

家居卖场品效玩法详解

目录

contents

- 01 家居卖场市场分析
- 02 门店引流方案
- 03 达人营销指南
- 04 互动答疑

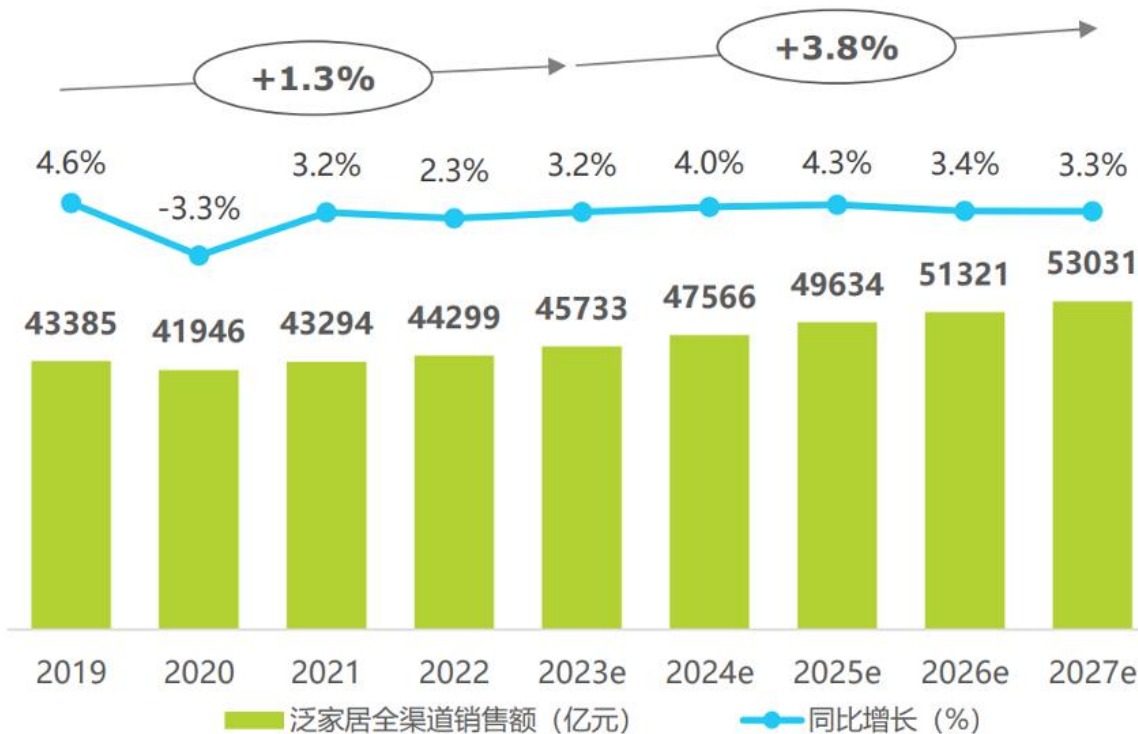
● 家居卖场市场分析

1
PART

市场规模：家居行业4 万亿规模 卖场仍为主流销售渠道

行业：存量房改造+消费体验升级 2025年规模预估4.9万亿

2019-2027e泛家居全渠道销售额及同比增长



家居市场的销售渠道核多样化加速变革：传统家居卖场、电商平台、品牌直营店、工程渠道、设计师/装修公司、社区店、海外市场等

仍为主流渠道：
家居卖场零售额占比约1/3

连锁家居卖场销售额占比约40%

汇集大量品牌〔家具、建材、软装等〕，
满足一站式购物需求，逐步向“体验式消费”转型，增加设计服务和场景化展示



腾讯广告



营销学堂

客户分析：多为门店制费用 节点性预算品效组合方式获客

维度	全国连锁家居卖场 ★	国际连锁卖场 ★	区域型家居卖场 ★	家居品牌独立大店
经营模式	直营、加盟	直营为主	直营、加盟	品牌分公司直营
盈利模式	直营模式：固定租金为主 加盟模式：加盟费用、平台 服务费等	产品售卖为主	固定租金为主	经营利润
经营地区	覆盖全国一二线城市 向下沉城市拓展	重点一二线城市	深耕区域市场	布局品牌经营的战略重点 区域
流量运营	覆盖家居全场景、提供一站 式购物服务，节点性营销策 划	多方位引流、以自 有小程序，app为核心	品类相对丰富、差异化 经营线下场景打造	聚焦自由品牌，品牌形象 展示及体验
费用模式	门店预算制，每月营销节点 费用，持续线上曝光或互动 传播等	品牌曝光、门店获 客、APP下载、下 单等	门店预算制，每月营销 节点费用，多为门店自 行引流	常态化获客，引流依赖品 牌
典型客户	  	  	    	  

营销趋势：家居卖场/门店加速数字化转型 线上线下一体化整合营销

线下客流有限 卖场纷纷转型线上获客方式 节点性活动常态化开展

高频次大型营销活动

活动常态化

家居卖场通过高频次的大型营销活动吸引客流，通过线上平台进行宣传和引流，形成线上线下联动



体验家居创新模式

新零售模式

利用社交和短视频平台进行线上营销，通过实时互动和产品展示，吸引消费者的关注。



● 卖场引流产品方案

2
PART

【腾讯广告门店通】

依托腾讯广域流量和本地产品能力 做好门店核心人群沟通 促进生意增长



产品能力升级： 家居支持投放门店资产投放 高效引流到店

 家居CBD

广告

来对了！家居春博会，至高补贴30%的省钱采购大会。



九鼎床 1.5x1.9m

¥1580



衣柜 1.8x0.9m

¥999



餐桌椅 1.2x0.8m

¥1580



沙发 1.8x0.9m

¥999



床 1.8x0.9m

¥2980



沙发 1.8x0.9m

¥3280

领取优惠

汕头市·家居(潮汕路店)

