

Research on user acquisition model of rural e-commerce driven by AI in Xiaohongshu

Yonghong Luo

Yiwu Vocational and Technical College of Industry and Commerce, Jinhua, Zhejiang, 322009, China

Abstract

With the rapid development of e-commerce, rural e-commerce has emerged as a new business model playing an increasingly vital role in serving farmers and boosting rural consumption. However, challenges in user acquisition persist for rural e-commerce platforms. This study employs big data analytics to investigate customer acquisition logic in rural e-commerce, optimizes promotional strategies by integrating Xiaohongshu platform with AI technology, and develops a customer acquisition model combining Xiaohongshu and AI. Empirical analysis validates the model's effectiveness. Research findings demonstrate that the synergistic effect of Xiaohongshu and AI technology significantly enhances rural e-commerce's customer acquisition efficiency, providing innovative approaches to improve operational effectiveness in this sector.

Keywords

rural e-commerce; Xiaohongshu platform; AI technology; customer acquisition model; data-driven

小红书与 AI 驱动下的农村电商用户获取模型研究

罗永红

义乌工商职业技术学院, 中国·浙江 金华 322009

摘要

随着电子商务的快速发展,农村电商作为一种新兴业态,在服务农民、促进农村消费方面发挥着越来越重要的作用。然而,农村电商面临的用户获取难题却依然存在。本文基于大数据分析,研究农村电商的获客逻辑,结合小红书平台和AI技术优化推广策略,并构建一种基于小红书与AI的获客模型。通过实证分析,验证该模型的有效性。根据研究表明,小红书与AI技术协同作用下,农村电商获客效率显著提升,为提升农村电商运营效果提供了新的思路。

关键词

农村电商; 小红书平台; AI技术; 获客模型; 数据驱动

1 引言

电子商务在我国迅速发展,特别是农村电商在服务农民、推动农村经济方面起到关键作用。但农村电商面临用户分布不均、消费习惯差异等挑战。社交媒体和AI技术的兴起为提升用户体验和营销策略提供了新机遇。

小红书,一个社交电商平台,正逐渐在农村电商领域发挥作用,利用UGC模式和种草经济吸引用户。AI技术,如推荐系统和自然语言处理,也在帮助运营者更精准地识别用户需求和优化推广。

本文探讨了小红书与AI技术结合的获客模型,并通过实证分析证明了其有效性。

2 研究内容

2.1 农村电商用户获取现状

通过调研和数据分析,我们识别了影响农村电商用户获取的关键指标,包括用户特征、消费行为和兴趣领域。这些指标帮助运营者采取精准个性化策略,利用AI技术提高营销效率和用户满意度。

2.2 小红书在农村电商中的应用

小红书平台结合内容分享、社交互动和电商交易,展现独特优势。UGC模式和种草经济是其特点,通过高质量内容吸引用户,促进购买行为。数据驱动决策帮助运营者优化产品和服务,提升用户体验。

结合实际案例,分析小红书如何利用平台特点助力农村电商品牌推广和销售增长。探讨其在社交互动、内容分享和数据驱动决策方面的优势,以及面临的局限性,如物流配送挑战和用户互联网使用习惯差异。

2.3 AI技术在农村电商中的应用分析

人工智能技术在农村电子商务领域中的应用主要体现在

【作者简介】罗永红(1980-),女,中国四川眉山人,硕士,讲师,从事计算机技术研究。

在以下几个方面：

- 智能推荐系统：通过分析用户的历史购物行为和偏好，AI 技术能够为用户推荐他们可能感兴趣的商品，从而提升用户体验和购买意愿；
- 用户画像的构建：利用大数据分析技术，AI 可以识别并构建目标用户的详细画像，包括年龄、性别、消费习惯等特征，帮助商家更好地了解和服务于他们的客户群体；
- 情感分析与内容优化：通过自然语言处理技术，AI 可以分析用户在平台上的反馈和评论，了解用户的情感倾向，并据此优化商品描述、营销内容等，以提高用户的满意度和参与度。

经过深入研究发现，小红书日志中的用户评论的数量决定了用户购买的转化率，即用户评论越多，往往意味着该商品或服务受到了更多用户的关注和认可，从而提升了潜在用户的购买意愿。通过分析爆款日志得出一个获客逻辑模型，如图 1 所示：

