

GULI古里

GULI 古里 • 专业半永久纹 眉连锁品牌 全媒体定制开发项目

调 研 文 档

码梦者

小组成员：张虑慧、滕雅轩、罗佳

曹辅轩、万瀚林、刘玉成

日期：2025-10-10

版本号 1.0

目录

一、调研风格	1
1.1 网址	1
1.2 网站关键词	1
1.3 网站风格	3
1.4 网站风格统计	6
1.5 网站风格总结	6
1.6 关键词统计	6
1.7 关键词总结	6
二、Banner	7
2.1banner 研究	7
2.1banner 统计	12
2.3banner 建议	12
2.4banner 总结	13
三、导航	13
3.1 内容	13
3.2 导航统计	15
3.3 导航总结	16

四、分页	16
4.1 内容	16
4.2 分页统计	31
4.3 分页总结	32
五、功能	32
5.1 网站功能	32
六、首页栏目	33
6.1 栏目调研	33
6.2 栏目统计	51
6.3 栏目总结	51
七、 公众号调研	53
7.1 四七美学	53
7.2 久匠纹绣	58
7.3 阿进纹眉	62
7.4 子维纹绣	65
7.5 小狼狗先生	70
7.6 眉毛先生 MrBrow	74
7.7 公众号总结	80

八、 视频调研82

8.1 眉匠美学 DR.EYEBROWS 美容82

8.2 四七美学 87

8.3 氢妆美学专业美学设计90

8.4 原生派朱老丝 93

8.5 视频总结 95

一、调研风格

1.1 网址

序号	网站	网址
1	传奇美绣	http://www.chuanqimeixiu.com/
2	臻谛美美容服务有限公司	http://zhendimeiwenxiu.com/about/
3	蓬蓬绣-眉眼唇	http://www.pengpengxiu.com/
4	妍丽	https://www.fionacos.com/
5	子维纹绣	http://www.wangziwei.net/
6	原生眉	http://yuanshengmei.com/

1.2 网站关键词

1 传奇美绣

<https://www.ihchina.cn/>

关键词：中国面部美学设计艺术品牌，创造了裸妆定制这个独特的眉眼唇艺术黄金品项，秉承“一遇之美、一生之美“、“传奇美绣、笔笔皆传奇”的匠心服务理念，为美业众多门店带来高额业绩，并为众多女性带来年轻和美丽蜕变。

2 臻谛美美容服务有限公司

<https://m.fyrhome.cn/>

关键词：臻谛美（知名公司）致力于打造中国美业人提供产品、技术、营销拓客、教育培训、团队建设、企业运营管理等一站式共享服务平台。

3 蓬蓬绣-眉眼唇

<http://www.pengpengxiu.com/>

关键词：无

4 妍丽

<https://www.fionacos.com/>

关键词：妍丽,AFIONA,化妆品,妍丽中国官网,albion,valmont,奥碧虹,奥尔滨,法儿曼

5 子维纹绣

<http://www.wangziwei.net/>

关键词：子维纹绣,沈阳纹绣,福字眉,双福眉,天官双福绣,王子维纹绣,王子维会长,王子维,子维会长

6 原生眉

<http://yuanshengmei.com/>

关键词：原生眉

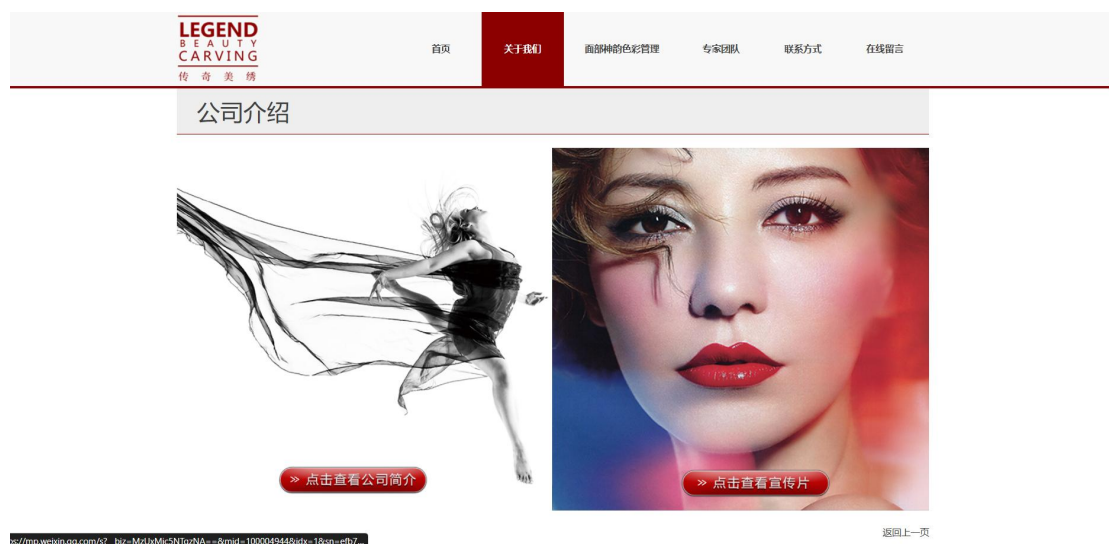
1.3 网站风格

1 传奇美绣

<http://www.chuanqimeixiu.com/>

色彩：以大红色为主色调，搭配白色、灰色为辅助色。

风格：纯净色调，尽显高级感



2 臻谛美美容服务有限公司

<http://zhendimeiwexiu.com/about/>

色调：以浅紫色为主色调，搭配浅粉色、淡白色为辅助色

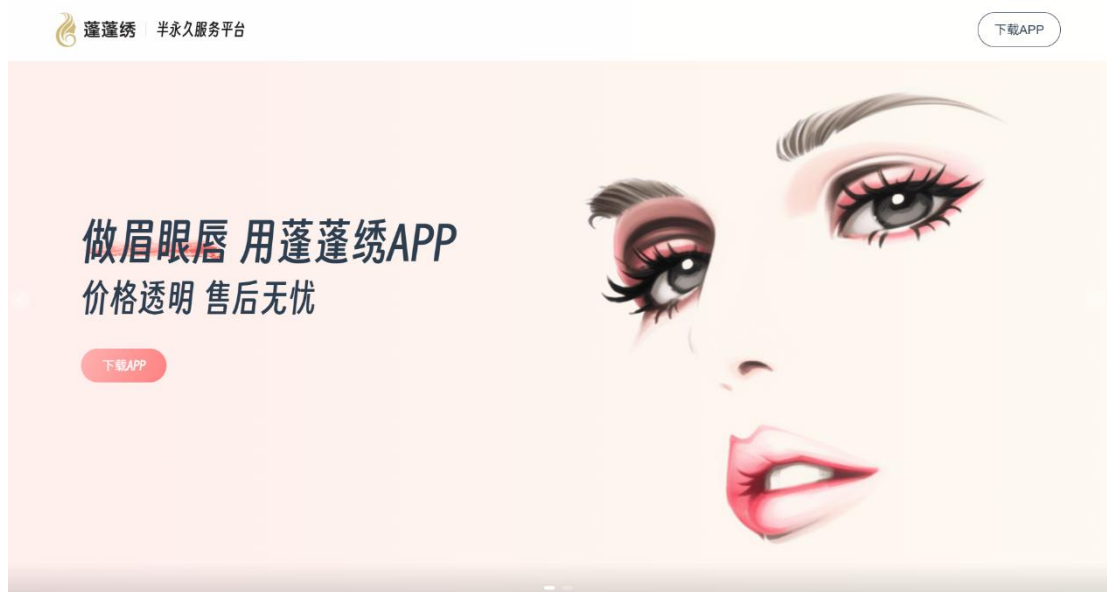
风格：浅紫色体现奢华、精致、专业，符合美容行业对“纯净”的追求



3 蓬蓬绣-眉眼唇

<http://www.pengpengxiu.com/>

网站风格：简约现代风，主色调为黑白色，辅色调为暖黄色



4 妍丽

<https://www.fionacos.com/>

网站风格： 简洁大气，通过清晰的品牌呈现与高端美妆集合店的实景展示，营造出专业且富有品质感的视觉效果。

5 子维纹绣

<http://www.wangziwei.net/>

色调： 采用黑白主调的简约设计

风格： 简约专业、艺术感与高级感兼具的特点，整体设计围绕“纹饰艺术与面部美学”的品牌定位展开

6 原生眉

<http://yuanshengmei.com/>

色调：主色调以大地色系为基础

风格：本质是对“反人工化”产品理念的视觉转译：低饱和配色对应“无妆感”，极简布局呼应“去修饰化”，细节特写强调“真实质感”。这种设计逻辑精准触达目标用户——追求自然美、反感夸张纹绣效果的女性群体，通过视觉语言提前建立“原生、安全、持久”的产品认知，降低用户决策成本。

