

# 予之文化



- ◆ 公司网址: <http://www.yuzhimcn.com/>
- ◆ 微信公众号: 予之文化
- ◆ 参选类别: TMA十周年——创新力服务商



## 公司发展历程、规模、营收、团队架构、核心业务

- 予之文化，新平台情绪品牌引爆专家，致力为99%的需求制造品找到用户情绪源点，构建“小红书情绪内容+抖音情绪电商”的双轮增长通路，放大用户常识，借势价值配称，聚焦引爆目标，最终通过饱和式运营助力中国品牌健康成长。
- 全案实力派，对赌做增长，予之文化秉持把品牌当成自己来经营的理念，自建可控的重度品销生态体系，从品牌咨询、内容种草、直播电商、分销渠道、爆品设计到新品联营，真实做到了小红书站内爆文率和GMV的双指标对赌，抖音新品生意引爆对赌，联营产品全渠道托底对赌的少数派机构。
- 把有限的精力投注有价值的品牌，每年只与少数价值观相同的品牌挚友建立伙伴关系，现有各类专家型人才149人，广深杭三地业务中心，逐渐形成了超能打高溢价战的团队风格，早期带团队策划创新品类小青柑、孵化明星个人品牌、东方香氛洗护品牌等，2019年围绕核心用户需求出发，以人群大渗透带动平台生意大增长的新战略，成功升级引爆蔻斯汀、纽西之谜、PROMESSA周生生、艾菲诗、淘淘氧棉、ABC、美赞臣、永和豆浆、朝日唯品、健康元、今日鲜奶铺、蔻蔻椰、欢乐谷等新一代用户品牌。
- 2022年备受业内外认可，赢得虎啸奖、TopDigital、艾媒奖、TBI杰出品牌创新奖、金梧奖、星球奖、金牛奖等十余个肯定，截止当下服务百亿品牌超3个，10亿+品牌超19个，亿元品牌超31个，予之文化情绪品牌大渗透战略，助力每个有用户心智的品牌都穿越周期。
- 2023年启动小红书1000场直播加1000篇笔记的“双K”品牌扶持计划、产业+品牌的双联星耀计划、抖音10000条短视频品牌助力计划、姐姐IP教练100计划等，势能共振让天下没有不红的品牌。