5分钟前

汕头家居：买家具，选购大牌正品，物有保障！

 家居CBD

广告

第二届春季家居博览会即将开幕，今日免费送入场门票，点击领票！



第二届春季国际家居博览会

群居江家居春季工厂订货会 群居江家居春季工厂订货会 群居江家居春季工厂订货会

新川派·新软装·新软装·新软装·新软装



立即预约

成都市·家居CBD30周年庆(家具城店)

5分钟前

家居CBD：规模大，政策优，强赋能，前店后厂！就在家居CBD

营销内容

营销目的

 线索留资

活动库后续会逐步下线，建议投放切换门店

推广产品 *

☒ 门店

门店

NEW

香江家居(潮汕路店)

营销载体 *

☒ 页面跳转

优化目标 *

表单预约

👍 某使用案例：起量及成本表现更佳

资产	消耗占比	CPM	点击率	转化率	到店成本
门店	70%	133	1.76	2.56	可衡量
活动	30%	85	0.97	2.45	不关联门店无数据

点击查看>>> [家居门店录入指引](#)

门店资产推广：品牌推广下点击、线索留资下表单预约优化目标

产品能力升级： 本地定向-门店品牌宣传支持AOI级别 高效曝光



天坛整装-邢台店

广告



天坛整装盛大开业，品质甄选入驻邢台，
八重礼遇惠满全城！

邢台市·月星国际家居生活MALL(邢台店)

5分钟前

推广门店资产更佳

本地定向能力升级：支持AOI级别

考虑线下门店选址初衷、当代消费习惯

意向转化人群往往有集中分布性

升级提供更适合本地商家的定向选择，高效触达方便到店且消费
意愿高的客户群体，确保门店信息直达关键客群



传统定向：城市区县/点半半径画圆



升级定向：按地标

支持：主体及业务单元维度开白

产品能力升级： 本地定向-门店品牌宣传支持AOI级别 高效曝光



腾讯广告



营销学堂

按地标定向使用TIPS

推广产品--门店

选择门店--下拉选择录入的门店

广告版位：微信朋友圈

核心： 对齐门店目标客群的实际AOI分布

地理位置：按地标，选择门店辐射的地标，一般录入地标数量至少>5个〔也可以参考门店客源分析给到的地标，直接录入〕

年龄：25-60；〔建议根据门店实际辐射客群画像修改〕

计费方式：CPM

出价：请根据投放端提示输入价格
根据定向的城市存在不同的底价限制，出价不可低于底价，支持在高于底价区间自由设置

定向

定向选择

地理位置

☐ 不限

☐ 按区域

☒ 按地标

报表定向分析，支持按地标查看效果

按地标

腾讯滨海大厦 × 腾讯大厦 × 腾讯前海 ×

12/400

腾讯双创小镇 × 腾讯成都大厦 × 腾讯生态村 ×

腾讯北京总部大楼 × 重庆腾讯大厦 ×

Q 腾讯

腾讯大厦

广东省深圳市南山

腾讯前海

广东省深圳市南山

腾讯双创小镇

山东省青岛市城阳

腾讯成都大厦

四川省成都市武侯

腾讯生态村

海南省海口市秀英

投放管理平台			
概览	竞价推广	品牌推广	报表
财务	资产	工具	
请前往设置和帮助中心了解详细功能			
定向选择			
按地标			
腾讯大厦			
广东省深圳市南山			
腾讯前海			
广东省深圳市南山			
腾讯双创小镇			
山东省青岛市城阳			
腾讯成都大厦			
四川省成都市武侯			
腾讯生态村			
海南省海口市秀英			
总计：(10条数据)			
AOI			
曝光次数			
点击次数			
效果			
腾讯大厦			
腾讯前海			
腾讯双创小镇			
腾讯成都大厦			
腾讯生态村			
总计：(10条数据)			

产品能力升级： 策略升级-高价值人群探索能力 适配多店通投

算法升级：智能捕捉高潜AOI

精准人群开启“高价值范围探索”

投放管理平台 New

广告

- 营销内容
- 广告形式
- 广告版位
- 定向
 - 出价与预算
- 广告设置

出价与预算

计费方式

☒ oCPM ☐ oCPC ☐ CPM ☐ CPC

出价类型

☒ 稳定拿量 ☐ 最大转化量投放

出价 *

请输入价格 元/千次曝光

高价值人群探索 ☒

高价值范围探索 ☒

请选择高价值范围进行策略探索，选填 0/1000

此处输入高价值区域

高价值策略模型会在定向内基于商家表达的区域或系统探索的优质区域进行出价探索

某区域客户：系统人群自动分析



高价值范围探索 ☒

请选择高价值范围进行策略探索，选填 0/1000

基于门店范围
分析附近兴趣人群

基于已转化人群
生成高价值热力图

全城用户覆盖门店
根据门店探索高价值人群，精准获取目标用户群体

CVR提升
+10%

有效线索成本
-10%

产品能力升级:



腾讯广告



营销学堂

本地化投放形态-丰富活动信息释放 吸引潜在客户到店

领券优惠类营销



节日活动类营销



品牌活动营销



创意形式: 朋友圈支持图文组件及首条评论应用, 形态丰富

素材要点分析: 贴合活动主题制作素材背景烘托节日氛围, 素材可采用原生实拍或场景图, 多宫格图可多品类展示商品增加用户到店欲。

文案要点分析: 贴切主题, 突出优惠或套餐信息添加门店信息, 限时限量增加活动急促感

产品能力升级: 本地化投放形态-丰富活动信息释放 吸引潜在客户到店

腾讯广告

营销学堂

朋友圈9图-充分表达活动信息

家居奥特莱斯家装城

3周年庆PLUS来啦! 享国补最高20%+厂补+商场补贴最高10%! [勾引]

重磅! 宜家上海补贴产品再升级 3700+家具家居立减15%!