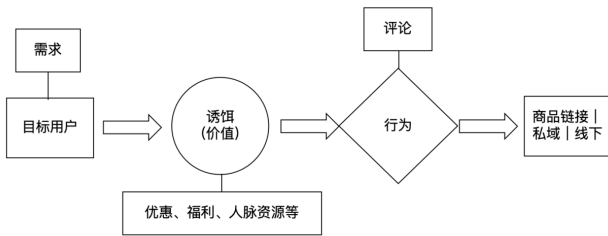


图 1 小红书获客爆款日志文案逻辑

利用先进的用户画像分析和情感分析技术，我们能够精确地捕捉到用户的兴趣焦点以及他们潜在的需求。通过精心设计的优惠活动、福利政策、问题解决方案以及展示问题解决成效等富有吸引力的激励手段，我们能够有效地引导用户点击相关链接或积极参与评论互动，从而推动产品的购买、咨询购买方式或提出相关问题。此外，我们还致力于进一步实现用户向微信、社群等私域流量或线下实体店铺的有效引流，以增强用户粘性和提升转化率 [1]。

此外，AI 技术还能对这些评论进行情感分析，识别出正面和负面的评价，为商家提供改进产品或服务的宝贵意见。例如，如果 AI 发现大量用户对某一商品的包装表示不满，商家便可以及时调整包装策略，以满足用户的期望。这种基于用户反馈的持续优化，不仅能够提升用户体验，还能增强用户对平台的忠诚度，促进平台的长期发展。人工智能技术的应用能够显著提高用户的购买转化率，这对于小红书等电商平台的运营具有重要的意义，因为它不仅提升了用户的购物体验，还为平台的运营决策提供了有力的数据支持和分析依据。

具体而言，AI 技术的应用使得电商平台能够更精准地定位用户需求，通过个性化推荐，有效减少了用户的选择困难，提高了购买决策的效率和满意度。同时，基于大数据的用户画像构建，为平台提供了丰富的用户行为数据，这些数

据可以用于优化商品布局、调整营销策略，以及制定更贴合用户需求的促销活动，从而进一步促进用户购买意愿的提升 [2]。此外，AI 技术还通过情感分析等功能，帮助平台及时捕捉用户反馈，快速响应市场变化，为平台的持续发展和优化提供了有力保障。

2.4 小红书与 AI 技术协同作用下的用户获取模型构建

在深入分析了当前市场和技术趋势之后，本文提出了一种创新的用户获取模型，该模型是基于小红书平台的丰富用户数据和先进的人工智能技术如图 2 所示。

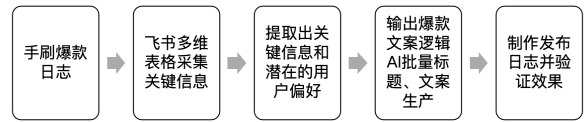


图 2 小红书获客爆款日志采集、提取、验证模型

这一模型的核心步骤可以详细描述如下：

1. 首先，数据收集阶段，我们利用飞书的多维表格，对小红书平台上的海量用户行为日志进行采集，从而获取到用户在使用小红书过程中的各种数据，包括但不限于用户的浏览记录、点赞、收藏以及评论等行为数据。

2. 接下来，在特征提取阶段，我们运用自然语言处理技术，对采集到的用户评论数据进行深入分析，从中提取出关键信息和潜在的用户偏好。这一过程涉及到文本分析、情感分析以及关键词提取等技术手段 [3]。

3. 然后，在推荐算法设计阶段，我们基于人工智能技术，特别是 AI 推荐系统，设计出能够生成个性化推荐内容的算法。这些算法能够根据用户的历史行为和偏好，智能地推荐符合用户兴趣的商品、内容或服务。

4. 最后，在模型验证阶段，我们通过一系列实验，对比分析了不同推荐算法在用户获取效率方面的表现，从而验证了我们所提出模型的有效性和优越性。

经过一系列的研究和实验，结果表明，在小红书平台与人工智能技术的协同作用下，农村电商用户的获取效率得到了显著的提升。这不仅为小红书平台带来了更多的用户增长，也为农村电商的发展注入了新的活力。

具体来说，与传统的推荐方式相比，结合小红书和 AI 技术的推荐模型能够更精准地捕捉用户的兴趣点和需求，从而提供更符合用户期望的推荐内容。这种个性化的推荐方式不仅提高了用户的满意度和粘性，还有效促进了商品的销售和转化率的提升。此外，该模型还具备自我学习和优化的能力，能够随着用户行为的变化而不断调整推荐策略，确保推荐内容的时效性和准确性。

