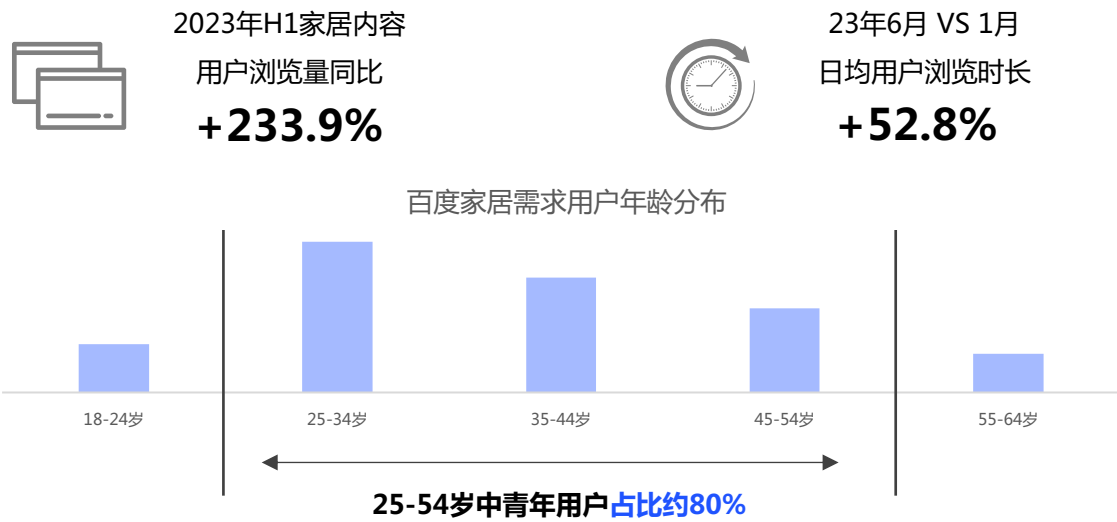
百度家居内容消费氛围良好

AIGC+搜推生态助内容创作与传播提效



希望自主决策的新生代群体是家居品牌内容营销的优质目标

更多中青年用户愿意在百度花时间浏览家居兴趣内容



浏览量TOP-5家居内容分类

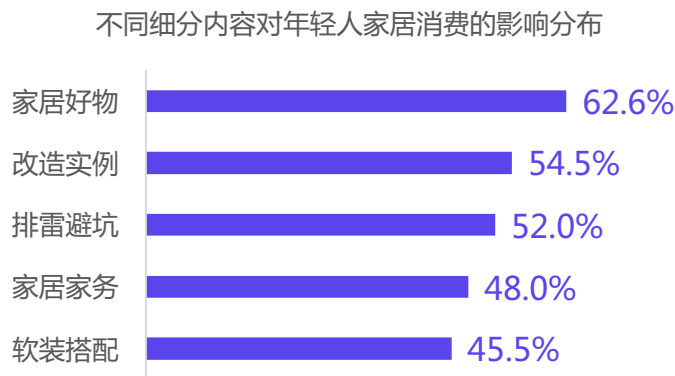


年轻用户希望参与家居消费决策，优质内容是重要影响因素

克劳锐社交用户调研显示

52%年轻人希望参与决策并亲身打造理想住房

好物推荐、改造实例展示等**优质内容**是他们家居消费的重要影响因素



充足的内容生产和供给能力 为家居品牌营销提供多样化、组合式选项

更多创作者来到百度持续经营内容，各细分领域内容创作热情高涨



2023年H1
家居行业创作者数量同比
+128.6%



2023年H1
家居内容发布量同比
+208.2%



全屋定制

创作者热度+180%
创作热度+175%



陶瓷

创作者热度+252%
创作热度+273%



智能家居

创作者热度+216%
创作热度+170%



卫浴

创作者热度+208%
创作热度+269%

多类型创作者提供覆盖各细分家居领域的创作能力



室内设计师
苏哥



家居设计师
沫小妹



阿亮
设计师

家居博主



家居编辑
Allen



家居
大队长



装修
美少女

设计师

家居其他

家居媒体

家居测评人



装修侠



美居研习社



乐乐居



装修杂谈



百筑
建筑设计



雒氏
生活摘要



胡侃家居



