BEAUS COMPANY

Beaus Company
合作提案简介

与品牌携手打造内容。

COPYRIGHT ©BEAUS COMPANY | 2026.11

Beaus company

Beyond Global Marketing

CONTENTS

01 Beaus Company 简介

02 营销运行案例

03 提案内容

04 Global

COPYRIGHT ©BEAUS COMPANY | 2026.11

BEAUS COMPANY BROUND
Beauty Creative Team

01 Beaus Company 简介

美妆专业营销代理商 + 创作者 MCN

不只是广告代理商，而是与品牌共同成长的

“内容孵化器”







以产业洞察为基础的美妆专业营销公司

专注经营美妆品牌营销，掌握最完整的产业洞察，并具备创作者合作专业

美妆洞察



美妆内容



美妆种草营销



美妆电商



内容结构化及数据分析相关研究

BEAUS COMPANY

×

고려대학교 미디어대학 · 미디어대학원
Korea University College of Media & Communication
Graduate School of Media & Communication

- 各平台算法分析及内容结构化研究
- 内容流通策略升级
- K-内容生态系分析





基于13年美妆营销经验，
拥有洞察分享、演讲及B2G、B2P等多元经验

01



크리에이터 이벤트

02



인사이트 강연

03



서울시 뷰티사업

04



2025 YouTube 어워드

韩国唯一美妆专业代理商+MCN双重实力，打造差异化B2P合作伙伴关系



OLIVE YOUNG ADS
PARTNER AGENCY
Collaborative Ads

作为Olive Young 合作广告代理商
携手提升零售媒体广告成效与
专业度的合作计划

YouTube

YouTube 品牌合作
通过YouTube品牌合作计划
创作者内容营销

N BRAND CONNECT

NAVER Brand Connect
通过NAVER平台
创作者营销合作

EXPORT VOUCHER
수출지원기반활용사업

韩国政府出口补助券
通过政府补助券，针对中国·美国·日本市场
可使用全球营销服务

고려대학교 미디어대학 · 미디어대학원
Korea University College of Media & Communication
Graduate School of Media & Communication