3 模型构建与验证

3.1 小红书与 AI 技术协同作用下的获客模型

本研究中，我们提出了根据采集大量爆款获客日志，

在 AI 技术协同作用下形成的获客模型，该模型的构建过程可以概括为以下步骤，如图 3 所示。：

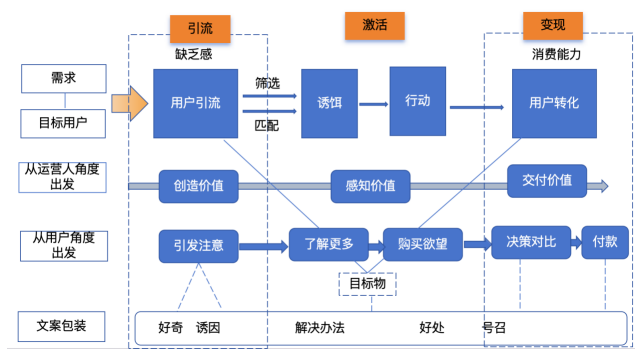


图 3 小红书获客模型

这个模型的构建过程是基于小红书平台与人工智能技术的协同作用，旨在提高用户获取的效率和质量。

在本研究中，我们提出了一个模型，其中小红书平台的数据收集与特征提取过程起着至关重要的作用。这些过程的有效执行是确保获取高质量用户数据的关键，能够精准提取用户的兴趣点和潜在需求。基于用户兴趣和需求，本研究精心设计了封面和标题，以提高日志的点击率。进一步地，通过日志内容激发用户的购买意愿，为用户提供了针对性的解决方案或效果展示，并引导用户进行购买或加入社群、关注营销号等行为，从而直接影响用户的获取效率和转化率。

从运营人员的视角来看，在引流阶段，需依据用户的缺乏感创造价值；在激活阶段，通过文案中的诱饵和行动激发用户对价值的感知，以激活用户的购买欲望；在变现阶段，根据用户的消费能力引导成交，实现价值交付 [4]。

从用户视角来看，购买路径的触发始于封面或标题引起用户的注意，随后点击日志以获取更多信息，进而产生购买欲望，并在日志的最后环节被引导进行付款。用户需求的三个核心要素——缺乏感、目标物和消费能力——是本研究关注的焦点。通过小红书平台与人工智能技术的协同作用，本研究能够获取目标用户的特征并提取用户需求，其中需求包括缺乏感和目标物。例如，在夏季，用户可能因避免晒黑而需要防晒产品。缺乏感是引导用户停留的关键因素。消费能力不仅涉及经济能力，还包括行动能力、环保意识、健康意识、学习成本和决策权利等多维度因素。

在文案的包装策略方面，本研究在用户引流阶段通过激发用户的好奇心或其他解决痛点的诱因来引导用户停留和点击。在文案中，通过展示目标物的解决方案、效果、应用场景和好处等元素来激活用户的购买欲望，并在文案的结

尾部分号召用户采取行动。

3.2 模型有效性验证

为了验证我们提出的获客模型的有效性，我们进行了 AI 混剪、AI 矩阵分发实验，在获客效率上的表现。通过一系列的实验和数据分析，研究结果清晰地表明：

从转化率角度分析，在传统推广策略的实施下，用户的购买转化率维持在约 8% 的水平。然而，通过结合小红书平台与人工智能技术的协同效应，采用矩阵式营销策略后，用户的购买转化率显著提升至 15% 以上。这一数据结果充分验证了我们所构建模型的有效性和卓越性能。

在内容制作效率方面，传统方法下，个人工作者每日最高产出的日志数量有限，而应用人工智能技术后，日均内容产出量可超过 100 条，并能在 50 个以上的账号上实现批量发布，从而实现了客户获取效果的指数级增长。

此外，我们还对比了不同特征提取方法对用户获取效率的影响。实验结果显示，利用深度学习技术进行特征提取，相较于传统的特征选择方法，能够更准确地捕捉用户的行为模式和偏好，从而进一步提升推荐算法的精准度和用户满意度。这一发现不仅验证了深度学习在特征提取方面的优势，也为后续的用户获取模型优化提供了重要的参考方向 [5]。

4 结论

本文深入探讨了小红书平台与人工智能技术相结合，创造性地提出了一种特别适合于农村电商领域的获客模型。通过严谨的实证分析以及对模型的深入验证，研究结果明确显示，该模型不仅能够显著提升用户获取的效率，而且还能为农村电商的运营者们提供有力的数据支持和决策依据。展望未来，研究者们可以进一步深入探索小红书平台与其他新兴技术，例如区块链和物联网等，之间的协同效应。通过这种跨技术的融合，有望进一步提高农村电商的运营效率，实现更加智能化和自动化的商业运作模式。

参考文献

- [1] 尧靖峰, “三农”主题IP运营策略研究——基于新媒体电商视角技术与市场.2023
- [2] 郭晓庆, 农村电商在数字经济中的创新模式及推广路径, 中国科技投资.2024
- [3] 周海燕, 龚雨翔, 农村电商发展的问题与优化策略——基于“短视频+直播”视角, 现代商业.2025
- [4] 丁业银, 许佳怡, 杜刚, 基于人工智能的广告投放与效果提升策略——以小红书平台投放为例, 传媒论坛.2025
- [5] 曹志斌, 高楠楠, 基于农村电子商务的智慧农业发展路径探析, 商场现代化.2020