去逛逛

上海市·家居(北蔡店)

5分钟前

家居: 新增1300余款纺织品 速来! 家线下商场囤货过暖冬~

家居奥特莱斯家装城: 现在报名领取精美礼品1份! 11月10日签到领取!

图文组件+首条评论高效提升点击

山西总店

到店 享双补[玫瑰]
店补至高2000元[拥抱]
还有各种礼品等你来拿[红包]

太原春天店

补贴倒计时!!!
以旧换新 补贴20%!
福利拉满[红包]抽华为折叠屏!

到店 享多重优惠 立即咨询

太原市·之家(山西总店)

5分钟前 最近有520人预约

家山西总店: 统一回复: 到店店 享双补, 多重好礼, 限量领取~

家太原春天店: 统一回复: 来春天, 10000份现金券豪横撒! 名额有限, 先到先得~

👍 版面更大, 大盘使用点击率整体+18%

领票入口

HOT 爆款

线上预约 专属优惠

礼包 优惠类

产品能力升级: 本地化投放形态-丰富活动信息释放 吸引潜在客户到店



腾讯广告



营销学堂

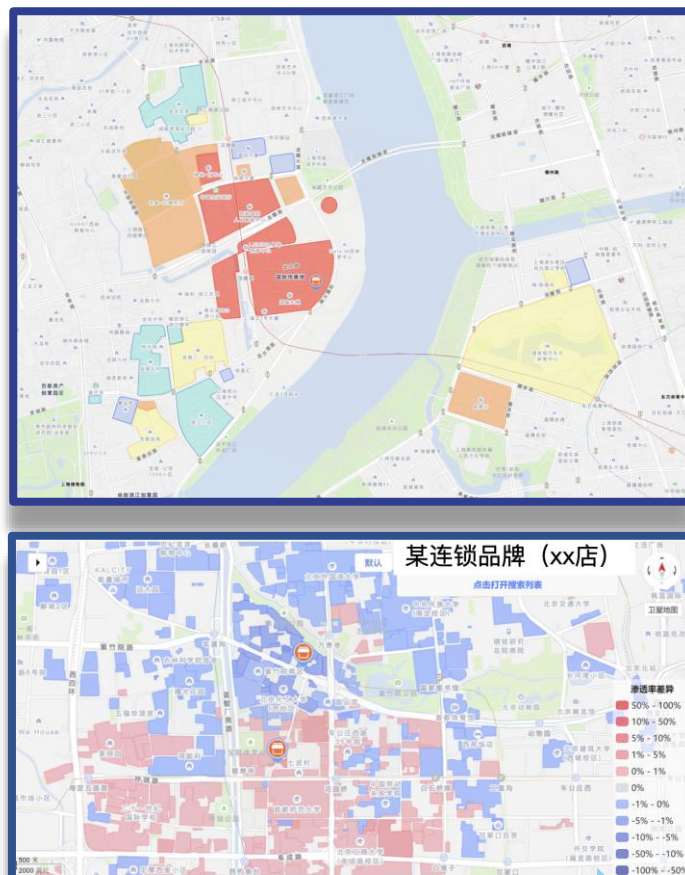
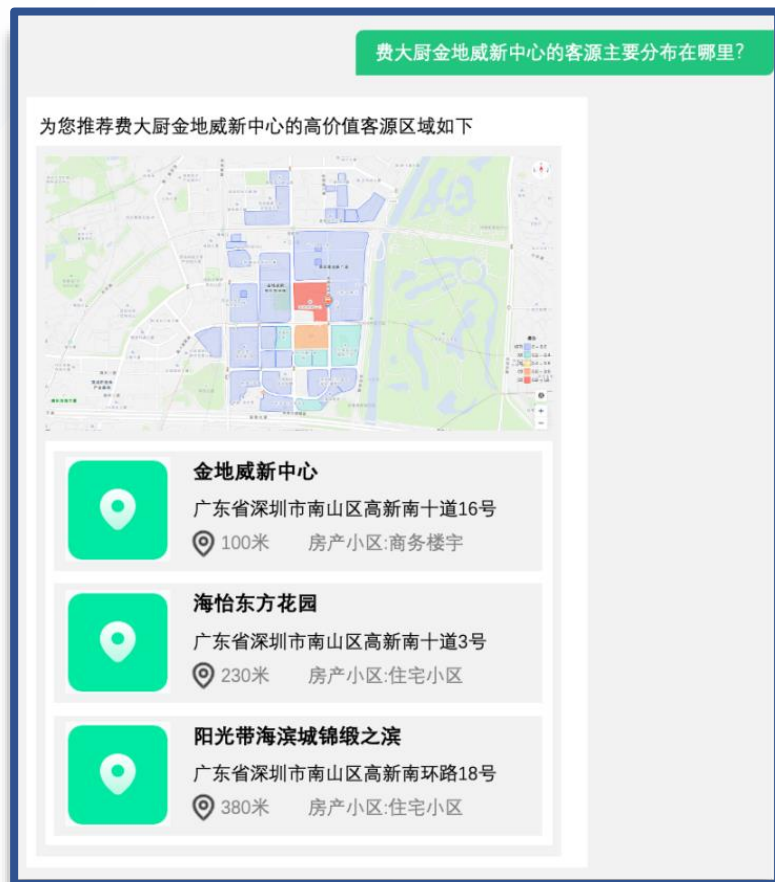