与高丽大学产学合作发表论文及共同研究
各平台算法分析及内容结构化研究
内容流通策略升级、K-内容生态系分析等

Jwon



Shorts最高播放量创作者8亿+播放量

孙珠熙



清潭洞1.5代、JungSaemMool出身化妆师
#2 on JUST MAKEUP

PureD



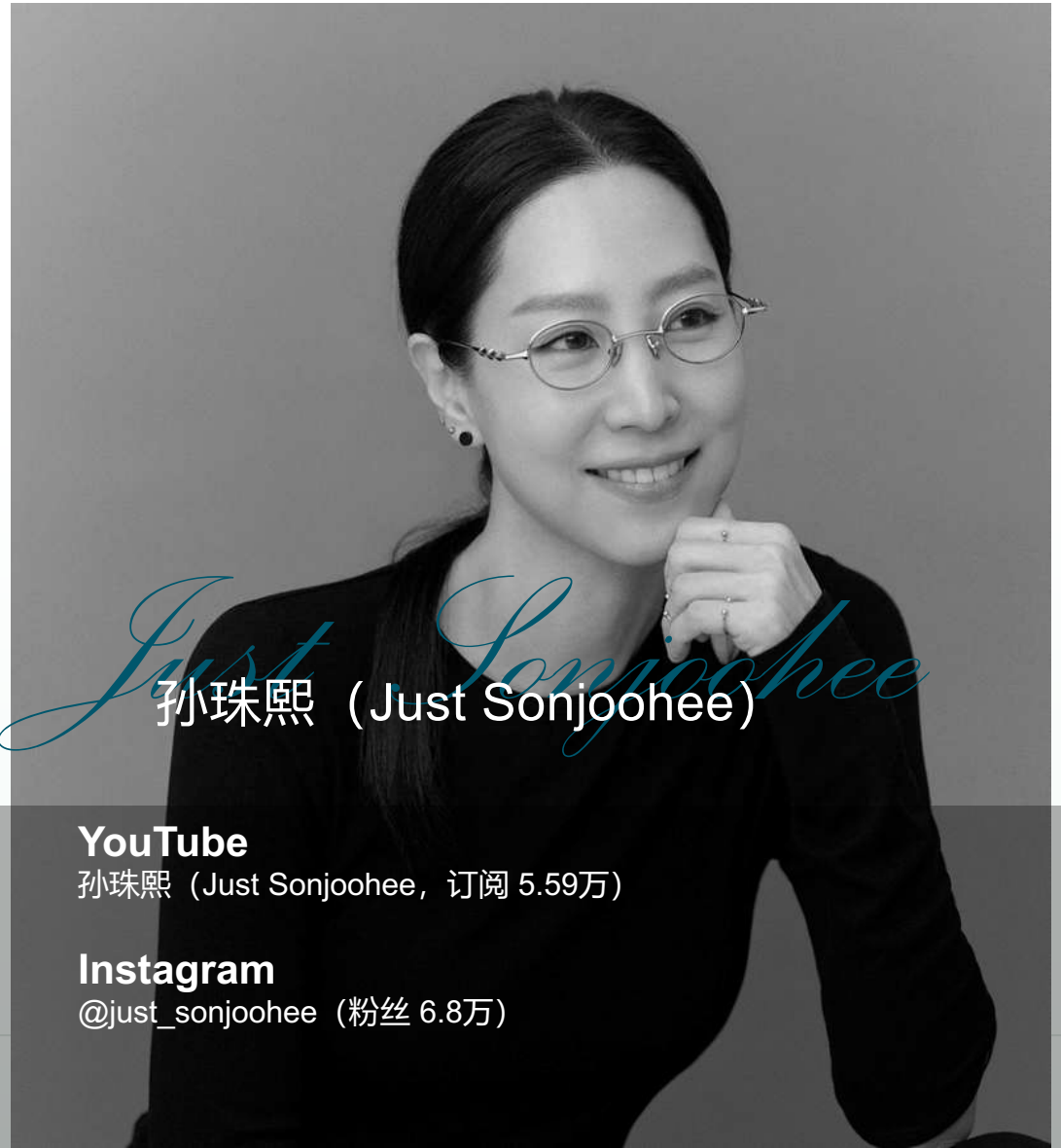
No.1 特效化妆师
1.2亿+ 播放量

Jiny Diet



No.1 减重频道创作者
2.7亿+ 播放量

代表性化妆师型创作者



孙珠熙（Just Sonjoohee）

YouTube
孙珠熙（Just Sonjoohee，订阅 5.59万）

Instagram
@just_sonjoohee（粉丝 6.8万）



Dakyo

YouTube
DAKYO Dakyo老师（订阅 2.22万）

Instagram
@dakyo_makeup（粉丝 6.6万）

全领域皆可合作、独一无二的K-Beauty No.1化妆师

从共同开发、顾问、彩妆课程到Olive Young直播





节目

- 演出《Just Makeup》第1季

关键字

- 清潭洞1.5代化妆师
- 自然妆感
- 课程专家

彩妆课程

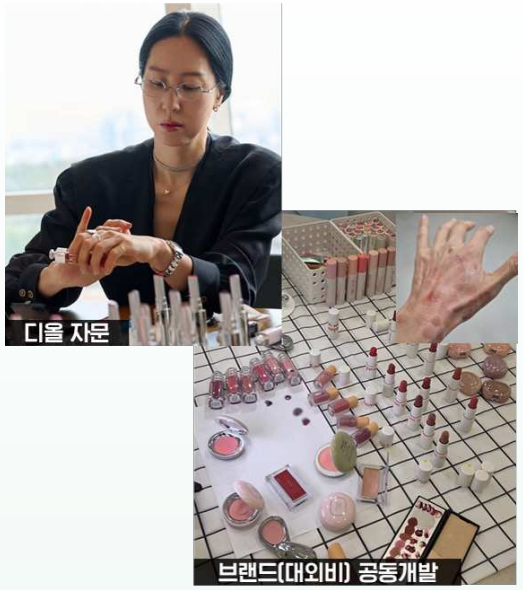








共同开发 / 顾问



在在线同样掳获观众的创作者

凭借长期接触无数顾客肌肤与妆容的孙珠熙院长的专业与经验，产出内容

短视频角度

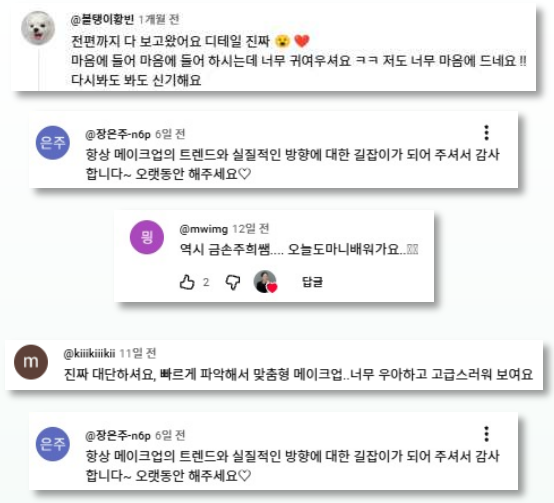
1. 教学型
2. 产品导向型
3. 彩妆技巧







留言反应



长视频系列角度

每月梳妆台



#化妆师爱用品 #产品推荐 #趋势/季节

今日孙珠熙



#化妆师联名 #改造变身

指尖之差



#彩妆技巧 #细节 #教学

美妆控笔记



#美妆护肤/日常 #产品评测 #How to

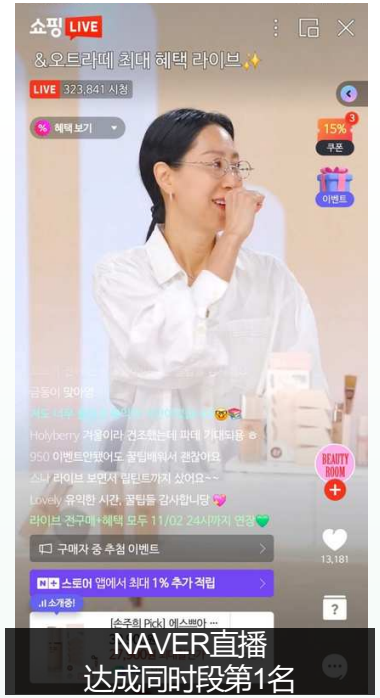
美妆类直播同时段第1名，兼具购买带动力的网红

事前品牌内容、快拍上传、上市直播





Olive Young直播期间保湿霜、化妆水排行达成第1名



NAVER直播
达成同时段第1名

即时观看人数

37.5万人

以20:00同时观看人数为准

美妆直播

达成第1名

观众反应指针

按赞数

1.7万个以上

可在线线下串联的趋势型化妆师

从清潭洞沙龙学院到沙龙串联、品牌共同开发·顾问、内容皆可合作的化妆师



关键字

- 清潭洞代表化妆师
- 偶像妆
- 新娘妆
- 空服员妆

Dakyo美妆沙龙 / 学院





彩妆课程



共同开发 / 顾问





电商成功案例 _ Olive Young排行第1名

Jiwon X EDITB 第2档团购 达成Olive Young全站排行第1名

Jiwon X EDITB





播放量 347万

运行期间
- 第1档 26.07.06(一) ~07.07(二) / *因完售提前结束
- 第2档 26.11.12(二) ~11.15(五)

内容
- 参与安瓶BB霜共同开发
- 团购内容总播放量347万次 / 平均播放量43万次
- 共同开发推出新品，并成功进驻Olive Young的案例



电商成功案例 _ 共同开发

Beaus Company 共同开发项目成功案例

Jiwon X SUADOR



播放量 550万

运行期间
- 第1档 26.06.10(三) ~06.12(五)
- 第2档 26.09.28(一) ~10.01(四)

内容
- 参与Jiwon设计款睫毛设计
- 团购内容总播放量550万次 / 平均播放量67万次
- 团购库存售罄提前结束,
- 延续至第2档团购的成功案例

电商成功案例 _ 团购

Beaus Company 团购项目成功案例

Jinnyu X CORINGCO



Bingbing X House of B



Seji X NAMING.



Gyeomdami X VDIVOV

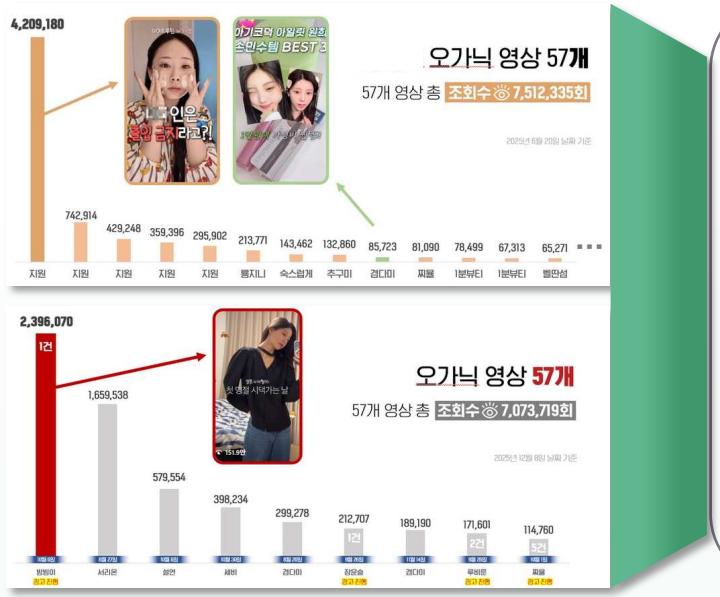


01 创作者媒合	02 内容策划	03 内容发布	04 团购直播
确保产品适配度与消费者信任度	**形塑产品关注度与购买期待**	**导入潜在顾客并确保初期销售额**	**扩大持续品牌经营与销售额机会**
媒合符合产品特性与品牌需求的创作者	以目标人群分析为基础，策划能有效传达产品USP的内容	通过创作者内容 扩散产品知名度并确保购买需求	通过团购经营，强化品牌与创作者的链接及产品曝光

运用专属创作者网络的Beaus礼盒

每月寄给Beaus Company旗下MCN创作者、以自然分享方式介绍产品的礼盒

运行范例



Beaus礼盒
运行3次

自然发布数
平均30则

自然内容范例



소소하지만 확실한 관리데이
조회수 68만회

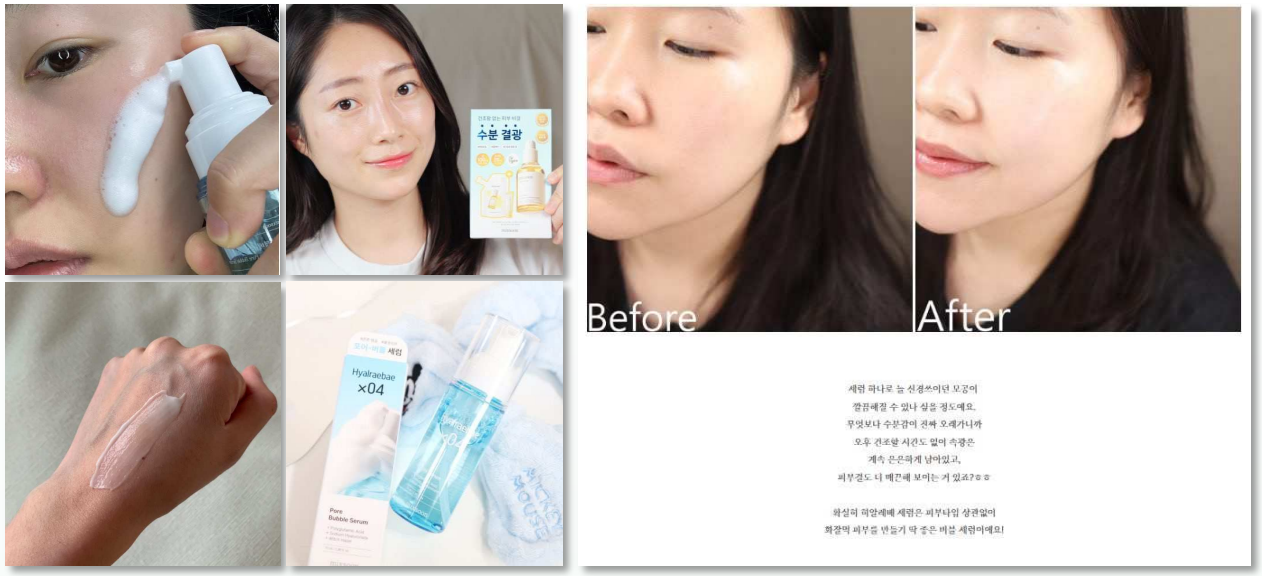
틴트 먹어 본 사람..? 맛있겠다 vs 우엑ㅠ; #화장품...
조회수 305만회