# 自建了牌生意闭环

## 新平台情绪品牌引爆专家

予之咨询

予之小红书

予之抖音

予之TIKTOK

予之孵化

予之渠道

予之造物

予之运营

有数据能力的  
情绪品牌全案

情绪内容杠杆  
敢PK全行业KPI

全域背景下情绪  
电商新增量运营

让中国情绪  
撬动出海新流量

平台审美下的  
情绪内容设计

掌控渠道情绪力  
用专业对赌增长

为所有需求制造  
设计时代情绪款

联合开品共同孵  
化平台情绪品牌

品牌策划专家

小红书品销专家

抖音电商专家

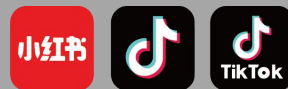
TIKTOK出海专家

带货MCN专家

全域分销专家

爆品设计专家

品牌管理专家



MCN中的4A，助力中国新一代品牌健康成长，让天下没有不红的品牌





# 予之文化四大业务版块

I

## 品牌资产顾问

情绪品牌的新平台定位  
品牌氛围感搭建  
产品结构梳理+爆品雷达  
组织体系共识  
内容战略确立

II

## 小红书品销一体

小红书种草全案  
小红书品销对赌全案  
小红书口碑舆情全案  
品牌号代运营/投流代理  
小红星/带货笔记

III

## 抖音生意全托

抖音DP代运营  
KOLKOC分销矩阵对赌  
KOS千川保量对赌  
种草全案/品牌号代运营  
联营开发新品

IV

## 内容厂牌创作

形象片拍摄  
抖音/B站/视频号等代运营  
IP账号孵化  
引流视频制作  
产品拍摄



# 小红书敢PK全行业的KPI，中国首家品销对赌全案机构

## 1、心智种草对赌

不为追数据只为让品牌心智持续夯实

## 2、达人分销对赌

ROI保底0.5-2，破圈小红书直播分销天花板

## 3、RP代运营保量

小红书生态代运营，新品小红书保量起盘

## 4、事件/话题营销

布局红书破圈全网，campaign式新概念引爆

## 5、创始人IP教练及其他

打造创始人超级IP，与产业及品牌优势共振

## 6、新平台情绪品牌增长顾问

成熟品牌

新生品牌

A、**爆文瀑布流**：万互爆文率对赌20%，千互对赌50%，年框品牌保底电商搜索增长，单月单品爆文敢保底100篇。

B、**超级内容测试**：多场景调整产品买点，以爆点内容杠杆，搭建天猫引流模型，最高3个互动1个UV。

C、**快速攻占细分赛道**：单月爆文不低于50篇、达播分销不低于100场。

D、**达播分销对赌**：ROI保底2,1000w投入，2000w产出，条件年框让每一步都可控，先把种草的钱赚回来，再赚外溢的钱。

E、**店铺代运营+企业号代运营+种草+投流+达播分销一站式小红书运营**为品牌组建第二内容中心+第二增量中心。

F、舆情全域管理保底正面率100%，关键词占位TOP50占10。

A、小红书运营的0-1:100篇笔记，爆文率保底30%。

B、新品牌起盘**迅速抢占细分第一赛道**，双k品牌扶持计划。

C、关键节点的收割，配合电商做流量补充。

D、全新爆品起盘，小红书站内销售500-1000w。



# 抖音聚焦大健康开局有结果，全案实力派对赌做增长

## 1、DP代运营

单渠道独家授权+签约对赌

## 2、分销建私域

独家授权+保底销售目标

## 3、整合营销

FACT+抖音全域超品日

## 4、图文KOS带货

爆款链接打造+测试最佳跑量利润模型

## 5、单品/品牌联营

线上全代理+渠道共建设

## 6、IP运营电商变现

抖音生意链路构建强强联合

成熟品牌

A、DP代运营之超级矩阵号搭建 X FACT+ 全域运营，旧品新人群，降本提效再造1000W年增量空间。

B、分销之头部&垂类TOP100达人+TOP500中腰部 3天全触达精细运营优化坑产提升30%。

C、整合营销之品牌侧营销投产1:1以上，实现真实势能引爆、真实人群扩容、真实权重提拉、真实爆品挂榜。

新生品牌

A、图文KOS带货模型之垂类图文带货达人库2000+，通过图文kos模型测试出最佳产品跑量利润模型，集中资源打造链接热度，逐步完善布局FACT+S全域触点，实现品销效一体利润模型。

B、新品牌打爆之新品全链路孵化，3个月完成细分赛道TOP3&月销百万单品打造。

C、联合品牌之项目合资、渠道共建、品牌共创。产品研发概念升级，严控60%以上高毛利，公私域渠道协同严控费比，严控20%以下渠道费比。

小红书版块——

**所有数据可追溯，KPI指标皆对赌。**

2019年开始围绕生意参谋数据进行作业升级，到目前为止种草保底爆文率40-50%。

- 纽西之谜服务近半年，通过平均爆文率50%实现品牌词下正面率100%，水乍弹面膜、隔离霜及粉红芦荟同步种草；
- 蔻斯汀服务超2年，成功引爆花瓣沐浴露，平均爆文率40%+，成为行业现象级案例；
- 低成本种草引爆toofruit儿童防晒霜全网卖断货，爆文率超高67%；
- 为ABC打造“早擦晚洗”精致私护生活理念，拓宽生意人群的同时升级品牌专业形象，由单一平台概念升级为集团战略性主题；
- 三九感冒灵大小感全非报备矩阵运营，借势各个阶段热点实现自然流爆文率31%；
- 和苑酒家盆菜年货节种草，提出“大户人家的米其林家宴”概念，配合线上电商营销实现生意增长3倍，提前卖断货，爆文率超30%。

**品销实力派，科学做种草。**针对不同的品牌阶段制定有效的种草全案。

- 美赞臣羊奶粉纯冠新品0-1，爆文率26%，电商搜索激增3000%，小红书品牌排名飞升至TOP 4；
- 网易严选香薰0-1，爆文率80%，电商单月销售5000+；
- 新品牌未可卫生巾冷启动，季度曝光1个亿，爆文率43%，电商搜索倍增；
- 新品牌先觉秒穿鞋冷启动爆文率20%+，roi 1.7。

独家达人资源库，其中自有+野生内容达人5w+，电商达人1w+，最高单月爆文产出100篇。

## 抖音版块——

- A、抖音DP代运营之超级矩阵号搭建 X FACT+ 全域运营，旧品新人群，降本提效再造1000W年增量空间；
- B、分销之头部&垂类TOP100达人+TOP500中腰部 3天全触达精细运营优化坑产提升30%；
- C、整合营销之品牌侧营销投产1:1以上，实现真实势能引爆、真实人群扩容、真实权重提拉、真实爆品挂榜。