产品能力升级： 门店客源导航工具 看清客源分布

腾讯广告

营销学堂

腾讯元器支持客户随时进行门店客流分析，获取门店高浓度客源分布，辅助营销决策



锚定
高价值区域

洞察客流分布

识别
低渗透客群

剖析渗透情况

基于门店位置
分析附近兴趣人群

基于到访/转化人群
生成高价值热力图

客源分析网址：

<https://yuanbao.woa.com/bot/app/agent/fhQUO287sL91>

操作方式：输入门店地址信息，询问客源分布在哪里？

AI智能体对话 → 可视化经营界面升级

产品能力升级： 到店归因-基于门店位置 精准衡量广告曝光后端效果



腾讯广告



营销学堂

为什么进行到店归因?

购百、商超等基于门店位置的曝光需求，精准衡量广告对线下客流的带动效果，以及后端成本控制

有较大场域商家

广告邀请到店人数/到店成本

广告关联门店投放

到店归因逻辑说明

广告
曝光人群

门店
到访人群

广告投放引流
到访门店人群

到店率=到访人群/广告曝光用户
到访成本=消耗/广告引流到访人群

如何应用归因能力?

Step1: 关联门店

广告创建后选择门店并关联

营销目的



商品销售



品牌宣传



加粉互动



线索留资



用户增长

推广产品

活动

Android应用

iOS应用

商品集合

商品

视频号账号

视频号直播

视频号直播预约

微信公众号

企业微信

门店

选择门店

☒ 门店

☐ 门店包

请关联门店

Step2: 选择全网归因

归因方式选择【全网归因】

转化归因 ?

☒ 全网归因

☐ 精准匹配归因

Step3: 投后到店数据

投后数据查询

数据报表

日期

花费

邀请到店人数

邀请到店人数 [T+7/T+14]

✓ 到店人数

✓ 到店成本

节点大促 | 西安某建材家居：开门红活动多重礼品高效引流

新春开门红活动，微信朋友圈及视频号全城曝光

外层素材突出商品及活动优惠利益点，落地页链接活动内容详情页



优化目标：CPM

门店曝光 300万+

到店成本 300~350元

到店周期：T+14
数据：截止2月25日

✓ 门店周边定向

✓ 门店本地化形态

✓ 到店归因 科学衡量

节点大促 | 遂宁某家具生活广场：春季家博会家装补贴开年巨献

新春节点性活动，微信朋友圈全城宣推春季家博会
外层素材突出商品及活动优惠利益点，落地页链接活动内容详情页



优化目标：CPM+表单预约

门店曝光 100万+

到店成本 200~260元

到店周期：T+14
数据：截止2月25日

✓ 门店周边定向

✓ 门店本地化形态

✓ 到店归因 科学衡量

节点大促 | 广州某家居卖场：家居狂欢节百万补贴送豪礼

家居狂欢活动，微信生态全城曝光

外层素材突出商品及活动优惠利益点，落地页满减活动优惠多多

家居广州海珠店

3月家居狂欢季
补贴+满减，省到尖叫
最高享20%补贴[色]
买到即赚到

家装正当时
3月1-2日-9月15-16日
“以旧换新”国补活动参与单位
狂派百万消费补贴 | 赢4999电器免单奖

3000减200 赢4999电器 狂派百万补贴

点击预约精美好礼 免费领取

广州市·家居(海珠店)

5分钟前

家居广州海珠店

家居钜惠风暴!
补贴享不停
以旧换新随心购
尽在3月1-2日[色]

江家居品牌工厂批发商 “以旧换新”国补活动参与单位

2680 乳胶床垫 享国补2000 3月1-2日

1元 1元 1元

合生雅居 ¥6980 芝华仕·格调 ¥1380 金富来(品牌) ¥2999

了解更多

广州市·家居(海珠店)