通过Beaus公关品寄送服务，以自然内容强化RTB与曝光

NAVER Brand Connect 服务

通过博客评测强化新品知名度与NAVER搜索关键字竞争力，取得搜索排名前列

博客评测内容范例



搜索排名前列范例



每月平均上传 20则

依创作者内容调性、粉丝特性、过往合作纪录等标准
以符合品牌形象的创作者为主进行合作


Organization
CEO
COO
CFO
Corporate Functions
人资、招募
财务组
法务组
Beauty Brand Incubation / 营销本部
营销1、2组
设计组
广告管理组
种草营销组
BROUND MCN / MCN事业部
创作者
合作伙伴组
内容组
电商组
全球组
媒体组

BEAUS COMPANY

02 营销运行案例

我们的客户

引领K-Beauty、迈向全球的品牌，与Beaus携手同行。



与主要品牌合作、以偶像粉丝为基础的多元营销案例

Fan Event | Idol Model | Coffee truck | OOH | POP-UP | Gift with Purchase













Anua | FROM LABS | Anua | AMPLE:N | FoRest® | FoRest®

超越在线营销，以极大化顾客体验的线下营销与运动营销拓展版图

Street Sampling



ma:nyo

Pop-up viral



Laka

Sports Sponsorship



Luassencia SEOUL

Make-up Artist Class



ESTĒE LAUDER

Laka

4月入选Olive Young Pick后仅3个月【8月Olive Young Pick最上层货架全面陈列】

Perfect Twin Lip 5月上市 - 6月Olive Young大促期间实现高播放量，互动量8万以上

上市起一个月内因缺货涌入补货询问



PERFECT TWIN LIP / 12 COLORS

从柔雾唇、饱满唇到叠上光泽的双效唇
不拘形式、自由变化的3-WAY STYLING
#话题爆款 #新世代持久唇彩



聚焦话题扩散与声势创建的活动操作

强调产品内核色彩与3WAY画法，集中寄送给以试色为主的创作者
聚焦扩散快速的纳米创作者与Twitter种草营销
通过上市初期即时话题化，带动自发种草并奠定品牌地位



证实话题爆款，持续加温

Olive Young大促期间创下第1名（全品类）
>> 取得8月Olive Young Pick货架最上层
>> 入选8月Olive Young N 圣水快闪店

新品上市时的营销运用架构

招募品牌支持团/Connector&体验团







开放式座谈会



图片策展





Olive Young Pick种草营销活动 / 网红电商串联操作

新品「Thiamidol精华」进驻Olive Young及Olive Young Pick集中活动，集成操作网红·名人电商串联活动

实现高种草播放量并创下高直播销售额



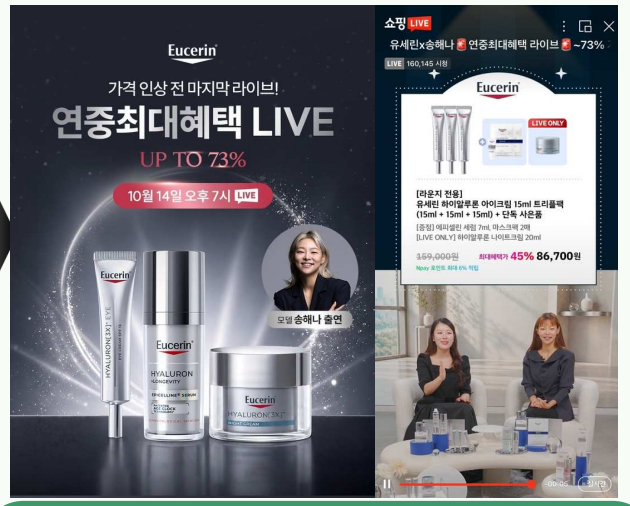
4月Olive Young Showcase & 5月Olive Young Pick

Olive Young新进驻「Thiamidol精华」以海外爆款角度进行种草营销
以Epiceline系列居家护肤品诉求进行种草营销
#海外爆款 #夜间护肤 #居家护肤



9月Olive Young Pick / Iriyu团购

与30万以上订阅YouTuber Iriyu合作进行Olive Young团购
强调Olive Young Pick限定优惠与折扣价



宋海娜 NAVER购物直播

宋海娜出演NAVER购物直播
名人邀约 – 加温内容策划 – 节目现场运行

cêpoLAB

电视购物代表品牌于Olive Young内的知名度创建活动

为攻占Olive Young核心客群（20～30岁）开发OY专属核心信息，并升级媒体组合的效果策略
20～30岁购买占比达22.1%（环比增长81.1%▲）｜实现高内容播放量｜进入Olive Young大促榜单前列

内容层叠布局





成效型媒体组合 & 素材优化





1个月整体成效

进驻Olive Young
新品销售占比
达68%

EIOM

EIOM 6月Olive Young大促&Olive Young Pick活动

串联崔叡娜名人，运行以Olive Young大型促销销售额提升及知名度为目标的活动
Olive Young大促期间排行最高达全站第2名

EIOM x 崔叡娜 名人营销



运用与品牌相关联的名人提案

从提案阶段即提出名人运用方案 □ 形象照&素材策划
□ 串联以名人为内核的种草营销活动

串联崔叡娜的种草营销活动操作



[内容]



[种草营销套餐]