1.4 网站风格统计

调研的 6 个网站中，风格多样，涵盖大红高级感、浅紫奢华感、黑白简约风、大地色自然风等，均以色彩布局传递品牌定位。

1.5 网站风格总结

我们团队的网站风格为简约现代，大地色自然风等。

1.6 关键词统计

调研的 6 家网站关键词中，关键词分别围绕美业全链服务、高端美妆集合、纹绣技术特色等方向精准布局，助力各自领域的市场定位与业务拓展。

1.7 关键词总结

得出关键词纹绣技术特色等方向围绕去写。

二、Banner

2.1 banner 研究

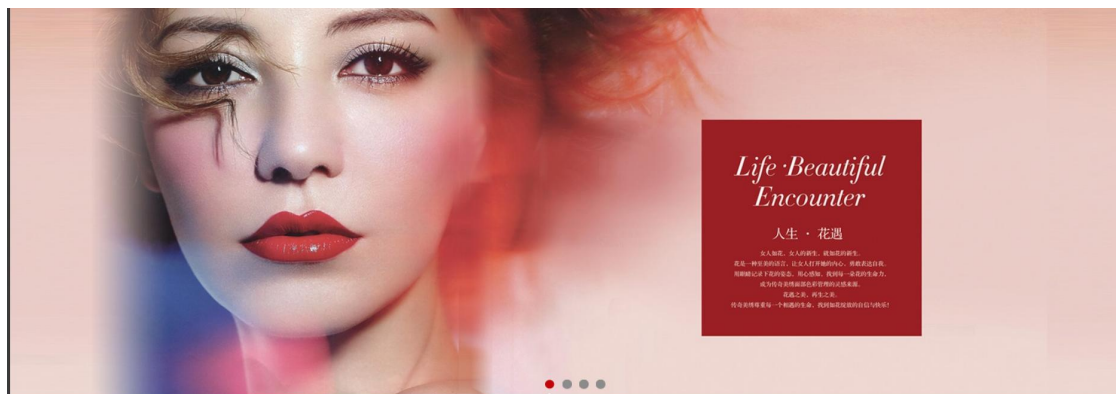
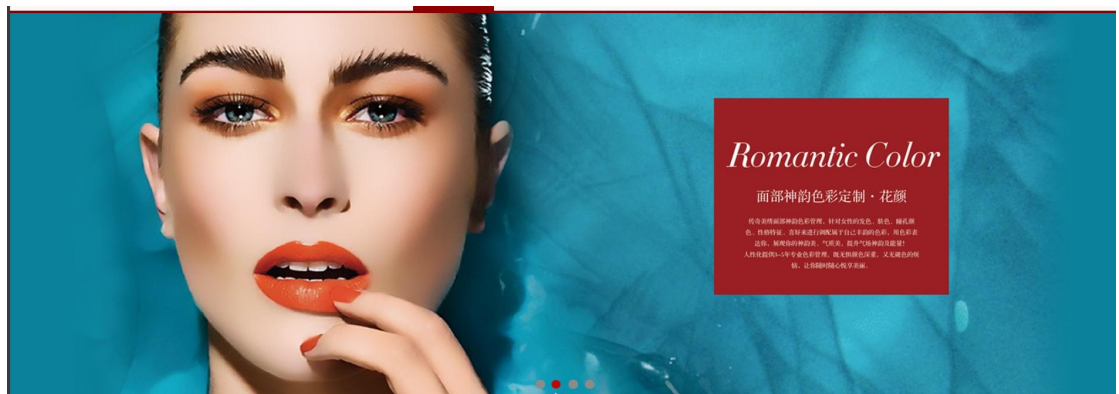
1 传奇美绣

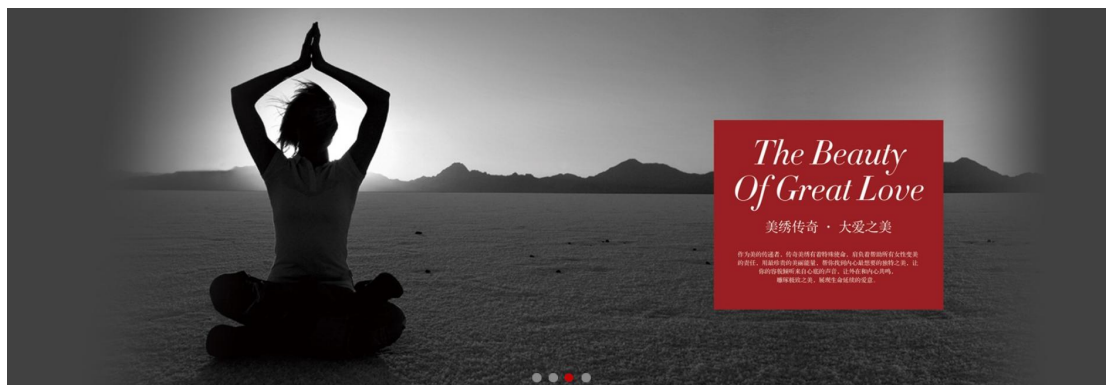
<http://www.chuangqimeixiu.com/>

Banner 数量：4 张

Banner 主题：

高级艺术结合的个人定制，给人一种高级感，大量暖色调的使用，精致感十足，凸显主题，细节丰富，背景偏素雅，避免过于艳丽和刺眼。





2 臻谛美美容服务有限公司

<http://zhendimeiwexiu.com/about/>

Banner 数量：3 张 banner

Banner 主题：左上角品牌展示，主题 2019 臻谛美金牌纹绣艺术家 臻谛美纹绣商学院，强调“金牌”品质，建立品牌的高端专业形象，第二句强化在纹绣技术培训领域的专业性。色彩搭配恰到好处，简单而不失奢华。



3 蓬蓬绣-眉眼唇

<http://www.pengpengxiu.com/>

Banner 数量：2 张 banner 图

Banner 主题：布局极度简洁，核心信息高度集中，没有任何冗余元素。这非常符合移动端“聚焦核心功能，引导用户操作”的设计理念。设计服务于单一核心目标：引导用户下载 APP。





4 妍丽

<https://www.fionacos.com/>

Banner 数量：1 张 banner 图



Banner 主题：门店图加文字信息，主题围绕“妍丽”展开；

5 子维纹绣

<http://www.wangziwei.net/>

Banner 数量：无

6 原生眉

<http://yuanshengmei.com/>

Banner 数量：无

2.1 banner 统计

一共调研了 6 个网站，大部分的网站都是 1~4 张 banner 图，有 2 个网站无 banner 图

如中国非物质文化遗产数字博物馆以多张动态 banner 图不同表现出企业的重点发展理念以及保护和传承非遗的核心，展现出对领域发展的能力，反映出企业对多领域服务能力的强需求。

视觉效果上，banner 图的色彩都很统一搭配，运用同一色彩、动态元素强化文化传承感或创意性。

2.3 banner 建议

建议团队采用多张 banner 图来展示网站，色彩风格上进行统一，直接传递出功能性专业性信息，让用户更加清晰了解。

2. 4banner 总结

企业根据自身业务范围来决定 banner 图的主题内容，业务多元化公司比如（中国非物质文化遗产数字博物馆、非遗人之家、端午湘渊、潇湘博物馆、湖南省非物质文化遗产）都运用了多张动态 banner 图来展示非遗的核心理念以及主题；单张强化中国优秀传统文化，非遗文化。