- A、有三天起号，通过1:100 ROI的自然流玩法打爆嘉士利直播间，第一个月做到直播间月GMV破百万；
- B、同时也垂直团队在精细化运营，打造一场170W的直播间永和豆浆放量，月销售额最高达500W；
- C、新希望乳业集团深度战略合作，从今日鲜奶铺、朝日唯品、夏进牛奶、象爸星球等进行抖音全生态的紧密合作，从抖音dp、分销、新品开发到小红书的达播、种草启动双平台共振布局。

达人矩阵5000~8000个达人，以美食/母婴为主。

- 2014开创情绪品牌新定位，2019著有新平台情绪品牌引爆方法论，首次践行小红书爆文率对赌，2020提出新平台引爆基本功“桶一拉到80分”，2022年全面实现基于新平台情绪品牌引爆体系下品销全案对赌模式。予之文化围绕典型的新品牌组织“内容+产品+渠道”金三角模型形成公司架构，自建了从品牌咨询、产品设计、价值背书、内容营销、直播电商等为一体的重资产组织，秉着“先让品牌多赚点，合作共赢长久点”的经营理念，予之文化发展成中国首个小红书保底爆文率+GMV的双指标对赌机构，也是聚焦大健康类目对赌GMV&ROI的抖音全案机构，更在IP孵化、新品联营上都有托底方案，因此被同行笑称为“硬气的乙方”。
- 予之懂品牌，落地做增长。一切围绕品销闭环的真正落地，借势用户常识，聚焦内容势能，升级构建“小红书情绪内容全案+抖音情绪电商全案”的双擎模式，围绕用户需求出发，实现以人群大渗透策略带动平台生意大增长战略，通过单一平台的饱和式情绪品牌运营，成功升级引爆蔻斯汀、纽西之谜、PROMESSA周生生、淘淘氧棉、美赞臣、永和豆浆、健康元、今日鲜奶铺、蔻蔻椰等新一代用户品牌。尤其2022年底测试推出的小红书品销保量方法论和2023年推出的抖音图文保量作业体系，都为视用户资产为生命的品牌找到了全新营销方向。

**大母婴：**美赞臣（蓝臻、铂睿、纯冠、安敏健、亲舒、无乳糖、早产奶等）、爱他美（黑钻奇迹、奶米粉等）、SKECHERS KIDS、幼岚、象爸星球、AIREE安伊妮、Toofruit多果肤、三九感冒灵儿童、三公仔小儿七星茶、优贝、飞利浦儿童理发器、梦瑞格、舒克儿童、自然演绎、合生元、雅士利、强生婴儿沐浴露、全棉时代婴儿湿巾、天猫国际母婴等。

**大轻奢：**宝格丽、周大福、周生生、PROMESSA、emphasis艾菲诗、rorolove、贝灵珠宝、飞利浦、索尼电视、飞乐思、奥佳华、intel、卡尔拉格斐、colombo、太平鸟、雅萌、安克充电桩、DW、茅台、澜沧古茶、毛铺草本、inchedition、肖邦眼镜、九阳、C调猫杯等。

**大食品：**桂格、雀巢、朝日唯品、新希望乳业、夏进乳业、永和豆浆、蔻蔻椰、时萃、永璞、嘉顿当劳、爱视小爱浆、今日鲜奶铺、凤球唛、六月鲜、渣渣灰、轻零蛋白棒、九江双蒸、金帆红茶、本味寒造、西厨贝可、云耕物作、翡丽百瑞、五谷磨房、乐天食品、玖嘉久、燕之坊、小锅万物、七年五级、霸蛮、T三有机茶等。

**大健康：**三九感冒灵、三公仔、mitoQ、健力多、康悦博健、轻益点、学优力、多燕瘦、潘高寿、稳健医疗、掌护医疗、意可贴、静心口服液、鹰牌花旗参、BELTA叶酸、wonderlab、荷柏瑞、太太口服液、LittleRemedies等。

**其他类目：**蔻斯汀、纽西之谜、雅萌、海洋至尊、无限极萃雅、卡姿兰、滋源、浅香、CUER、完子心选、谷雨、aveda、fresh、好爸爸、立白、香维亚、淘淘氧棉、未可、ABC、珂蔓朵、蜜丝miss、乐乐桉、森宝积木、拼奇积木、网易严选、盐致、好来牙膏、安利、洁柔、MagnLens、UR、珂宣尼、优衣库、UBRAS、先觉、faceU App、轻颜相机App、百度输入法、推理大师App、大人糖、阿里飞猪、安克充电器、图拉斯、绿联、樊文花、欢乐谷、融创乐园、洲际酒店、拙极狗粮、网易猫粮等。