5分钟前

家装正当时
3月1-2日-9月15-16日
2025年广州市“以旧换新”补贴活动参与单位
1000好礼报名免费送!
100元优惠券/精美礼品

手机号

☐ 授权并同意《个人信息与隐私保护条款》

马上预约优惠臻礼

来家居享
以旧换新+商场+品牌让利,狂省20%+

手机号

☐ 授权并同意《个人信息与隐私保护条款》

马上预约优惠臻礼

优化目标：表单预约

门店曝光 40万+

到店成本 150~200元

到店周期：T+14
数据：截止2月25日

✓ 门店资产+周边定向

✓ 门店本地化形态

✓ 到店归因 科学衡量

● 视频号达人营销指南

3
PART



对于家居行业来说 达人营销的价值是什么？

人群破圈是品牌的生意增长的核心要素



腾讯广告



营销学堂

广告 跑不出去

目标人群高度相似
同质化素材竞争激烈

投放 效果不佳

目标人群逐渐减少
触达人群过窄

转化 成本太高

品牌深度用户过少
转化效率低下

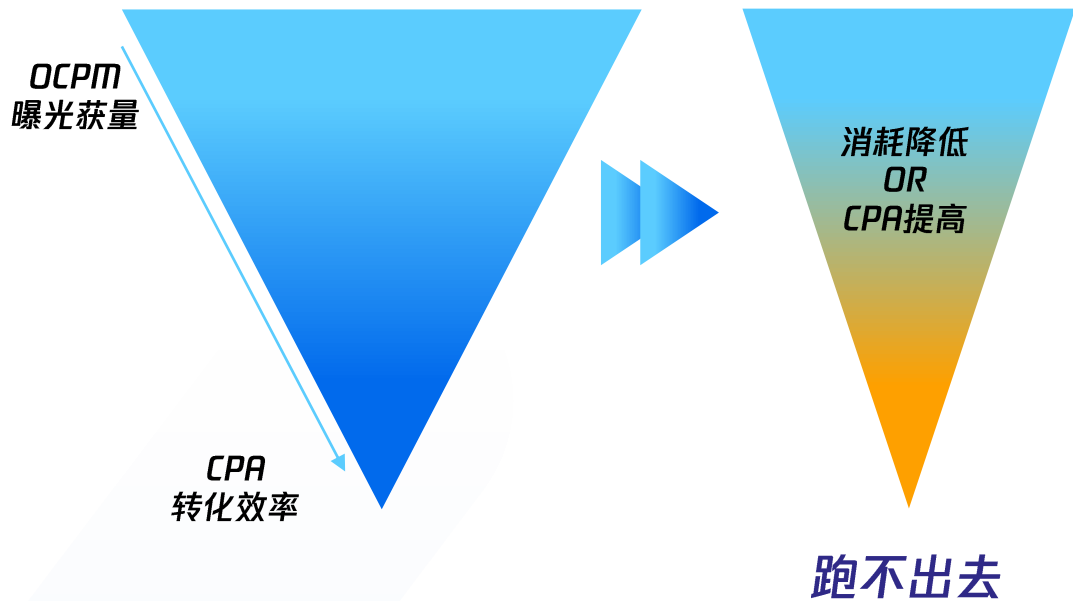
竞价广告持续收割初始品牌人群，却无法带来新的人群扩充

久而久之让生意越来越难做

视频号达人营销更高效实现人群破圈

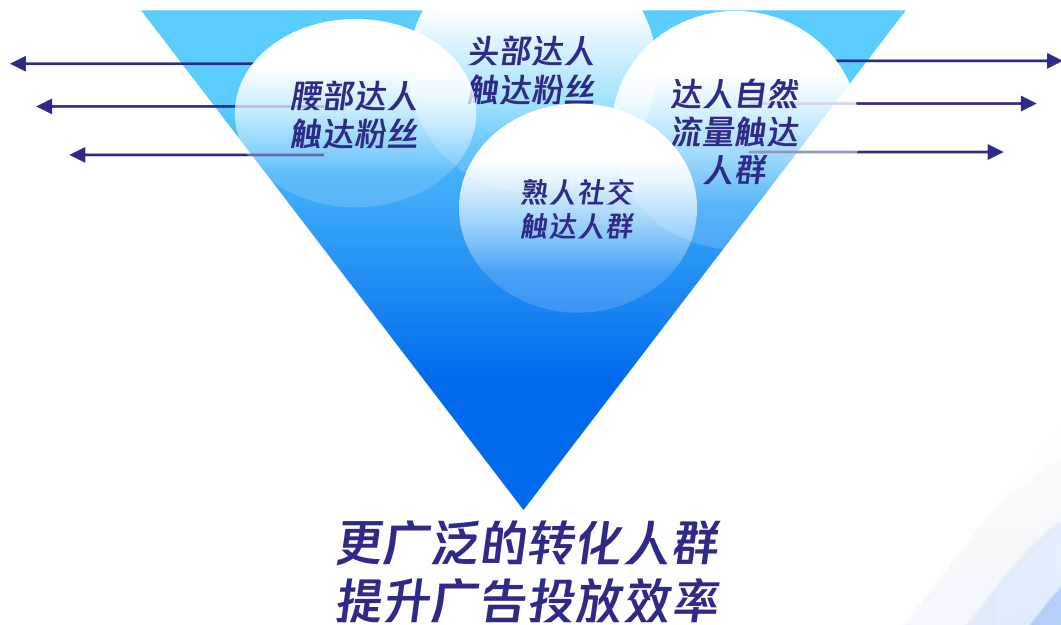
持续洗刷既有人群规模，带来的必然收敛

流量获取不易，系统惯性挑选最容易转化的
客户投放，反复洗老客户，越投越窄



流量边际拓宽，重新打开口子

通过达人内容辐射更大的人群
从而扩大品牌兴趣人群圈，优化广告转化漏斗





做达人营销 为什么要选择腾讯互选

视频号以社交为核心持续深耕

区隔于娱乐化营销平台，视频号达人价值独特

用户
更忠诚

传播
更持久

生态
更全面

受众
更契合

多元且高质原创的内容生态

腾讯广告

营销学堂

带来高用户忠诚度，与泛娱乐市场形成有效补充

视频号IP内容：
艺术感+知识型+高格调



李健海边演唱会
微信站内
12亿次+



八点一刻
泛知识直播
1500场

达人内容
深度原创+ 中长内容+ 泛生活



情感成长

意公子