陶子评宅

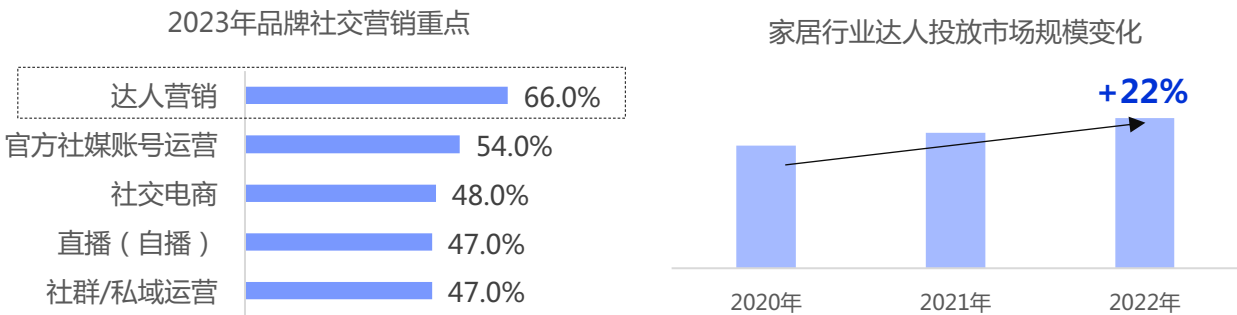


沐宸谈装修

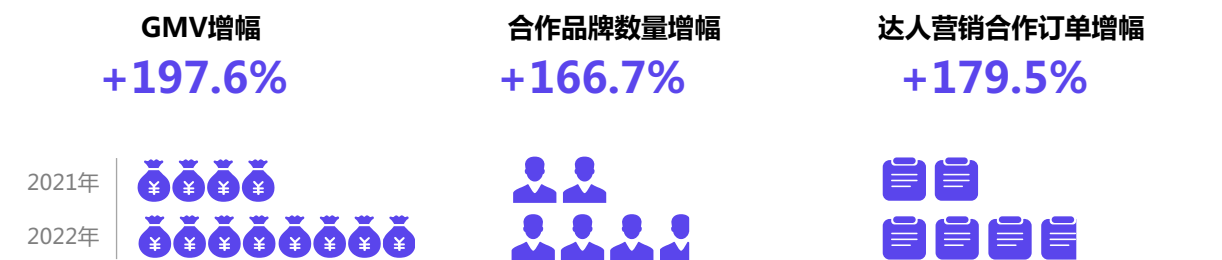
达人营销大盘持续增长，受到家居品牌关注

百度家居营销持续繁荣，是品牌投放优选渠道之一

品牌重点布局达人营销，带动家居达人投放规模三年连涨



更多家居品牌扎根度星选布局达人营销，寻找生意新增量



行业知名品牌携手度星选达人产出多样式优质内容，树立营销典范

恒洁×家居编辑Allen

形式：线下探店vlog

效果：20万+播放

业之峰×洋房姐姐「100个想住的家」IP合作

形式：IP自制栏目

效果：30万+播放

立邦×装修手记

形式：科普式深度图文种草

效果：10万+阅读

度星选达人内容在“搜+推”支持下多渠道分发
拓展品牌营销传播覆盖场景



AIGC提供新内容 新交互可能赋能品牌声量+销量双收

数字人明星



数字人夏南屿 X 沪佳装饰MV植入

多模拟态内容生产



理想生活+项目AI创意海报、视频

创新IP



百度元宇宙歌会



飞桨底层技术为家居品牌提供创新玩法定制



体验类IP

元宇宙家居体验馆



定制交互

数字人IP提供家居导购、直播、代言、主持等交互



智能BOT

度星选整合用户、内容和创新驱动动力 为家居品牌提供全链营销新场域



Part 3

度星选家居行业 营销范式及案例解析

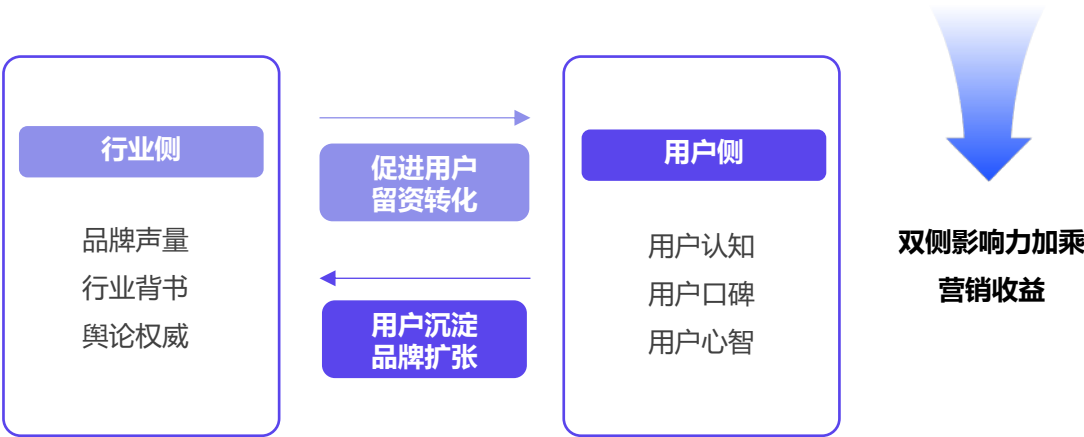
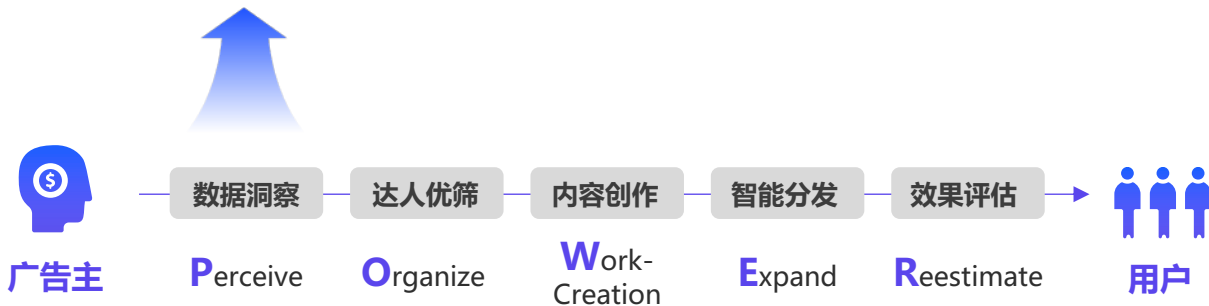