以崔叡娜名人角度为内核的活动操作

以崔叡娜名人关键字/角度为内核运行内容&种草营销套餐
以美妆创作者&短视频为主的内容 + 包含名人话题频道的多渠道组合扩散

Olive Young大促排行全站第2名

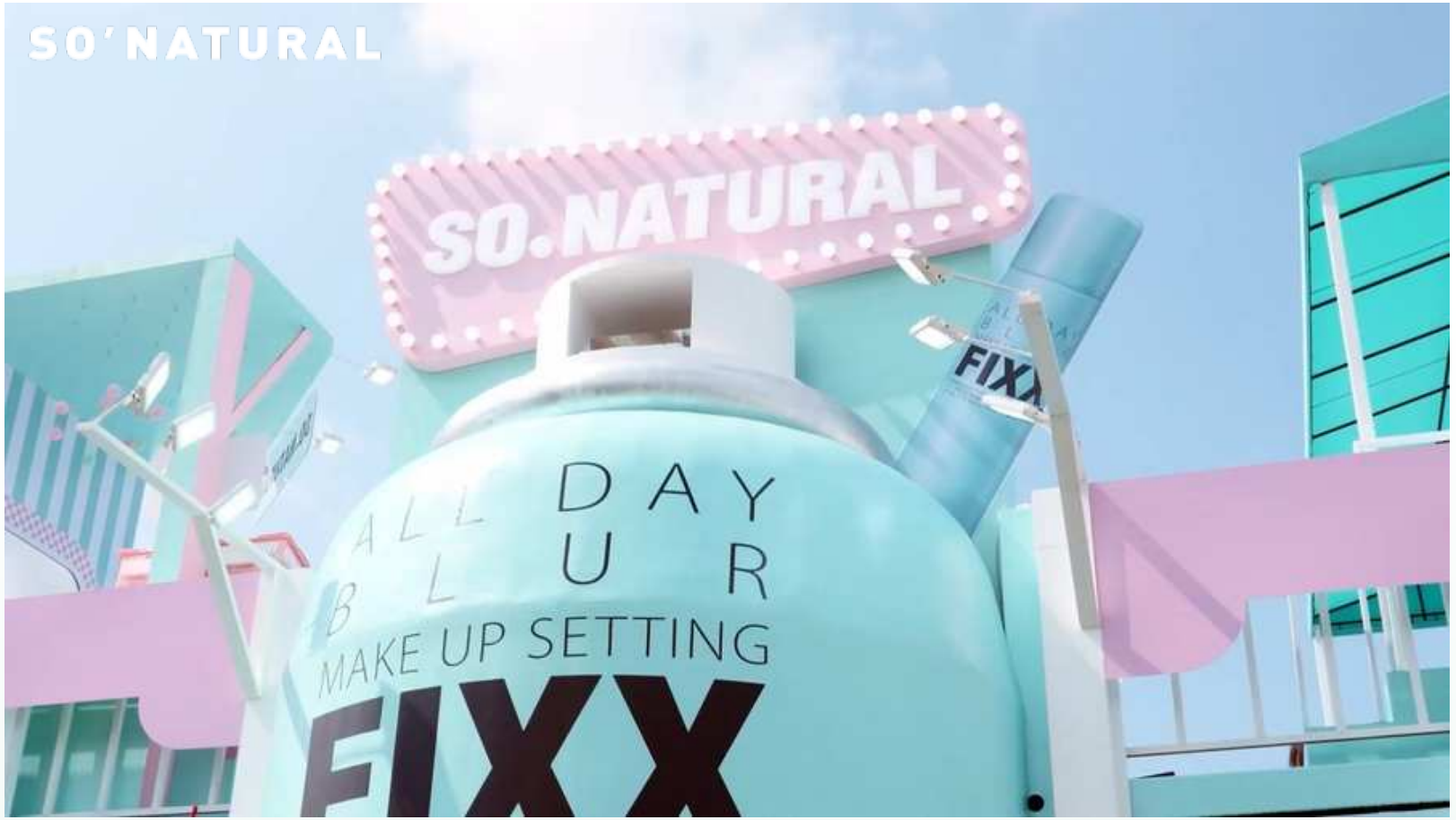


确保Olive Young大促排行前段

Olive Young大促期间最高第2名纪录（全品类）
以面膜类别为准，平均排行维持前5名内，确保排行前段

共发布66则（含镜像转发81则）内容：累计220万+播放量、24万次交互

WATERBOMB摊位从策划到施工一手包办：活动期间逾10,000人造访、发送逾10,000份试用品



蚕室乐天购物中心·圣水快闪店开幕纪念集中种草营销

通过快闪店首日杂志种草营销与到店型创作者内容，进行现场宣传·扩散初期话题

Labourket 快闪店案例



✓ 蚕室快闪店
2026年3月 / 发布41条

✓ 圣水快闪店
2026年10月 / 发布28条

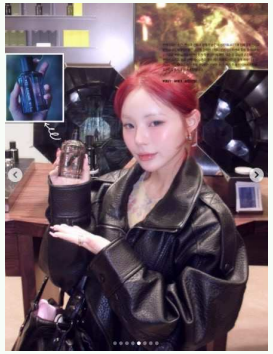
蚕室乐天购物中心快闪店杂志







到店型创作者





圣水 Movieland 快闪店杂志



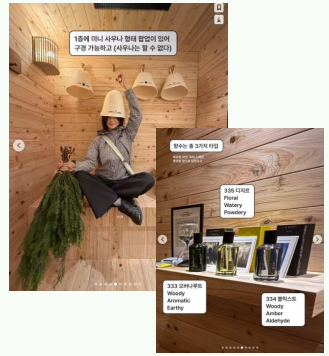






三温暖特化型创作者





快闪店营销共发布130则

韩国创作者40位 / 海外创作者60位 / 杂志等种草营销发布30则

快闪店现场



130则

快闪店营销总发布数

韩国创作者



40位

韩国创作者

海外创作者



60位

海外创作者

SNS种草营销



30则

杂志等种草营销发布

BEAUS COMPANY

03 提案内容

创作者分类

依创作者专业领域与内容风格细分类型，制定客制化营销策略

美妆专家



Senchiri

* 商单平均播放量 3.3万



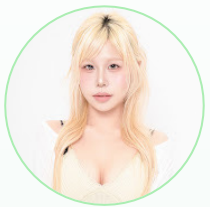
Hanjay

* 商单平均播放量 1.9万



Cheon Jaehee

* 商单平均播放量 5.2万



Tto! Ina

* 商单平均播放量 1.3万

娱乐型



Jiwon

* 商单平均播放量 45.1万



Seji

* 商单平均播放量 5.6万



Jinnyu

* 商单平均播放量 10.5万



Kkodakwat

* 商单平均播放量 5万

评测型



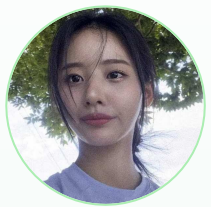
1分钟美妆

* 商单平均播放量 3.1万



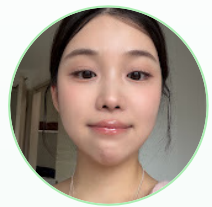
Gyeomdami

* 商单平均播放量 2.5万



Bingbing

* 商单平均播放量 6.8万



Fromjella

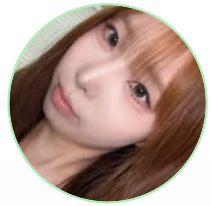
* 商单平均播放量 1万

趋势（迷因）型



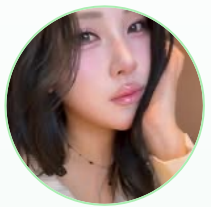
Sasa

* 商单平均播放量 1.2万



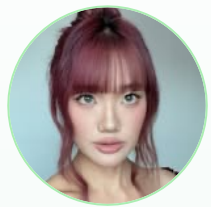
Yutti

* 商单平均播放量 1.2万



Yudingning

* 商单平均播放量 1.2万



Serody

* 商单平均播放量 2万

标记高成效创作者

以粉丝信任为基础、购买转换率高的创作者

彩妆 Jinnyu

标记成效（近28天）
购买转化TOP



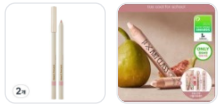


Olive Young黑五 彩妆推荐
播放量16万次 · 标记4款
腮红、唇笔、唇釉、眼影盘

彩妆 Hiyoung

标记成效（近28天）
购买转化TOP





清潭洞沙龙院长推荐卧蚕单品
播放量17万次 · 标记2款
眼线胶笔、卧蚕笔

护肤 1分钟美妆

标记成效（近28天）
购买转化TOP





肌肤屏障正在崩坏的5个征兆
播放量22万次 · 标记4款
面膜、乳霜2款、化妆棉片

身体护肤 Merryview

标记成效（近28天）
购买转化TOP





Olive Young黑五 Tier 1必买推荐
播放量6.8千次 · 标记2款
沐浴乳、身体乳

纳米 PACK

抢占Olive Young关键字排名前列的纳米评测创作者套餐

发布频道 不露脸纳米评测创作者个人频道

运行方式 不需策划案即可进行置入 · 标示广告后发布

运行费用（未税）

运行人数	运行费用
7-10位	**另行洽询**
16-20位	**另行洽询**

*营运费15%另计

运行 POINT

- 大量取得符合Olive Young评论算法的纳米创作者内容
- 贴合创作者原有风格的自然评测内容
- **抢占关键字排名前列版位，强化搜索导流**

*名单确定后不可变更

Reference 1



Reference 2



Mark PACK

以合理费用取得产品内容

发布频道 订阅1万以下的微型美妆创作者频道

运行方式 产品试用后不需策划案即可进行置入

运行费用（未税）

运行人数	内容	运行费用
10位	广告内容10则	**另行洽询**

*营运费15%另计

运行 POINT

- ✓ 以合理费用保证至少10则内容
- ✓ **免费提供1个月在线广告授权**
- ✓ **运行人数中5位提供1个月Instagram PA**

Reference 1



Reference 2



Beaus自有频道

AI经营频道12个，累计视频276支，累计总播放量4,380万次

自有频道 Kodeok Ttangttang · Queen Deokhee · Albani

运行方式 内部策划·制作 → 自有频道发布

运行费用 **另行洽询**

运行 POINT

- ✓ **拥有自有频道，无需邀约即可快速发布**
- ✓ 内容策划·制作全流程一站式服务
- ✓ 评测型·AI角色型，依频道多元化内容格式

IMC品牌专属 **可制作自然内容**