公众号200万粉丝
视频号700万粉丝
精品内容引爆社交



职场知识

李筱懿
公众号350万粉丝
视频号290万粉丝
私域+社群+直播



育儿生活

小糖糖女士
视频号600万粉丝
条均播放量超千万

用户与创作者长时间伴随
高忠诚度为转化提供更高可能

94%

用户关注创作者
至少1年以上

87%

用户第一时间
浏览更新内容



特有分发机制—社交关联+兴趣推荐

触达更大范围的消费者，内容传播更持久出圈



各平台互动特征比较

平台	转赞比	转评比	赞评比
视频号	0.6	10.6	13
抖音	0.1	1.5	19.1
B站	0.1	2.6	27.7

各平台作品发布后 7天获赞量 / 30天获赞量 比例

79.8%
视频号

77.8%
抖音

71.3%
小红书

数据指标备注:

转赞比=转发量/点赞量、转评比=转发量/评论量、赞评比=点赞量/评论量

打造达人营销新沃土，助力品牌公私域协同增长



年富力强的中高消费人群占据视频号主流



腾讯广告



营销学堂

与追求更高生活品质的家装新消费者画像吻合

视频号主流消费用户画像

52%

30-55岁
用户占比

60%

一线、新一线
二线占比

200+

直播带货
平均客单价



家装新生代消费人群画像

70%

30-49岁
占比

57%

有娃家庭

47%

装修花费
21-40万

享乐购物狂：

积极互动，追求美好事物，热衷购买



佩奇妈妈：

以家庭为中心，关注孩子教育成长



小镇贵妇：

关注工作、生活娱乐和育儿等丰富内容



城市新中产是家装消费最具活力的代表
具备更强的消费购买力，具有更高生活品质追求

*数据来源：《2024微信视频号超级玩家营销价值研究报告》；微信公开课；合作调研数据；《2023家装消费品质报告》贝壳研究院

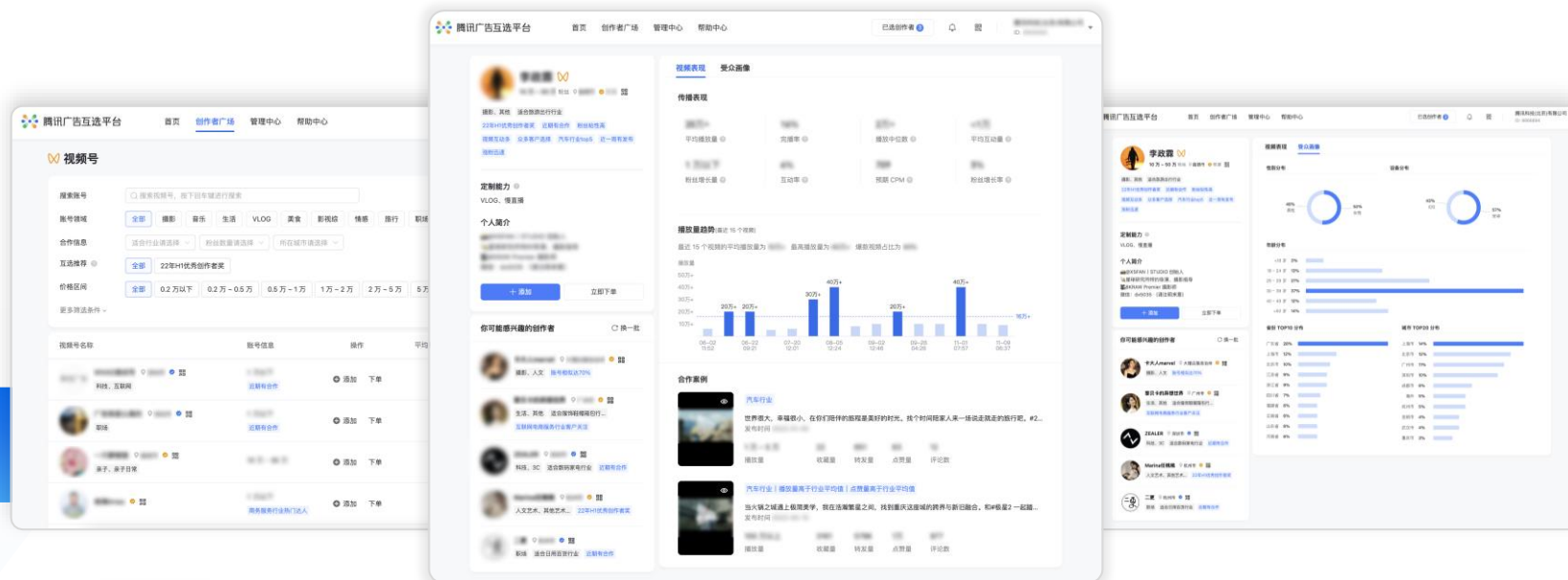
互选平台应运而生

助力品牌玩转视频号达人营销



5倍

视频号互选达人数量
[Y23 vs Y22]



+365%

达人收入同比增长
[23Q2 vs 22Q2]