非遗节日文化，倾向于动态 banner 图结合以及简洁文字结合，突出重点文化。

三、导航

3.1 内容

1 传奇美绣

<http://www.chuanqimeixiu.com/>

一级导航：首页、关于我们、面部神韵色管理、专家团队、联系方式、在线留言



二级导航：公司介绍，品牌理念，品牌联合创办人，品牌盛会，美之道美学苑，传奇美绣美学观点，面部神韵色彩定制，中国最强面部美学设计师团队，专家风采



2 臻谛美美容服务有限公司

<http://zhendimeiwenxiu.com/about/>

一级导航：首页，企业简介，纹绣产品，学员风采，资深团队，资讯活动，报名学习，联系我们



3 蓬蓬绣-眉眼唇

<http://www.pengpengxiu.com/>

导航：无

4 妍丽

<https://www.fionacos.com/>

一级导航：关于 AFIONA、最新动态、全线品牌、门店信息



导航设计：

布局简洁：整体布局简洁明了，导航栏条目排列整齐

5 子维纹绣

<http://www.wangziwei.net/>

一级导航：网站首页 品牌故事 技术中心 新闻中心 案例展示

联系我们

二级导航：公司动态 行业动态

网站首页 ▾ 品牌故事 ▾ 技术中心 ▾ 新闻中心 ▾ 案例展示 ▾ 联系我们 ▾

6 原生眉

<http://yuanshengmei.com/>

一级导航：首页 合作项目 合作优势 合作流程 加入我们

3.2 导航统计

调研的 6 家网站导航中，3 家只有一级导航，分别是 2、4、6，
1 家无导航

2 家有二级导航，分别是 1、5。

一级导航中，有 4 家含有“首页”导航，有 2 家含有关于“关于我们”，“关于”等相似导航，。3 家含有关于“案例”等相似导航。
3 家含有关于“联系”，“联系我们”等导航。

3.3 导航总结

总结得出我们一级导航中可用“首页”，“关于我们”，“案例”，等导航，其他看情况斟酌。

四、分页

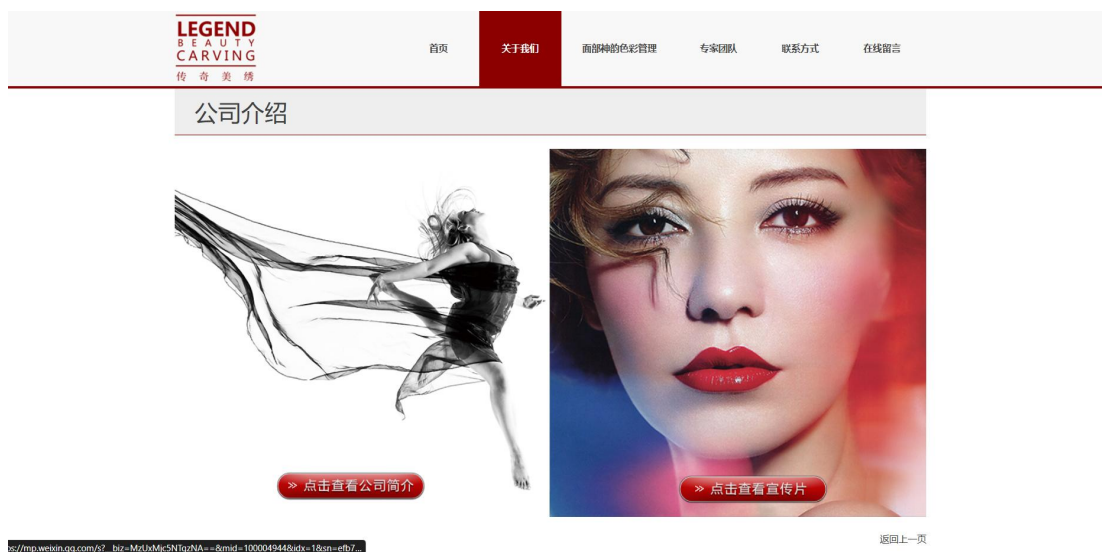
4.1 内容

1 传奇美绣

<http://www.chuanqimeixiu.com/>

13 个分页：关于我们、面部神韵色管理、专家团队、联系方式、在线留言

分页 banner：分页 banner 大部分都为该张，红色图片对照整体网站主题，简单而不失奢华，营造出高级感。



关于我们、面部神韵色彩管理：两张分页效果一致，点击红色按钮可跳转进微信公众号查看详细内容



专家团队：公司专业人员整齐划一，可单击查看详情，无动画效果



联系方式：通过表格的形式说明，公司名字以及分店详细地址

联系方式							
传奇美纳（上海）生物科技有限公司 <table border="1"> <tr> <td> 传奇美纳集团 广州美纳企业管理有限公司 地址：广州市天河区棠下大街460号汇金国际金融中心2213-2215室 </td><td> 传奇美纳集团 汕头美纳分公司 地址：广东省汕头市金平区金太路1701 </td></tr> <tr> <td> 传奇美纳集团 广东美纳文化传播有限公司 地址：广东省广州市天河区中德路1601室 </td><td> 传奇美纳集团 深圳美纳分公司 地址：广东省深圳市福田区中康路1601室 </td></tr> <tr> <td> 传奇美纳集团 苏州美纳分公司 地址：江苏省苏州市工业园区金鸡湖1601室 </td><td></td></tr> </table>		传奇美纳集团 广州美纳企业管理有限公司 地址：广州市天河区棠下大街460号汇金国际金融中心2213-2215室	传奇美纳集团 汕头美纳分公司 地址：广东省汕头市金平区金太路1701	传奇美纳集团 广东美纳文化传播有限公司 地址：广东省广州市天河区中德路1601室	传奇美纳集团 深圳美纳分公司 地址：广东省深圳市福田区中康路1601室	传奇美纳集团 苏州美纳分公司 地址：江苏省苏州市工业园区金鸡湖1601室	
传奇美纳集团 广州美纳企业管理有限公司 地址：广州市天河区棠下大街460号汇金国际金融中心2213-2215室	传奇美纳集团 汕头美纳分公司 地址：广东省汕头市金平区金太路1701						
传奇美纳集团 广东美纳文化传播有限公司 地址：广东省广州市天河区中德路1601室	传奇美纳集团 深圳美纳分公司 地址：广东省深圳市福田区中康路1601室						
传奇美纳集团 苏州美纳分公司 地址：江苏省苏州市工业园区金鸡湖1601室							

在线留言：可以通过该页面提交报名信息

在线留言

姓名：

电话：

邮箱：

立即提交

2 臻谛美美容服务有限公司

<http://zhendimeiwexiu.com/about/>

71 个分页：（企业简介，纹绣产品，学员风采，资深团队，资讯活动，报名学习）



分页 banner:

大部分都为这张



企业简介：鼠标经过色块由浅紫色变成橙色，点击进去可以跳转到另一个分页

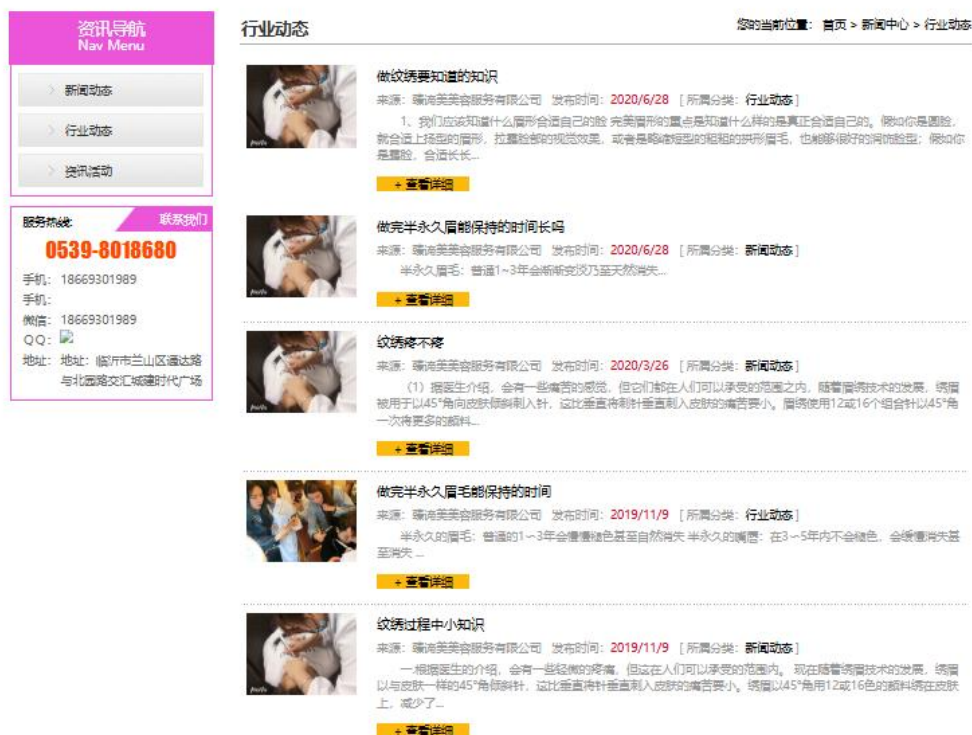
目前陈鹤美主要在中国画展览、书画中心、博物馆、艺术馆、学校等场所进行书画创作和教学。她毕业于中国美术学院，拥有硕士学位，是浙江省美术家协会会员、中国书画函授大学肇庆分校客座教授、肇庆学院客座教授。她拥有10大核心技术，一大批以专业技术精湛的专家和导师，使她先进的教学理念、齐全的教学设施、一流的教学质量、严谨的教学、为学员们提供了一个真正零距离教学和实践学习的平台。陈鹤美老师毕业于中国美术学院国画专业，具备深厚的传统国画功底，她将自己多年积累的丰富教学经验，结合自己的创作心得，精心研发出一套完整的国画教学体系。她注重理论与实践相结合，通过大量的临摹和写生，培养学生的观察力和表现力。她善于因材施教，根据学生的不同基础和兴趣，制定个性化的教学方案。她注重培养学生的审美能力和文化素养，通过讲解名画背后的故事和内涵，让学生更好地理解国画的精髓。她鼓励学生大胆创作，发挥自己的想象力和创造力，培养他们的独立思考和解决问题的能力。她注重培养学生的团队合作精神和沟通能力，通过小组合作和互相评价，提高学生的综合素质。她注重培养学生的职业素养和职业道德，通过言传身教，让学生养成良好的学习习惯和行为习惯。她注重培养学生的终身学习能力，通过提供丰富的学习资源和拓展课程，让学生能够持续学习和成长。她注重培养学生的社会责任感，通过参与公益活动和社会实践，让学生能够更好地融入社会，为社会做出积极贡献。她注重培养学生的国际视野和跨文化交流能力，通过与国际知名艺术机构和专家的交流合作，让学生能够更好地走向世界，传播中国书画文化。她注重培养学生的创新创业能力，通过鼓励和支持学生开展艺术创作和经营活动，培养学生的市场意识和竞争能力。她注重培养学生的领导力和团队协作能力，通过担任学生干部和参与社团活动，培养学生的组织能力和团队合作精神。她注重培养学生的自我管理能力和自律意识，通过制定严格的学习计划和考核制度，培养学生的时间管理能力和自律意识。她注重培养学生的心理素质和抗压能力，通过面对挑战和困难，培养学生的心理韧性和抗压能力。她注重培养学生的社会责任感和公民意识，通过参与社会公益活动和志愿服务，培养学生的社会责任感 and 公民意识。她注重培养学生的国际视野和跨文化交流能力，通过与国际知名艺术机构和专家的交流合作，让学生能够更好地走向世界，传播中国书画文化。她注重培养学生的创新创业能力，通过鼓励和支持学生开展艺术创作和经营活动，培养学生的市场意识和竞争能力。她注重培养学生的领导力和团队协作能力，通过担任学生干部和参与社团活动，培养学生的组织能力和团队合作精神。她注重培养学生的自我管理能力和自律意识，通过制定严格的学习计划和考核制度，培养学生的时间管理能力和自律意识。她注重培养学生的心理素质和抗压能力，通过面对挑战和困难，培养学生的心理韧性和抗压能力。她注重培养学生的社会责任感和公民意识，通过参与社会公益活动和志愿服务，培养学生的社会责任感 and 公民意识。

您的当前位置: [首页](#) > [产品展示](#)





资讯活动：查看行业动态，主要解决客户疑问的主分页，可以单机黄色按钮查看详细



报名学习：该页面是一个报名提交个人信息的页面，客户可以通过填写内容让客服了解需求。



联系我们：右边用了一个动画表情，中间说明公司名称以及联系方式



3 蓬蓬绣-眉眼唇

<http://www.pengpengxiu.com/>

分页数量：无

4 妍丽

<https://www.fionacos.com/>

“最新动态”做分页，是因为品牌动态会持续新增，若全部堆叠易造成页面冗长、加载缓慢。分页后，既能让内容呈现更有序简洁，减少信息过载感；又能提升页面加载与浏览的流畅度，还方便用户精准查找不同时期的动态，更高效地获取感兴趣的品牌资讯，优化浏览体验。



产品信息做分页，是因为美妆产品品类、品牌丰富，若全部罗列易造成页面冗长、加载迟缓。分页后，能让产品展示更有序，避免信息过载，同时方便用户高效浏览不同产品，快速定位心仪美妆好物，提升浏览与查找的流畅性、体验感。



设置“企业介绍”板块，既能够让用户全面了解品牌的发展历程、业务布局与核心优势，又通过“正品保障体系”的多维度展示，传递品牌在正品、服务等方面的可靠保障，增强用户对品牌的认知与信任，为用户后续消费决策奠定基础。



设置“企业文化”板块，既能传递品牌“让美更美”的核心价值与对美的独特理念，引发用户情感共鸣；又能塑造品牌注重个性美、专业服务的形象，加深用户对品牌的认同感与好感度。



5 子维纹绣

<http://www.wangziwei.net/>

8 个分页：品牌故事、技术中心、新闻中心、案例展示、联系我们、公司动态、行业动态

分页 banner：1 张



品牌故事：

品牌故事

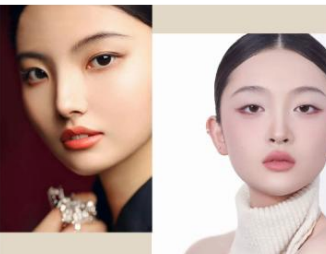
纯粹的工笔手绘；直白的变美魔法；质朴的长期守护。

子维纹绣文化传播有限公司，分为北方与香港两个垂直机构，是专注于纹饰艺术与面部美学的国际化公司，前身为1999年创立的子维纹绣团队。公司拥有完善的服务系统和深远的文化支撑，汇集现代美学与中式写意之美，以艺与道行于天下，在面部形象逐渐个性化、标签化的现代，服务海内外的各界人士。公司拥有完善的服务系统和深远的文化支撑，汇集现代美学与中式写意之美，以艺与道行于天下，在面部形



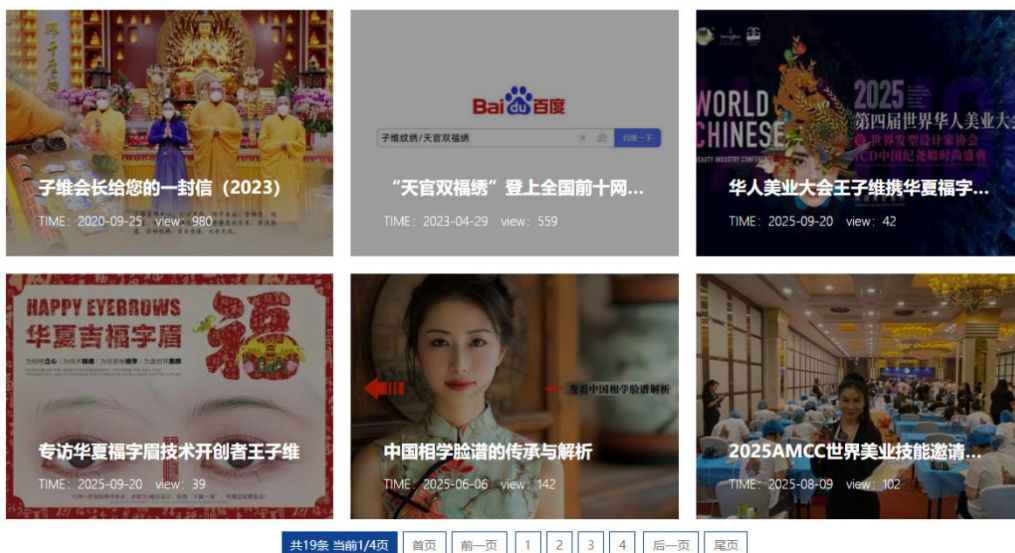
1999 始于1999，从事美业26年	9500 9500个日夜的艺术追寻	466 全国合作466多家美业机构	8700+ 全国培育8700+先锋弟子
-------------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------------