仅限内部IMC品牌客户

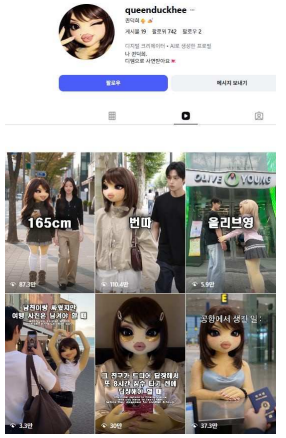
Kodeok Ttangttang

广告品自费购买评判评测



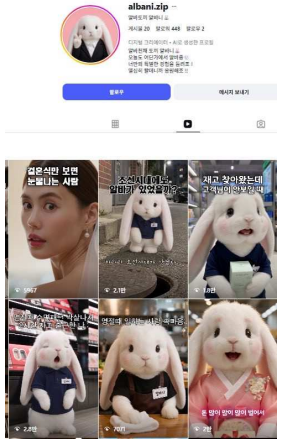
Queen Deokhee

AI角色日常短视频



Albani

AI打工兔共鸣短视频



Instagram 合作伙伴套餐

YouTube与Instagram 2频道上传，并提供1个月Instagram PA

发布频道 专属创作者YouTube及Instagram 2个频道

运行方式 产品试用后提供策划案及初剪版本

运行费用（未税）

运行人数及运行费用

依选择人数而异

*营运费15%另计

运行 POINT

- 较一般报价最高优惠40%
- **2个频道上传（YouTube + Instagram）**
- 提供1个月Instagram合作伙伴广告（PA）



① 파트너십 광고 표시
创作者帐号与品牌名称会一同曝光。

③ 크리에이터 영상 그대로
将创作者上传的视频投放广告扩散以提升曝光度。

② CTA 버튼
导流至品牌页面或购买链接

播放量保证套餐

YouTube·Instagram·TikTok 3频道上传再加上YouTube PA，依预算保证播放量

发布频道	专属创作者YouTube·Instagram·TikTok 3个频道
运行方式	产品试用后提供策划案及初剪版本
运行费用（未税）	**按预算分3种套餐・另行洽询** 各套餐保证播放量不同（请参考下一页）
运行 POINT	✓ 依预算最高保证100万次观看 ✓ **3个频道上传（YouTube + Instagram + TikTok）** ✓ 未达标时以YouTube PA补足至保证播放量

保证架构

3频道上传播放量
YouTube · Instagram · TikTok

+

YouTube PA 播放量
以合作伙伴广告补足差额

=

达成保证播放量

套餐内容

依预算保证播放量 · 预算越高，每1次观看单价越低

30万观看套餐

保证播放量

30万次

运行费用	**另行洽询**
创作者	**约5位**
YouTube PA	**包含**

65万观看套餐 BEST

保证播放量

65万次

运行费用	**另行洽询**
创作者	**约12位**
YouTube PA	**包含**

100万观看套餐

保证播放量

100万次

运行费用	**另行洽询**
创作者	**7~15位**
YouTube PA	**包含**

*未税 · 所有套餐皆上传YouTube·Instagram·TikTok 3频道 · 100万观看套餐可搭配顶级创作者

Boost Pack

专为需要快速响应Olive Young / 今日特价等促销活动的品牌，1周内发布Instagram内容的套餐

套餐内容

腰部美妆达人5人套餐

另行洽询

Instagram内容5条

确认执行后1周内发布

事前仅提供指引，拍摄、剪辑由达人自行完成

1 **快速获取内容**

目标：从匹配到制作、发布7天内完成

2 **简化制作流程**

省略产品试用及策划案环节

3 **免费提供Instagram PA授权 + 快拍**

所有参与达人提供1个月Instagram PA代码

清潭洞沙龙专业度 + 5位创作者 Makeup-Shop 串联套餐

Dakyo院长产品示范 × 5位创作者体验心得 | 串联在线线下的现场型套餐



提案套餐

化妆师品牌内容 + 创作者 5位（现场型角度）

运行方案

1. 化妆师 品牌内容 ▶ 2. 化妆师 沙龙串联 ▶ 3. 5位创作者内容 同步扩散 ▶ 4. 产品种草营销

1. 化妆师 品牌内容	2. 化妆师 沙龙串联	3. 5位创作者内容 同步扩散	4. 产品种草营销
Dakyo院长亲自示范 传达品牌·产品USP	依肤质·TPO B&A 及真实反应	Dakyo长视频1支 + 创作者短视频5支	合作创作者 重新剪辑为种草短视频

内容角度

DAKYO SHOP

专家示范 · 品牌产品运用

01. 解决肌肤困扰	02. 反差改造妆容	03. 特别日子妆容	04. 专家产品使用法	05. 持妆力 Vlog
毛孔 · 角质 · 底妆服贴度等	清潭洞沙龙 前后 B&A	面试 · 约会 · 形象照拍摄	跟化妆师学产品使用法	经过一段时间后的肌肤呈现

从与Dakyo院长共同开发产品到销售，一次集成

从专家参与产品策划到内容扩散、直播销售，将品牌消息转化为销售









流程

01 DEVELOP

产品共同开发

化妆师的
以现场需求为基础的
色彩·质地·使用性顾问

02 Content

Dakyo品牌内容

专家的使用理由及
公开实战妆容

03 Owned Media

出演品牌频道

于自家品牌频道
介绍Dakyo院长独家
USP及使用小技巧

04 Commerce

直播电商

通过亲自示范·Q&A
一路带动至购买转换

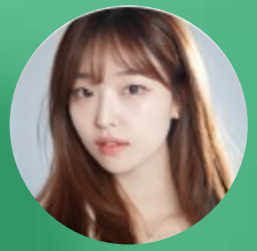
预期效益

- 依 共同开发 → Dakyo频道品牌内容 → 品牌频道出演 → 直播电商 的顺序进行
- 以真实顾客数据的产品需求为基础共同开发产品，从扩散产品知名度到品牌经营、销售额成长一次到位的套餐

以创作者使用经验与故事为基础

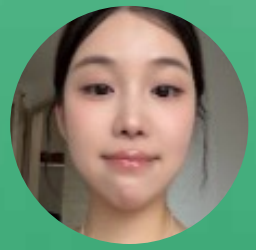
兼顾产品销售额与品牌经营的电商型创作者

依类型客制化，极大化品牌形象 & 销售额



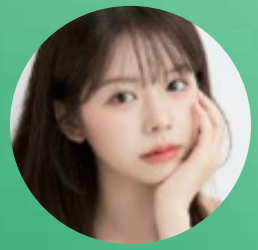
Mussang Idabin

22.6万2.3万 5千



Fromjella

17.5万3.2万



Seji

2.8万2.4万6.6位



Jinnyu

7.2万 5万 2万

角色	新手友善型	生活风格	美妆综艺型	潮流 & 魅力型
类别	真实使用心得型	真实使用心得、日常流程	产品比较 · 验证	故事叙事 · 魅力
电商角度	妆容完成度 前后对比	夜间护肤 流程	产品使用方法 说明	产品故事与 使用方法