全新达人体系 造就腾讯互选达人生态蓬勃发展



用户使用时长
同比23年增长

80%+



算法推荐播放量
同比22年增长

400%



爆款内容数量
同比22年增长

186%



万粉作者数量
同比22年增长

300%+



视频号互选创作者
同比23年增长

500%+



为什么通过 官方平台合作达人？

1. 开放透明交易平台，提供广告主及创作者双端保障

直联机构 合作透明

直联创作机构
确认合作后
可与创作者直接沟通

价格标准

与创作者合作
统一收费标准
价格透明

平台保障

标准交付流程及交付制度
保障交易双方权益：
开放账期/投后结算/效果验证

私下沟通风险不可控

无第三方仲裁机制，一旦
产生矛盾〔如内容版权争
议〕，可能陷入长期扯皮

价格不透明易纠纷

达人可能遇到拖欠款项、数据造
假，品牌方也可能遭遇达人内容
质量不达标、临时违约等问题

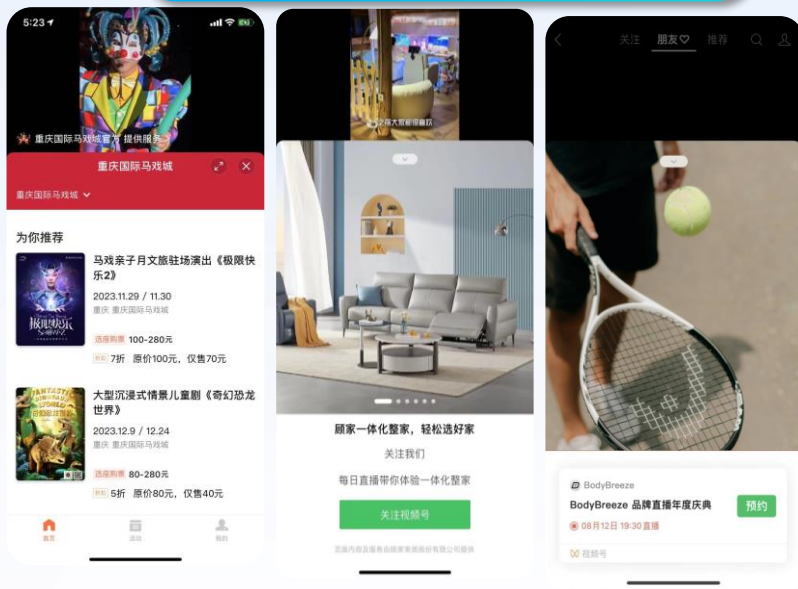
合作缺乏保障不合规

平台提供标准化合同模板、税务代扣
代缴服务，避免个人合作中的法律漏
洞〔如偷税漏税风险〕

2.丰富组件能力，满足卖场赛道广告主私域+表单获客转化诉求



私域跳转获客链路



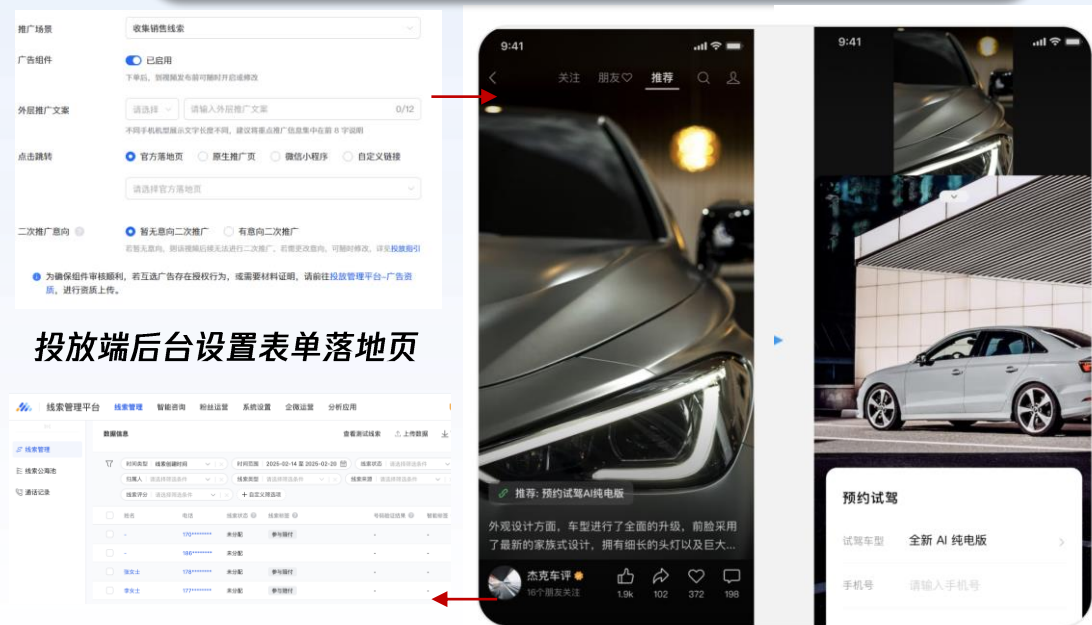
直跳品牌小程序

视频号/公众号关注

直播预热
引流直播

非平台合作内容无法
挂载组件，容易被判
营销内容，存在违规
风险

「表单组件+线索通」一站式客资管理



线索沉淀至「腾讯广告线索管理平台」*支持 API对接至CRM

3. 竞价广告一键使用达人素材，实现内容利用率最大化

针对已经观看过内容种草的人群，通过竞价广告再定向，再触达，增加品牌用户沉淀和效果转化



人群复用

播放人群

互动人群

组件曝光人群

人群提取+ocpx广告

转化人群

*为保障人群量级，视频号互选人群复投门槛为：视频号互选投放预算>50w

素材复用

达人创作内容，授权成为品牌竞价广告投放素材，互动效果更好，点击率更高



口播类型



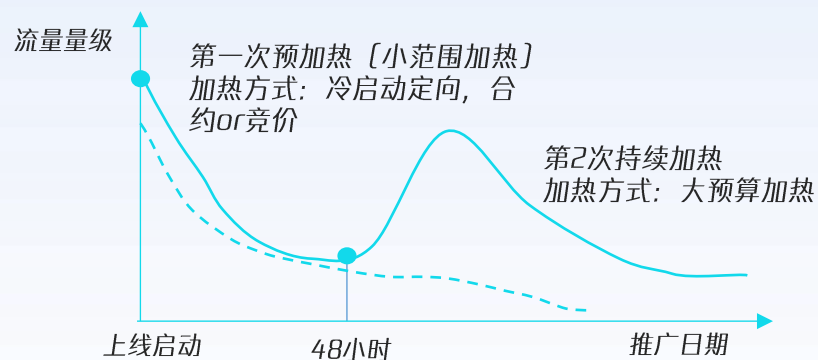
种草类型

视频号互选投后概览数据支持实收数据
后续可实时查看投后播放量、点赞量等数据

*互选素材授权推广，免接收方同意。〔授权后，接收方账户直接流转至已生效授权〕

4.多场景破圈内容加推，助力优质内容持续焕发生命力