声量提振、私域转化
长效经营、创新经营



POWER方法论帮助家居品牌
匹配四大营销诉求收获营销收益加乘

营销诉求匹配策略指导

	声量提振	私域转化	长效经营	创新营销
营销诉求	提升品牌声量	品牌自有渠道 收获转化	心智占领	内容出圈 认知提升
品牌收益	行业地位提升	用户关注关系 销售线索 售卖转化	用户口碑	爆款案例 用户认知
应用场景	品牌焕新 舆情处理	节点大促/活动	日常种草 品牌持续经营	联名活动 事件营销
核心玩法	强互动 多端引爆	公域流量唤醒 搜推精准定位 私域承接转化	沉淀-复用 成就品牌种树	交互和关注 建构多元营销场



强定制属性内容+可持续多场景曝光提升品牌声量 范式

品牌需要强化行业声量

需求聚焦

品牌需求TA聚焦打造流量爆点

基于观星盘诊断结果
关注品牌情感及用户画像
制定营销策略

内容创意组合

优选达人匹配目标定制创意内容

多类型达人支持
AIGC/数字人技术加持
家居适配内容直击决策痛点

互动加持多端引爆

强互动玩法匹配内容多端入口提升用户参与热度

线上/线下活动刺激用户感官体验
积累品牌好感度

声量及线索收益

声量及线索收益

用户对内容的卷入程度逐步加深
品牌获得目标TA海量曝光
声量收益+线索留存双丰收

品牌声量提振形象焕新

数字人夏南屿助力沪佳装饰提升年轻群体知名度

案例

项目背景：沪佳装饰希望品牌年轻化以适应市场变化这种

项目策略：以第三届“沪佳好声音”为切入点，将沪佳的品牌能力与数字人夏南屿新歌热点巧妙结合，以不同形式在多端呈现入口吸引用户参与互动，从而向年轻用户渗透“要装修，找沪佳”的理念，提升品牌知名度和声量