Beaus 电商流程

从参与设计到共同开发、顾问，第1档团购完售后延续至第2档团购，并推动进驻Olive Young

共同开发

符合品牌 · 产品调性的
创作者媒合

反映创作者形象的
确保产品差异化及信任度

内容

制作传达产品USP的
品牌内容

形塑产品理解度 · 信任度
及购买期待

种草营销

以SNS · 社群为基础
扩散并创造话题

扩大潜在顾客接触点
并强化即将上市产品的知名度

直播

通过即时交互
强化信任度与购买转换

强化购买信心
并带动即时销售额转换

OR

团购

通过创作者频道
进行产品宣传及销售

以粉丝购买力为基础的
活络销售并扩大销售额

强化产品信任度

将创作者的专业与真实使用经验
反映至产品开发

确保差异化商品竞争力及消费者信任度

极大化营销综效

将品牌内容与种草营销
有机串联

扩大产品曝光并形塑潜在顾客期待感

实际销售额转换

将累积的产品知名度与购买兴趣
串联至直播或团购

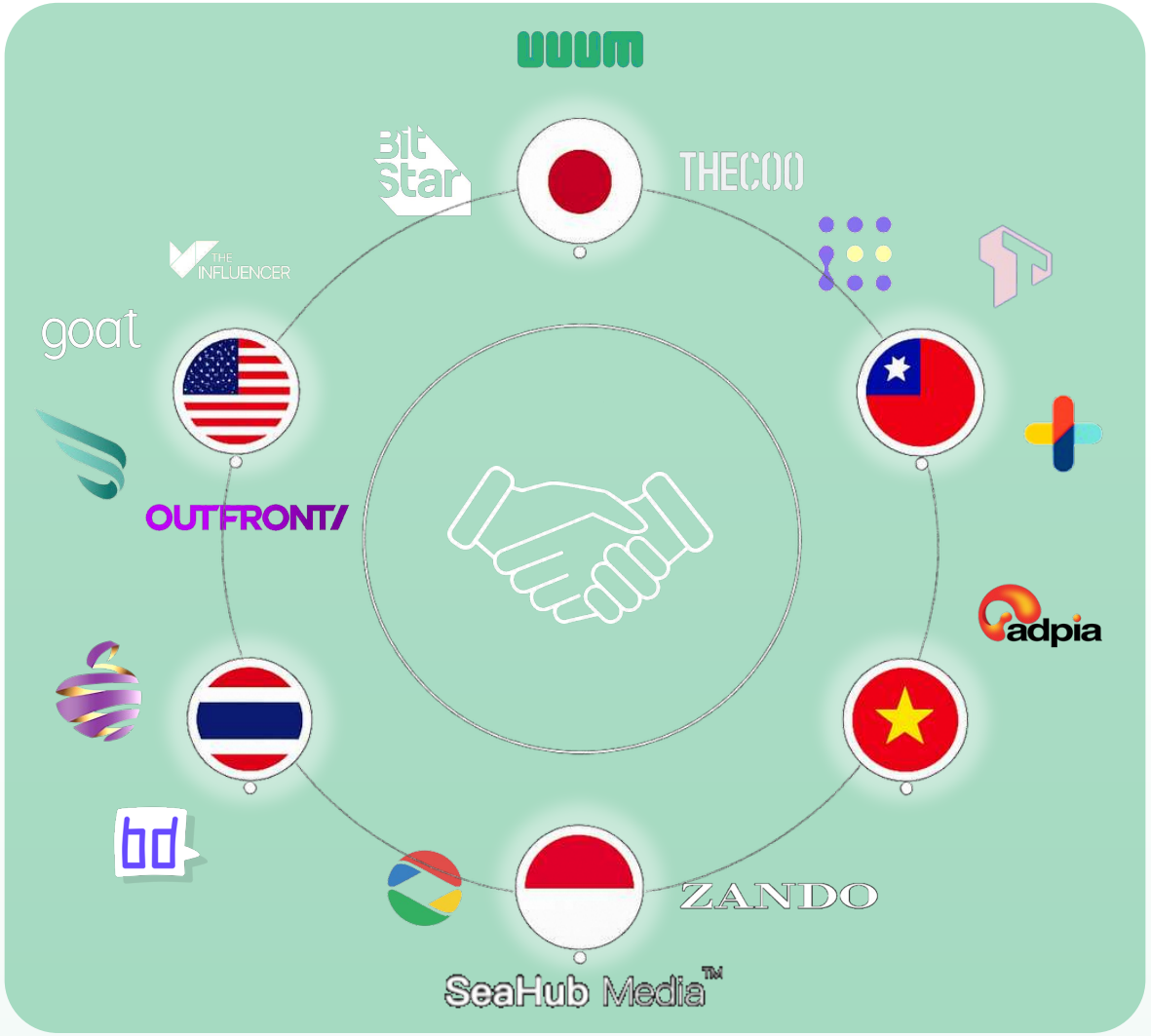
带动购买转换 · 创造实际销售成效

BEAUS COMPANY

04 Global

- 中国
- 美国

与7个国家的当地合作伙伴协作，活络各全球平台营销





出处：3月LA出差 Beaus Company ▲

- 7个国家
- 出差8次
- 合作伙伴会议 50家

以确保韩国国内销售额为目的，活络各全球平台营销

观光客1500万，Olive Young访韩外国人消费激增

通过各国主要平台营销，形成韩国与全球之间的趋势循环结构

以串联国内外消费接触点的跨境营销，极大化销售额

1 在韩外国人营销

Target **以在韩外国人为基础**

- 在韩体验·造访·购买
  累积相关内容
- 提供观光体验及购物动线

2 各国在地触达营销

Target **预计访韩观光客**

- 中国·美国·日本等
  经营各主要目标国家平台
- 可针对当地销售的营销
  运行促销活动

3 访韩观光客购买转换及当地扩散

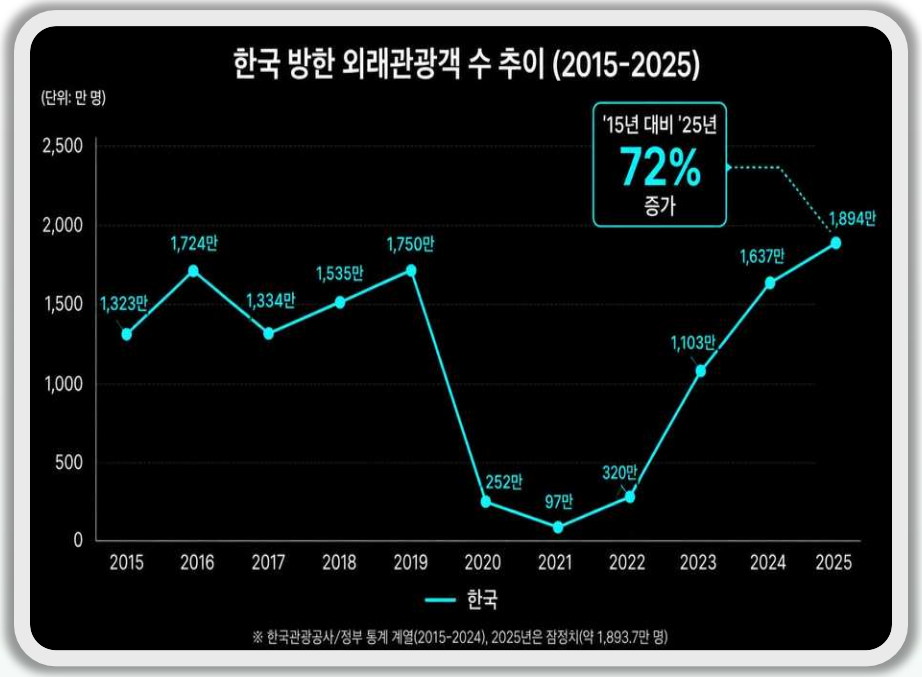
Target **当地外国人**

- 串联韩国线下销售额
- 于当地进一步扩大种草

随着访韩观光客增加，拓展韩国国内营销势在必行

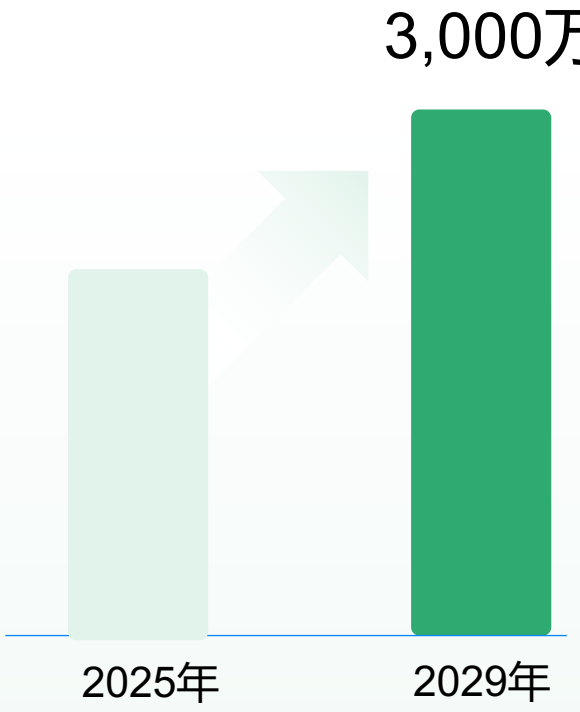
访韩外籍观光客人数趋势（2015~2025）

出处：韩国观光公社/政府统计



韩国入境旅客人数成长趋势