案例展示：

 明星之路	 眉&眼&唇	 素颜妆 日常家居 通透自然
 双福野生眉	 双福眼妆	 双福唇妆
 中国风实操作品	 整体效果呈现	 模块操作

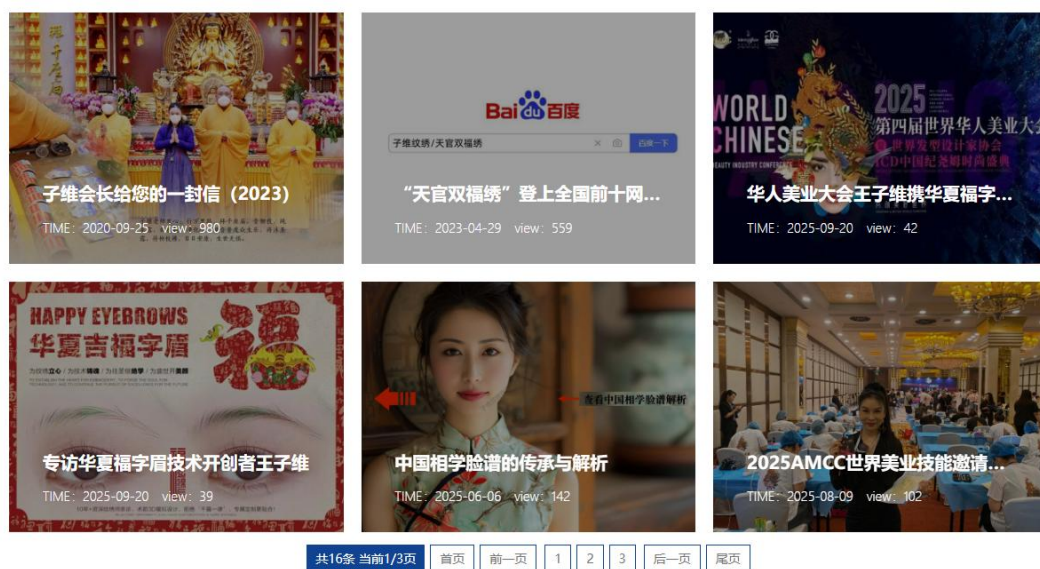
新闻中心：

新闻中心



公司动态：

公司动态



行业动态：

行业动态



共3条 当前1/1页 [首页](#) [前一页](#) [1](#) [后一页](#) [尾页](#)

联系我们：

公司名称：香港/沈阳子维纹绣文化文化传播有限公司

联系人：王经理：135 9142 6618

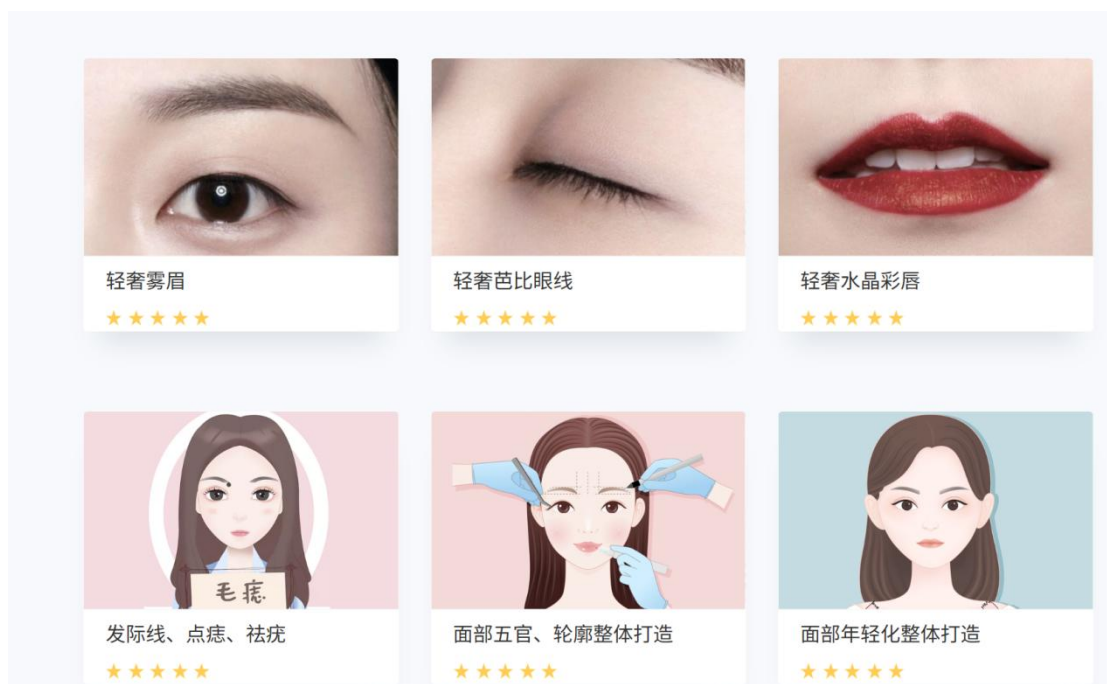
联系人：胡经理：132 5286 6569

6 原生眉

<http://yuanshengmei.com/>

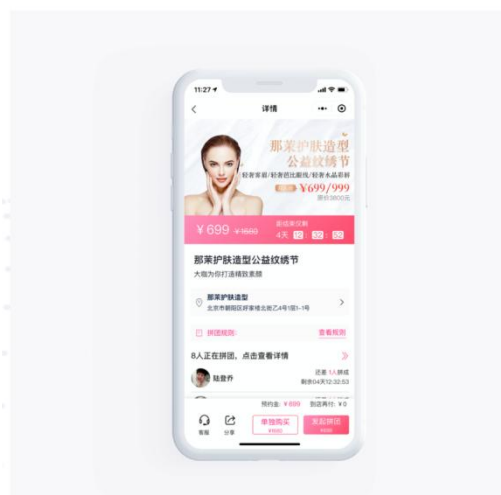
4 个分页：合作项目、合作项目、合作优势、加入我们

合作项目：



合作优势

合作流程：



原生眉合作流程

1、商家所需准备工作：

确定合作意向并签订合作协议
预约会议时间，制定销售目标
安排人员培训

2、原生眉需要准备工作：

- (1) 根据《加盟店考察评估表》确认合作意向，签署合作协议
- (2) 一店一方案：制定针对性终端合作方案
- (3) 根据需求设计推广物料
- (4) 制定培训计划
- (5) 确定医美操作会时间/安排技术专家下店操作时间
- (6) 现场操作
- (7) 售后服务体系、确定循环推广时间