创意内容定制



数字人探店沪佳装饰
访谈+互动展现品牌能力



数字人采访沪佳董事长
解读沪佳的背景故事



夏南屿新歌MV结合品牌样板
间吸引年轻用户



自然热搜带动相关内容传播，沪佳好声音会场聚合多样内容

自然热搜



搜索彩蛋



品牌X数字人话题



搜索会场



会场主页



业之峰年度IP内容营销树立品牌专业背书

声量扩散奠定旺季营销基础

案例

项目背景：业之峰希望提早布局开年家装行业消费潮，提升品牌影响力

项目策略：结合行业用户消费决策周期长的特点以及品牌专业度的考量消费特征，业之峰借助年度权威内容输出品牌专业价值，获得声量扩散

提升讨论度开启线上征文活动

#会呼吸的家#
2.7亿阅读 5.9万讨论
百家号家居 创作者

业之峰家装品质保证，给用户无提供无污染、零甲醛、绿色环保的家装服务，让用户在家的每一个瞬间都能安心呼吸。即日起，百家号家居联合业之峰发起#会呼吸的家#话题活动，分享环保装修知识，更有5万元奖励！

征文活动#会呼吸的家#
引发用户讨论
品牌关注度提升

征文总曝光**6088万**
话题总曝光**13亿+**
互动量**5.9万+**

品牌深入人心联动达人内容

家居编辑Allen
粉丝：93万+

家居编辑Allen从“自装”和“找装修公司”的区别出发为用户对比施工工艺、环保、售后等问题的优劣势，进而带出业之峰装饰的三大特色优势，提升用户认知。

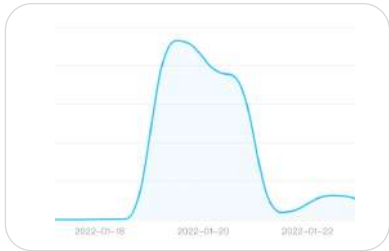
沐宸谈装修
粉丝：15万+

沐宸谈装修以一个贪图便宜装修损害业主身体健康的案例展开，详细解读环保家装的重要性 and 关键考量标准，结合业之峰环抱装修的标杆，为品牌进行行业背书。

业之峰环保装修就做到行业的标杆，从量房开始，环保量房箱，从装修的第一步就将危害扼杀在摇篮中。从装修环保到入住环保，环保装修完成一次质的飞跃，业之峰在装修的过程中全部采用环保材质，装修完毕后，还会针对全屋进行甲醛、苯等有害气体进行对症治理，推出先进的食品级室内空气净化解决方案，最后出具检测报告。

业之峰环抱装修就做到行业的标杆，从量房开始，环保量房箱，从装修的第一步就将危害扼杀在摇篮中。从装修环保到入住环保，环保装修完成一次质的飞跃，业之峰在装修的过程中全部采用环保材质，装修完毕后，还会针对全屋进行甲醛、苯等有害气体进行对症治理，推出先进的食品级室内空气净化解决方案，最后出具检测报告。