出处：UN Tourism



Olive Young外国人结账笔数

出处：CJ 事业报告书

以2026年1-8月结帐为准

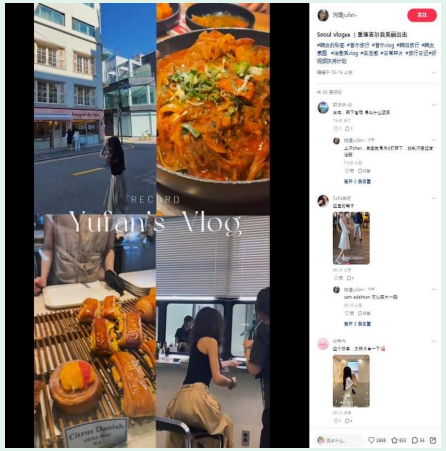
1-8月结帐
1,101万笔（每0.9秒1笔）

80%的观光客于旅游前·旅游中以小红书作为主要搜索管道

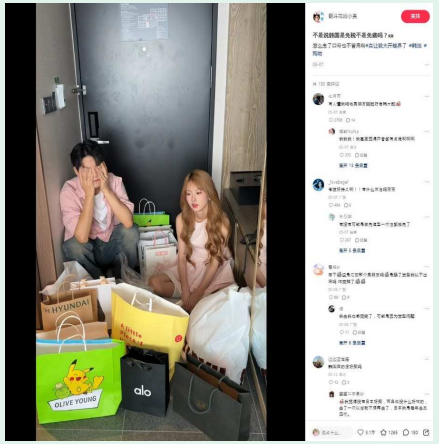
1.旅游前搜索



2.旅游中制作内容



3.旅游后打卡&评价



内核洞察

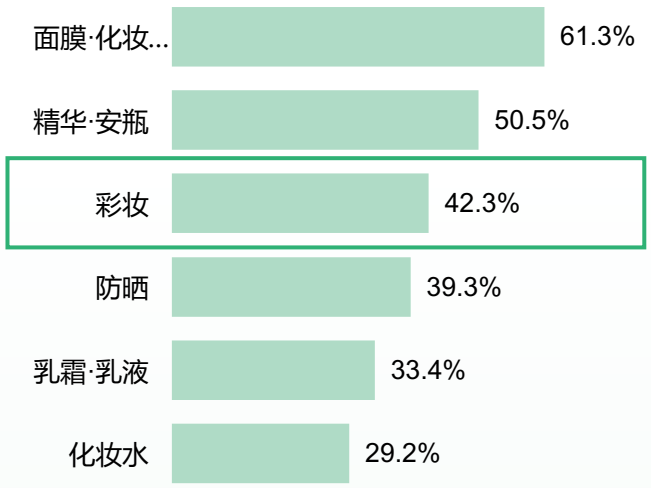
- 中国消费者呈现在小红书搜索·收藏后，于韩国当地决定购买的消费模式
- 明洞·圣水等主要购物区，以产品名称及Olive Young关键字为主的内容对搜索导流最有效
- 对真实使用心得与成分信息型内容信任度高，大幅影响购买决策
- 对韩国护肤品关注度高，混合肌、痘痘、毛孔护肤相关需求尤为明显
- 内核目标：26~35岁中国女性（美妆消费及购买力高的客群）

中国消费者购买倾向调查

→ 以访韩观光客305人第2次问卷调查结果数据为基础

*Beaus Company 4、8月自行问卷调查结果

01 访韩时购买单品

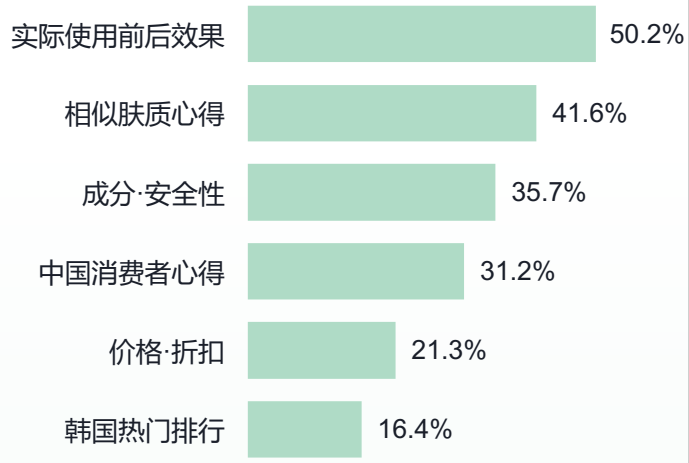


彩妆 42.3%

继面膜·安瓶之后的第3名单品

眼影、腮红、口红于彩妆类别中被搜索，因此搭配彩妆角度关键字一并操作

02 购买前确认信息

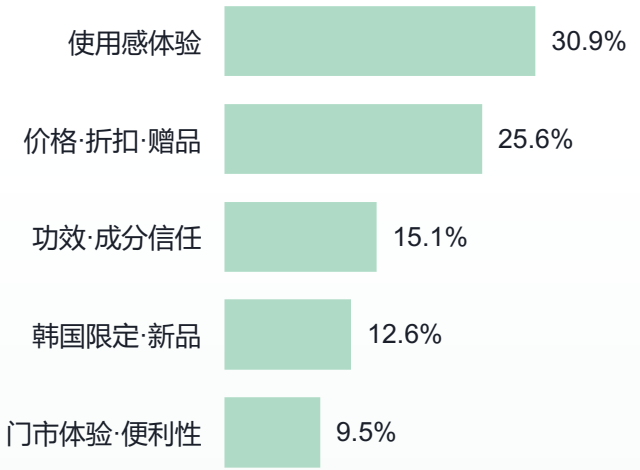


B&A 50.2%

购买前确认信息第1名

本次内容缺少B&A格式，下次必须安排

03 线下购买原因



使用感体验 30.9%

线下购买原因第1名

彩妆是需要亲自确认显色等的单品，引导门市试用的内容有效

以自家专属创作者为基础扩散全球内容

Jinnyu 小红书频道

上传期间：2026.07.21~



JINNEW

小红书号：95466817365 | IP属地：韩国

KR韩国女生 JINNEW
中文还在努力学
平时喜欢逛小红薯和研究怎么化妆
偶尔分享一下韩女都在怎么变漂亮
contact：xugarspice1@gmail.com

28岁 대한민국서울특별시

14 Follow 1.3K Followers 17.1K Likes and saves





메이크업 퀄리티 200% 상승하는 없으면 절대 안되...