科学安排加热节奏，TA高效精准触达



[互选:加热推荐配比: 2:1, 如互选100万, 加热50万]

多种加热样式组合针对CPM/CPE精准优化



原生加热

无广告标

- 视频号原生
- 信息流内加热
- 可带广告组件



朋友圈加热

朋友圈形态

- 朋友圈组件
- 经典样式



小程序加热

激励视频

- 高点击率
- 带广告标

可加热目标:

播放数

点赞评论

组件点击

*支持微信号白名单: 50个 [出现位置预估为8-10刷]

视频号互选适配 家居卖场赛道的玩法？

常态化探店：达人线下探访+线索收集，沉浸式介绍卖场活动，吸引潜客

垂类博主矩阵 两大主线打造多样化种草视频



甄选~10个
垂类博主

专业
探店

情侣生活

探店体验

故事情节

产品
种草

职业美妆师

多风格妆容

为有需之人

女性为主

高线城市

变美需求

信任达人

解决所想之事

快速化妆

闺蜜聚会

技巧学习

更多场景

线索收集链路，高效募集门店/线下潜客

视频引导预约



小程序信息填报



模板消息+短信通知



植村秀免费底妆课
线下引流门店效果：

总观看量 **800万**

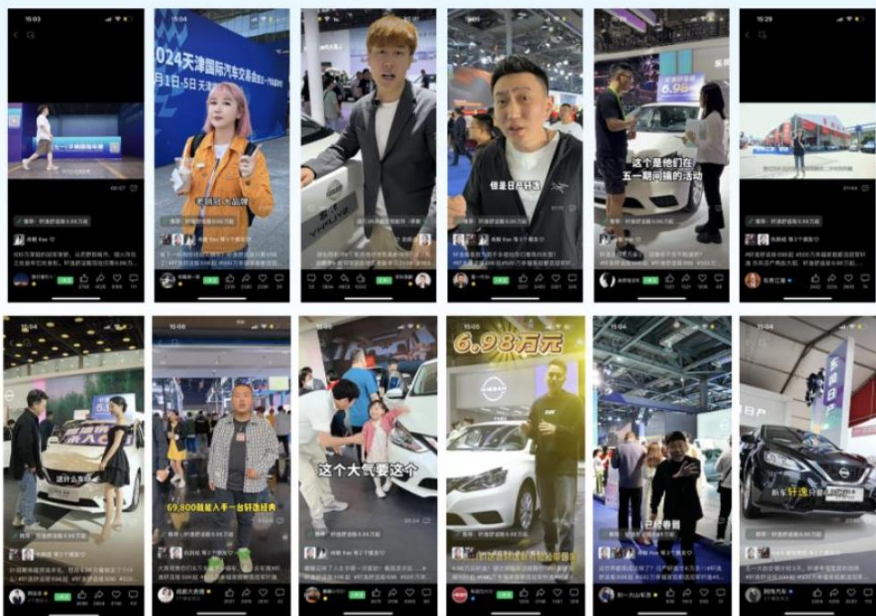
总互动量 **50,000**

CPE **7元** 行业均值8-10

节点大促 | 达人集结探店造势+竞价广告精准狙击，高效引流线下门店

树口碑

天津、泉州、苏州、上海、广州等11城达人联动输出内容
地方+车圈达人现场实探，以实惠+高性能卖点直接引导用户试驾+购买



21位达人车展期间输出原创视频，展会现场实探车型，真实种草新车口碑

造话题

统一话题标签#500万幸福家庭都选冠军轩逸
一键聚合轩逸高品质达人视频内容，高能展现车型优势



话题标签
自动聚合轩逸视频

所有视频均可
一键跳转留资页面

加火力

城市定向竞价广告同步推广
高效导流引导线下试驾



根据地方地标建筑特色
设计广告素材页面提升广告效率



21条 (全部)

视频播放量10万+

6条

视频播放量突破100万+

1507万

达人视频总播放量

16万+

达人视频互动总量

3764条

销售线索

1800%

微信指数最高日环比上涨

合作共赢!

群聊:【家居卖场赛道】区域服务商
沟通群



该二维码7天内(3月19日前)有效,重新进入将更新

欢迎扫码添加



“营销学堂小助手”
获取更多学习资源