加入我们：

欢迎加入我们

“原生眉”是深圳兰祺网络科技有限公司北京分公司研发的生活美容、医疗美容、纹绣等新零售高端服务电商平台。

进入BOSS直聘



4.2 分页统计

13 个分页：传奇美绣

71 个分页：臻谛美美容服务有限公司

8 个分页：子维纹绣

4 个分页：原生眉

一级标题：

首页：传奇美绣、子维纹绣、臻谛美美容服务有限公司、妍丽、原生眉

关于我们：传奇美绣、子维纹绣、臻谛美美容服务有限公司、妍丽、蓬蓬绣-眉眼唇、原生眉

子分页：

banner 图：传奇美绣、子维纹绣、臻谛美美容服务有限公司、妍丽

版权：传奇美绣、子维纹绣、臻谛美美容服务有限公司、妍丽、蓬蓬绣-眉眼唇、原生眉

案例展示：传奇美绣、子维纹绣、臻谛美美容服务有限公司、妍丽、蓬蓬绣-眉眼唇、原生眉

联系方式：传奇美绣、子维纹绣、臻谛美美容服务有限公司、妍丽、蓬蓬绣-眉眼唇、原生眉

4.3 分页总结

一级标题：首页 案例展示 关于我们 联系我们

子分页：banner 图 版权 关于我们 联系方式 案例展示

五、功能

5.1 网站功能

根据调查显示 6 个网站里面都有点击跳转的功能。

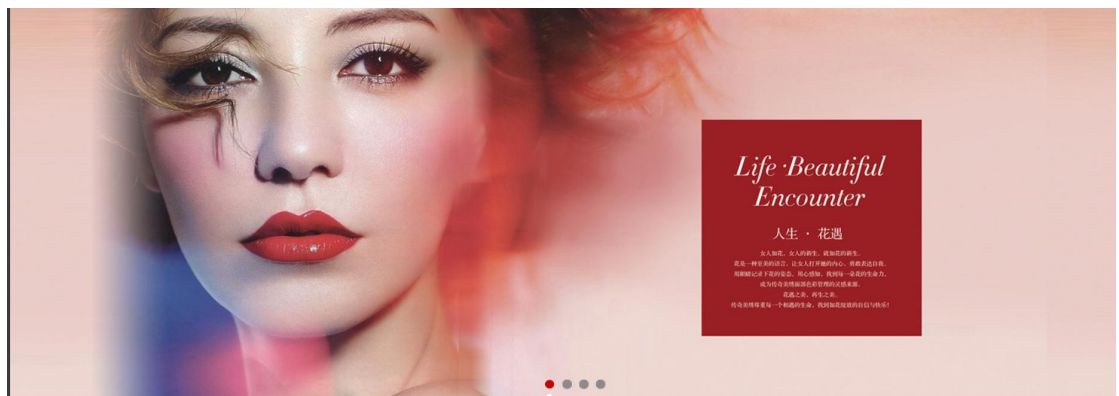
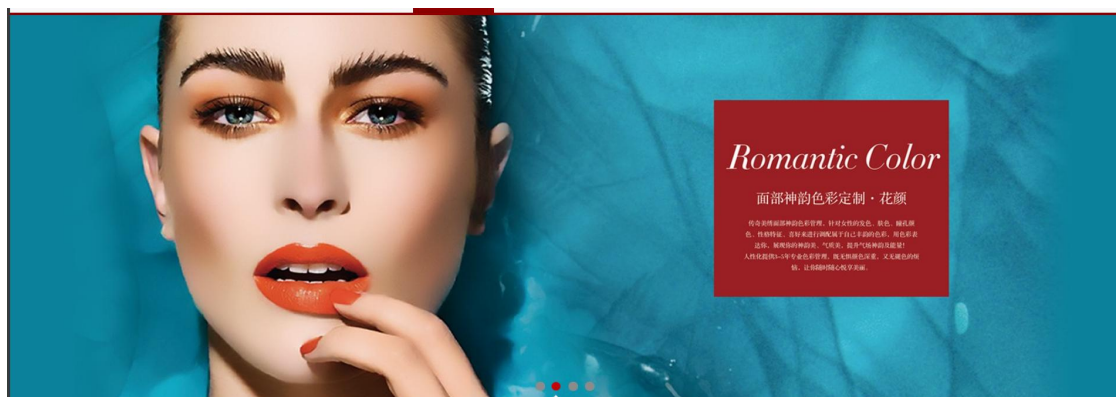
六、首页栏目

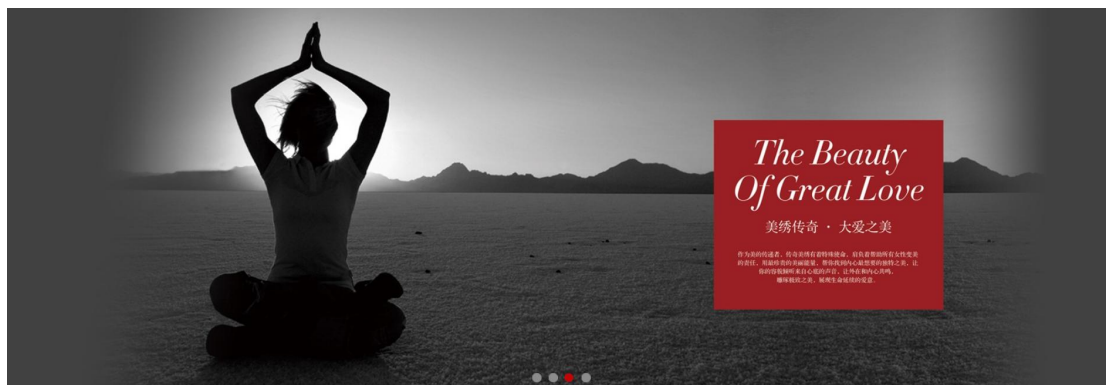
6.1 栏目调研

1 传奇美绣

<http://www.chuanqimeixiu.com/>

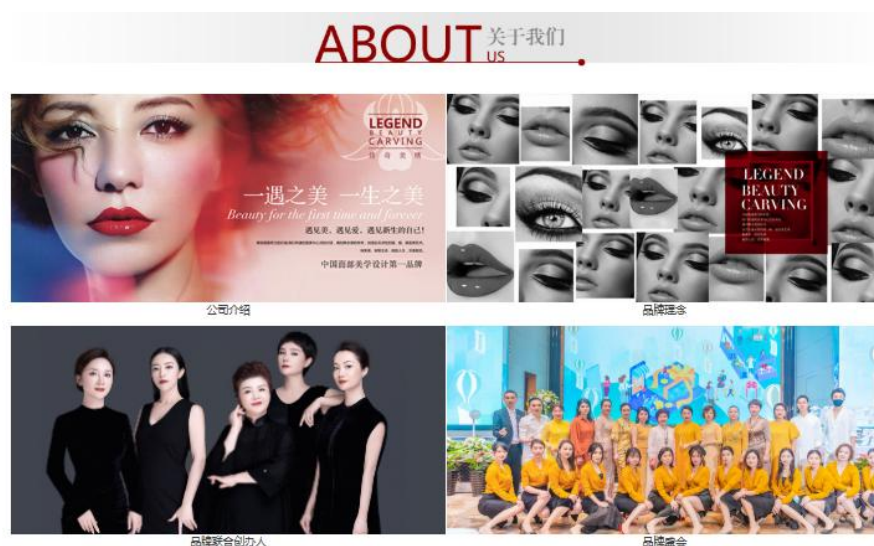
首页 Banner 图：4 张 banner 图轮播。





首页栏目：一遇之美 一生之美，面部神韵色彩管理，传奇美绣
美学观点，中国最强面部美学设计师团队，品牌联合创办人，品
牌理念

.关于我们：由四个关键部分组成，主要用来介绍该品牌，鼠标
经过图片可放大，方便客户浏览，可点击图片跳转至详情页。



面部神韵色彩管理：与上一个栏目效果一致，这里主要是对产品的定位，客户可通过这个栏目查看自己的需求来了解。



专家介绍：用了一个滑动效果 来介绍品牌的技术人员，每张图片对应该技术人员的形象照片，可点击跳转至详情页浏览。



联系我们：这个栏目构思巧妙，分为两部分，为左右，左边是公司的分店详情，用户可通过这个栏目查看最近的门店，右边是一个留言区，可通过填写信息提交个人问题，会有专业人员进行解答。



在线留言：可以通过该页面提交报名信息



底部：版权所有，以及公司地址、公司二维码。



2 臻谛美美容服务有限公司

<http://zhendimeiwexiu.com/about/>

首页 banner 图：1 张 banner 图



首页栏目：不同纹绣技术的特点比较，师资团队详细资历，成功案例深度分析，专业的仪器设备，具体纹绣技术名称

热门导航：这个栏目是一个信息导航，方便客户找到自己所需要了解的内容进行浏览。第二部分将用户的需求感推向顶峰，用几个关键性问题，吸引客户注意力



产品展示：中间用一个矩形框按钮点击查看详情，鼠标经过变颜色，下方运用模特拍摄的广告进行单项仪器的介绍，可点击查看。



资深团队：运用 tab 栏切换的效果来介绍公司人物，详细说明人物背景的详细介绍，方便客户浏览。下面写了品牌的几大优势，展示了品牌的核心实力以及专业背景，提升可信度。