조회수 70만회





KR韩国女生每天都在用的3支宝藏化妆刷！

JINNEW 274

小红书热门内容



KR韩女兔系妆教程

JINNEW 2270



卷发棒新手也能卷出韩女氛围感

JINNEW 3298



KR韩女春暖皮本命眼影盘TOP4

JINNEW 400

以美妆小技巧·造型推荐为主的信息型内容

自家专属创作者经营小红书频道中

韩国内容可镜像转发至小红书

扩大韩国频道合作内容对中国目标人群的曝光

依品牌阶段的美国频道策略

STAGE 01

初期 · 成长阶段

独立 / 新进入品牌

频道顺序

Amazon + TikTok Shop → Ulta · Sephora

洞察

TikTok成效 对Amazon、ULTA、Sephora进驻/排行产生外溢效果

Beaus 运行案例

K-Con · Amazon Prime 大促准备

STAGE 02

知名度创建阶段

已具销售额规模并完成线下渠道进驻的品牌

目标扩展

亚裔K-Beauty顾客 → 多元族裔 Gen Z

确认依据

UCLA 访谈 · LA 创作者会议

Beaus 运行案例

Suzie K 大师班 · Coachella · LA 音乐节

韩国 – 美国 良性循环结构

韩国入境型置入 → **美国 UGC · Amazon 评论** → **零售渠道进驻 · 排行依据**

依北美趋势，可同时确保现场体验 & 数字种草的活动规划

TikTok & Instagram 实际操作案例



Laura Lssela

相较近期可确认的产品相关内容 Median 73K views **约2.1倍水准。**

活动成效

播放量 10.3万 / 按赞 707 / 留言 10

播放量 17.2万 / 按赞 2,439 / 留言 17

粉丝数

43.4万　300万

***可通过西班牙语 & 英语字幕扩散种草的人员**



_hanjustin

相较近期McDonald's Sponsored 内容2则平均 150K views 播放量高出约 +50%

活动成效

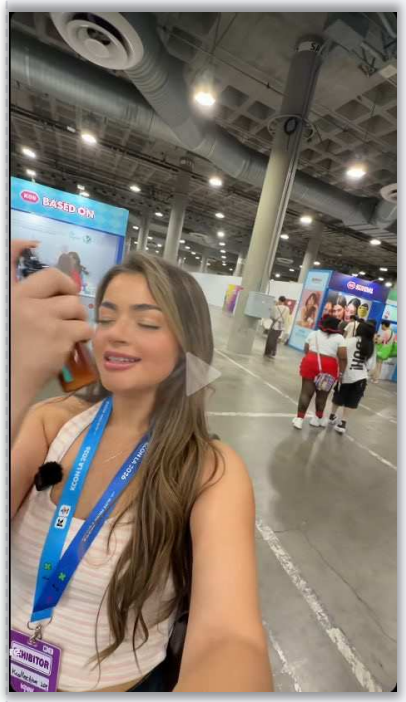
播放量 22.7万 / 按赞 5,460 / 留言 18

播放量 16.4万 / 按赞 3,797 / 留言 28

粉丝数

130万　400万

***可确保娱乐型播放量 & 知名度的人员**



Josselyn

无额外Creator Fee即发布3则内容，获得约45K views。

活动成效

播放量 1.7万 / 按赞 - / 留言 2

播放量 2.4万 / 按赞 1,358 / 留言 17

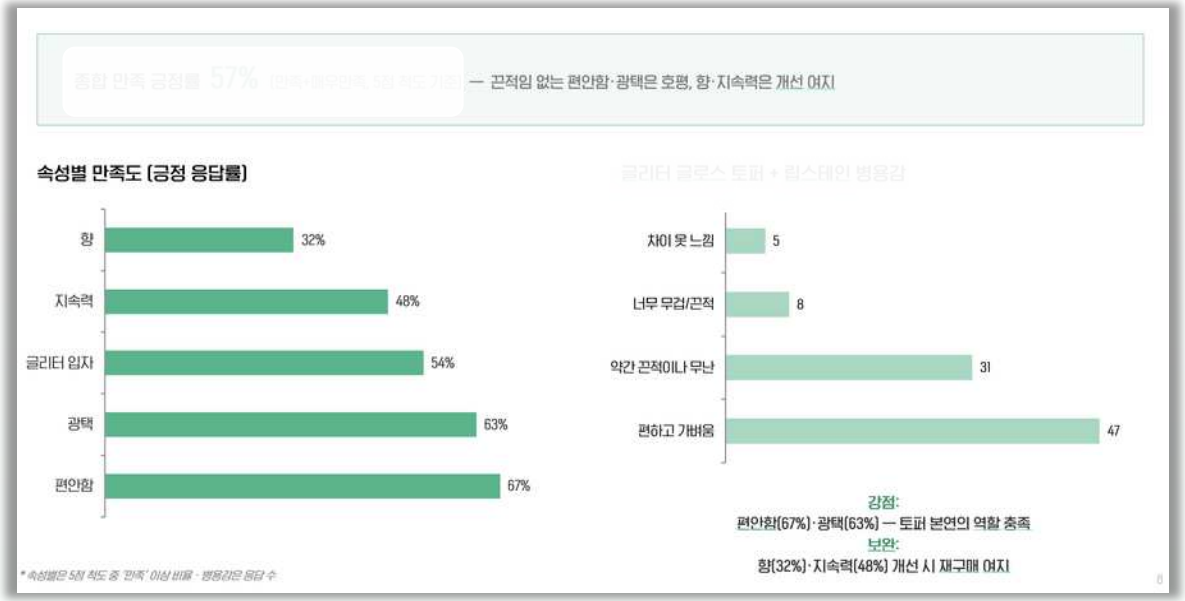
播放量 2.2万 / 按赞 1,425 / 留言 9

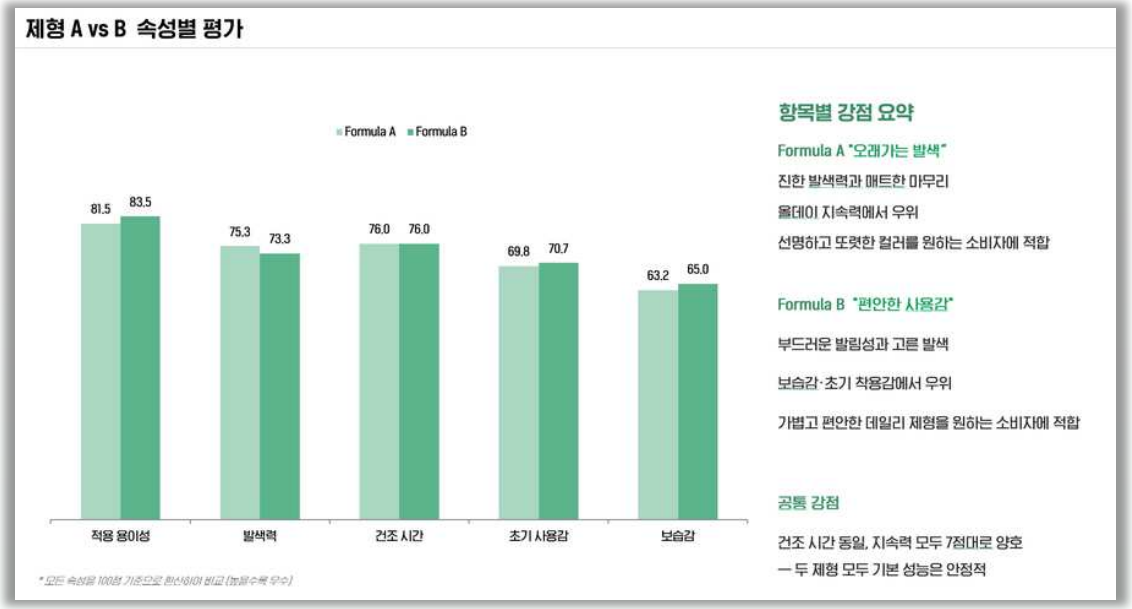
粉丝数

6.2万　49万

***以K-beauty评测 & 日常内容进行FOC合作的人员**

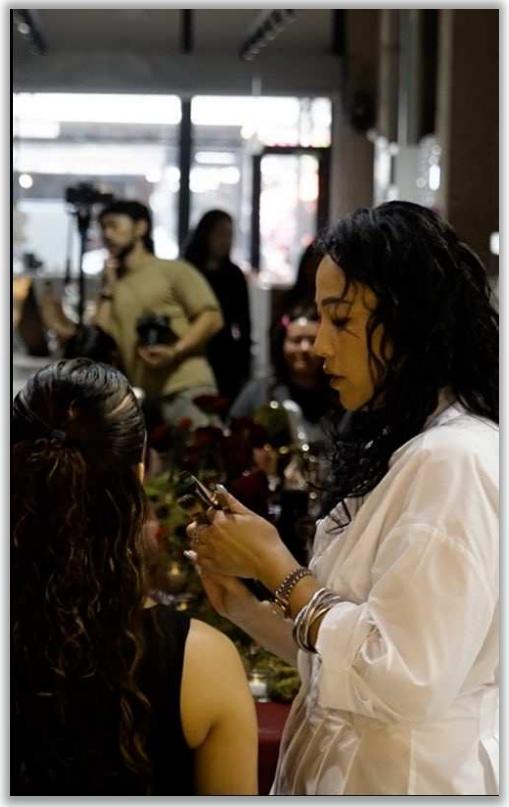
针对美国当地素人 & 网红进行新品试用评鉴
提升美国市场成功率的方案





串联Suzie K彩妆大师班的赞助合作

携手曾为好莱坞演员与尹汝贞、Tiffany Young等众多名人操刀彩妆的化妆师，
介绍K-Beauty的定义与彩妆趋势，并亲自示范·教学的课程







1.8万

suziekbeauty

Event Goal

- 于美国当地美妆专业人士网络中创建品牌知名度
- 非单次曝光，而是由专家亲自使用 · 内容化的资产型合作
- 通过Suzie K及参加者频道自然扩散（以UGC为基础）

Target Attendees

美国当地专业化妆师 + 美妆创作者混合群组
预计人数：20–30人（小型私人活动）→ 每类别1个品牌以1:1密度与30人面对面

BEAUS COMPANY

谢谢。

Beaus Company

首尔市江南区江南大路340号 京元大楼12-13楼

beautysketchkorea@gmail.com
ceo@beaus.co.kr

CEO_ @jinhorus

COMPANY_ @beaus_company

BROUND_
@bround_official

COPYRIGHT ©BEAUS COMPANY | 2026.11