品牌声量扩散 收获开年营销破局基础



PGC与UGC双向促进，引导自然讨论

品牌声量迅速提升

在预设周期内占领行业声量高地

品牌资讯指数环比**增长11146%**

从公域唤醒-需求响应，到私域落地页实现精准转化

范式

公域内容曝光触达、承接用户需求

内容多渠道触达

增加内容触达用户的覆盖面，唤醒用户对品牌的感知



搜推精准响应

精准响应需求，匹配品牌内容链接用户



私域收获下单转化、品牌社交资产积累

落地页转化

品牌营销定制页面承接用户意向需求，高效促成转化



东鹏瓷砖全覆盖营销促进高效转化

案例

项目背景：东鹏瓷砖希望通过营销实现品效融合，赋能经销商转化

项目策略：传播覆盖逐步精细，从公域全量曝光到搜+推精准推荐，再到私域承接，打通全链路营销，收获高效转化和曝光，实现品效双收



差异策略指导内容输出，沉淀品牌专属阵地 实现品牌种树，声量长效保持

范式

数据洞察 策略先行

围绕细分品类发展进行数据洞察，寻找锚点，确定全链路触点和营销策略

内容 X 活动结合实现用户全触达

以度星选达人内容为基础，搭载百度多格式内容能力和品牌IP活动，实现曝光叠加

01

02

03

04

优质内容聚合 品牌声量长效保持

整合资源，定制搜索+专题页，植入品牌内容，保持品牌声量长尾获取

品牌 营销阵地沉淀

精品内容共创IP为品牌充分挖掘场景卖点

波涛装饰洞察用户痛点锚定内容营销策略 通过达人优质内容输出卖点，进行品牌种草沉淀

案例

项目背景：波涛装饰通过数据洞察发现临近年底用户对装修的需求上涨，希望在新年进行全方位精品营销

项目策略：瞄准用户痛点输出卖点，结合百度行业垂类IP，通过达人征集优质内容，品牌收获种草沉淀

洞察用户痛点定策略

- 痛点一：年后价格上涨
- 痛点二：装修难题多
- 痛点三：优惠政策变化大



卖点：先装后付0增项



多圈层达人内容输出

房产类、美食类、生活类、摄影类等多元达人多角度输出波涛装饰卖点

- | | |
|---|--|
|
高忙忙
优质美食领域创作者
7.7万粉丝 |
雅枫评房
优质房产领域创作者
18万粉丝 |
|
依森妈妈爱生活
优质房产领域创作者
8.7万粉丝 |
晓岚边画边游
优质旅游领域创作者
8.7万粉丝 |



沉淀品牌专属阵地



充分挖掘场景卖点，为品牌营销添声量

导流

优质内容聚合

整合手百+百家号+好看视频资源植入品牌内容



总览

声量提振

私域转化

长效经营

创新营销

以AI创意为核心，双轮驱动深化传播建立IP生态

范式

01

AI创意活动吸睛

借助AI创意能力吸引用户参与，引爆话题，渗透多元场景，融入品牌理念，释放品牌价值

02

多格式定制内容搭建立体化影响力

图文、视频等达人内容，配合H5、海报、话题等深度定制，链接品牌与用户，增强信任，引发传播裂变

线上主页+多渠道扩散

线上线下一联动
强交互



**AI赋能建设营销主阵地
聚合多元通道建立IP生态**

流量聚合精准触达
强关注

线下事件营销+超级流量传播加持

03

线下活动烘托

线下现场活动，吸引用户打卡体验，打造事件营销，强化互动，快速占领用户心智

04

媒体资源整合超级流量续航

百度域内开屏、信息流、热榜+PR媒体矩阵+户外媒体全程覆盖，有效传播至精准潜在消费用户

理想生活+跨界活动打造家居多元化营销场域

案例

项目背景：2023家居市场价值待挖掘，百度希望借势夏季高流量期服务品牌营销

项目策略：以文心一格智能生成设计大赛为IP策划活动，通过线上线下跨界联动打造IP生态连接用户和品牌，实现多维曝光，提升品牌声量、助力营销IP势能积累

线上玩法

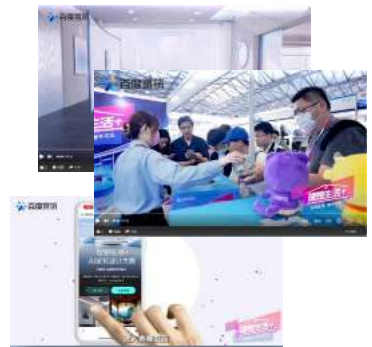
线上主会场+N分会场 沉浸体验



AI家装大赛启动 搭配话题引发讨论热议



系列视频内容 引爆视觉冲击



线下跨界活动

跨界联动CTIS线下活动 吸引用户体验、参与



优质达人内容 全量上线 创意互动深度体验 品牌得到强曝光



流量助推



6300万+百度资源矩阵曝光
100万+城市互动流量
500万+产品联动流量
200W+媒体报道流量

百度生态强曝光资源支持
扩大活动影响力，强势导流



品牌内容沉淀
联动十大家居品牌，优质内容长效展现

 百度营销  度星选 TOPKLOUT.COM
自媒体价值排行及版权经纪管理 克劳锐