SENIOR TEAM

资深团队



培训现场：用滑动效果将拍摄的培训现场一一展示。每张图片可点击查看详情，鼠标经过会变色。

TRAINING

培训现场



案例展示：用不同的作品进行展示，可点击图片查看详情，鼠标经过会变色，让客户更精准找到自己的需求。



关于我们：这里是一个对该品牌的详细介绍，可点击最后的按钮查看更多，方便客户更深层次的了解该品牌。



资讯活动：这个栏目是一个关于热搜关键词的解答，可点击查看详情。



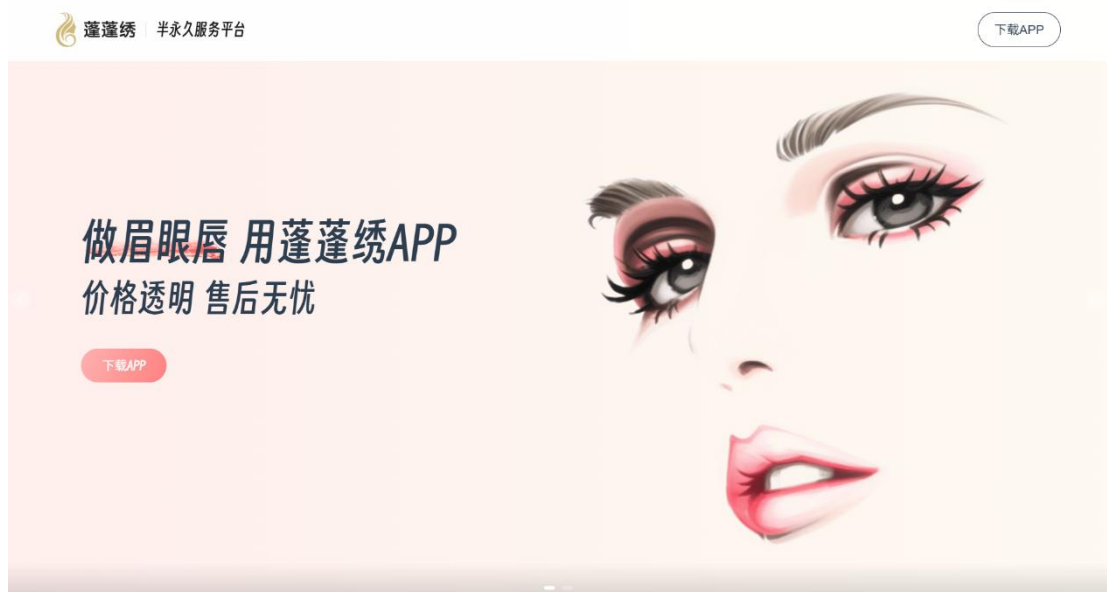
底部：热搜关键词，方便客服进入网站可供参考，右边用了公司二维码，方便客户的使用，中间说明公司地址。



3 蓬蓬绣-眉眼唇

<http://www.pengpengxiu.com/>

首页 Banner：2 张 banner 图轮播



首页栏目（3个）：用心服务 让美更简单、关于我们、底部版权

用心服务，让美更简单：

设计上追求简洁干净，以营造一种“专业让您变美”的精致感。设计服务于功能。首要目的是清晰罗列服务项目和卖点，吸引顾客咨询

或消费。因此，在设计上更偏向于高转化率的商业模板风格。



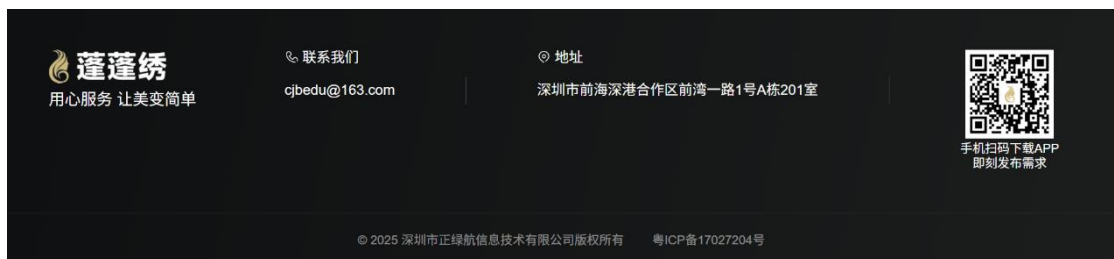
关于我们：

设计完全服务于内容。页面的核心就是那段“关于我们”的文案，目的是让用户静心阅读，了解企业的理念和承诺。设计通过减少视觉干扰来达成这一目标。作为品牌基石，建立强大的专业信任感。使用深灰色而非纯黑色作为文字颜色，是一种更现代、更精致的设计选择。它减少了纯黑色与纯白色之间的强烈对比，使长时间阅读更加舒适、不刺眼。



底部版权：

布局干净、直接，将所有重要的底部信息——联系方式、实体地址、APP 下载和版权声明——清晰地分组陈列。没有任何视觉噪音，风格上与“关于我们”页面高度一致，强化了品牌专业、严谨、可靠的整体形象。页脚的核心作用是建立最终信任并提供转化路径。展示公司全称、备案号和实体地址，极大地增强了品牌的真实性与可信度。同时，它没有放弃最后一次转化用户的机会，再次提供了下载 APP 的入口。



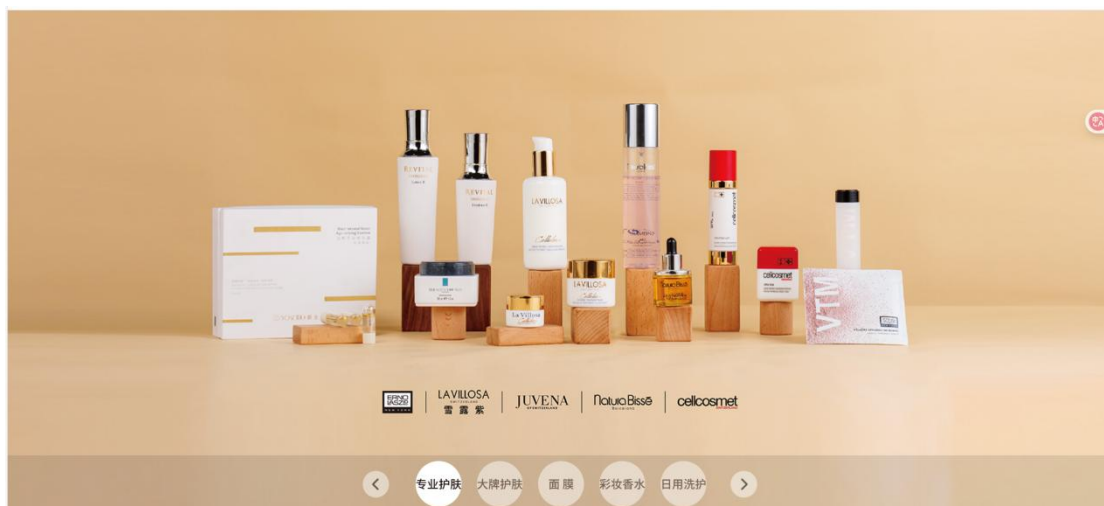
4 妍丽

<https://www.fionacos.com/>

设置“最新动态”栏目，一方面可传递品牌最新发展情况（如新品发布、活动开展、合作动态等），展现品牌活力与成长，塑造积极品牌形象；另一方面能让用户及时获取品牌新鲜资讯，加深对品牌的了解，增强用户与品牌的互动连接，方便用户把握与自身需求相关的品牌信息（如参与活动、了解新品等）。



该产品信息栏目通过集中展示多品牌高端美妆产品，并搭配清晰的品类分类，既能凸显品牌作为中高端美妆集合店的产品丰富度与品质感，又能让用户直观了解产品品牌、类型，方便其根据需求快速筛选、获取心仪美妆产品的信息，辅助消费决策。



设置“门店展示”栏目，既能通过实景呈现门店融合美学、艺术等的空间氛围，展现品牌线下场景的高端体验感；又能让用户直观了解门店环境与陈列，吸引有线下体验需求的用户，同时增强用户对品牌的信任感。



5 子维纹绣

<http://www.wangziwei.net/>

品牌故事：



The image shows a screenshot of the Ziwei Tattoo brand story page. The page features a navigation bar at the top with links: 品牌故事, 品牌文化, 品牌理念, 品牌服务, 品牌加盟, 品牌合作. The main content area is titled '品牌故事' (Brand Story) and includes a sub-header '纯粹的工笔手绘；直白的变美魔法；质朴的长期守护。' (Pure traditional Chinese ink painting; straightforward beauty magic; simple long-term protection). Below this is a paragraph describing the company's history and mission. To the right is a large image of a woman with a tattoo, with the text 'Ziwei Tattoo' and 'Creating Beauty - Creating Art' overlaid. At the bottom, there are four blue boxes with white text, each containing a large number and a description: '1999' (始于1999, 从事美业26年), '9500' (9500个日夜夜的艺术追寻), '466' (全国合作466多家美业机构), and '8700+' (全国培育8700+先锋弟子).

品牌故事

纯粹的工笔手绘；直白的变美魔法；质朴的长期守护。

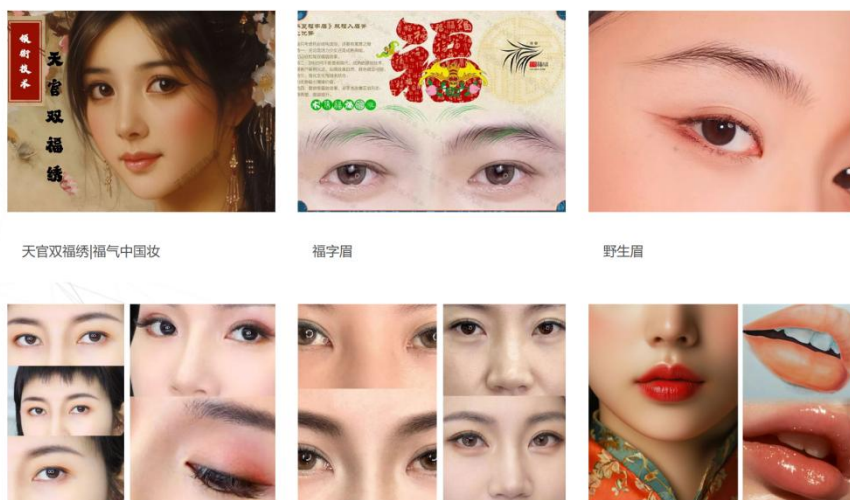
子维纹绣文化艺术传播有限公司，分为北方与香港两个垂直机构，是专注于纹饰艺术与面部美学的国际化公司，前身为1999年创立的子维纹绣团队。公司拥有完善的服务系统和深远的文化支撑，汇集现代美学与中式写意之美，以艺与道行于天下，在面部形象逐渐个性化、标签化的现代，服务海内外的各界人士。公司拥有完善的服务系统和深远的文化支撑，汇集现代美学与中式写意之美，以艺与道行于天下，在面部形

Ziwei Tattoo
Creating Beauty - Creating Art
想纹眉，找子维
匠人 匠心
Ziwei Tattoo 2019

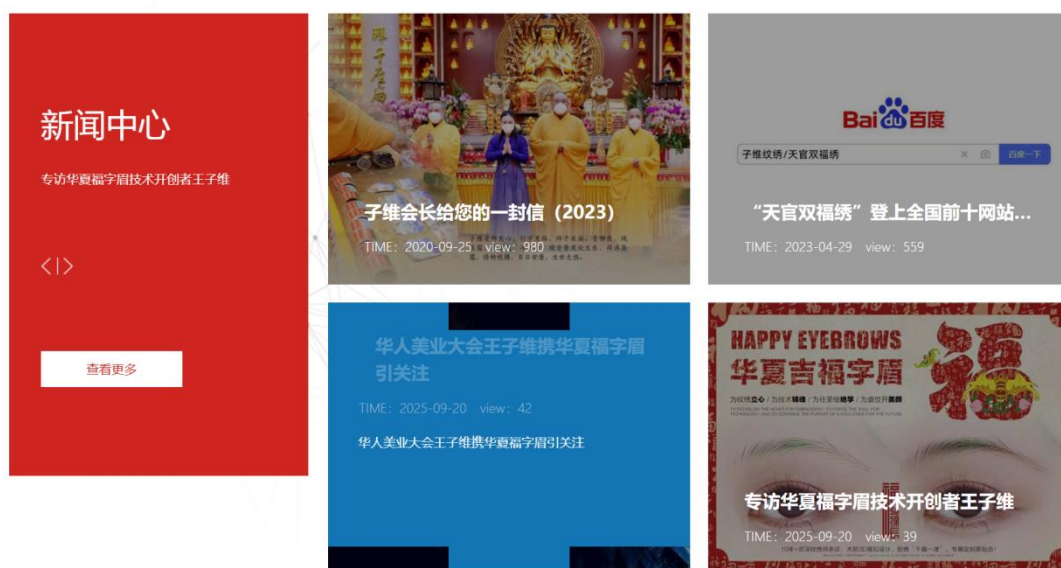
1999 始于1999，从事美业26年	9500 9500个日夜夜的艺术追寻	466 全国合作466多家美业机构	8700+ 全国培育8700+先锋弟子
------------------------	-----------------------	----------------------	------------------------

点击进入，旗舰技术：

🔥 点击进入：旗舰技术



新闻中心:



案例展示:

案例展示



底部版权：



6 原生眉

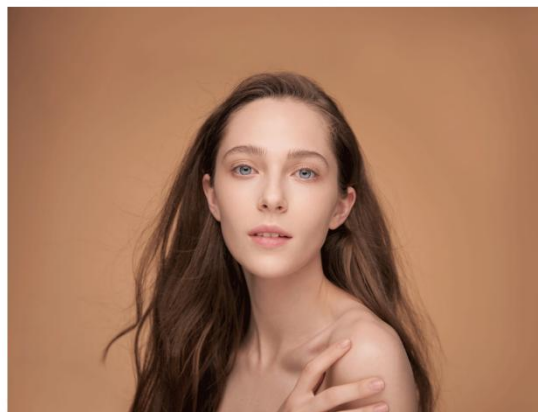
<http://yuanshengmei.com/>

企业介绍：

引领医美+纹绣双美行业新时代!

原生眉起源于台湾，至今已有17年。原生眉品牌已经遍布东南亚多个国家，2018年进入中国大陆。原生眉致力于医美、五官艺术纹绣双美行业，与线上互联网主流营销手段相结合，为广大爱美人士提供高品质一站式服务。

我们区别于传统的项目公司，我们不仅可以帮助商家在现有会员的基础上做出较高的业绩，我们与商家合作的重点是如何帮助商家通过我们的项目拓客、锁客、留客。每场活动我们可以帮助商家精准拓新客几十到几百个不等。



企业优势，理念:



汇聚匠心、汇聚美丽

原生眉不仅汇聚了医美行业、纹绣行业最优秀的手艺人，而且我们秉承着传递美丽、传递爱的企业价值观，打造健康美业、打造良心美业。我们融合了当代美学、传统相学的不同美学理念与精华，借鉴了国内外顶尖美业公司的运营经验，致力于打造从至臻韵艺到内外兼修的全美理念。引领着中国双美行业朝着更成熟、更规范、更加国际化的方向迈进!

原生眉的使命

打造精致生活 造就魅力人生

原生眉的愿景

引领医美+纹绣双美行业的健康、持续发展



6.2 栏目统计

栏目标题位置：在我们调研的各个栏目标题中，其中大部分栏目标题是居中位置。

栏目标题：在栏目设置上具有一定的共性，如都包含“关于我们”、“案例展示”、“联系我们”等基本栏目。

栏目的一致性：栏目标题、文字大小、整体宽度和色彩都是相关联的。

6.3 栏目总结

1、关于我们：

几乎所有网站都包含“关于我们”栏目，用于介绍企业的文化、愿景、使命、核心价值观以及团队等信息。

2、服务展示：

大多数网站都设有服务或产品展示栏目，用于展示公司的主要服务或展品。

3、案例展示：

所有网站设有案例展示，用于展示公司过往的项目或成果。

4、新闻/动态/博客：

部分网站设有新闻、动态或博客栏目，用于发布公司的最新消息、行业动态或专业文章。

这有助于保持网站的活跃度，并提升公司在行业内的知名度，更利于品牌的宣传。

5、联系我们：

所有网站都设有“联系我们”栏目，提供公司的联系方式，如电话、邮箱、地址等。

这方便访客与公司取得联系，进一步了解公司或寻求合作。

6、其他特色栏目：

部分网站还设有其他特色栏目，如门店展示、品牌故事等。

这些栏目根据品牌的具体需求和业务特点而设置，有助于提升网站的功能性和用户体验，提升品牌的知名度。

栏目标题：建议我们团队只需包含基础栏目设置，如案例展示、关于我们、联系我们等基础栏目，因为考虑到我们目前网站内容不丰富，建议参考一些大型优秀网站，结合我们所需，取其精华借鉴学习。

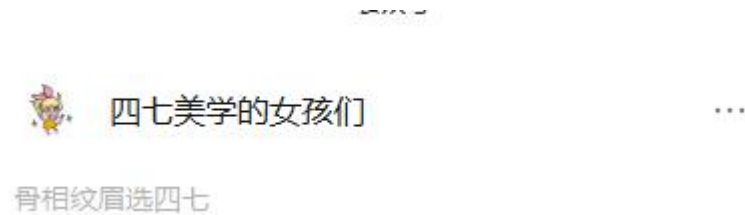
栏目数量：3-4 个

栏目标题位置：居中

栏目的一致性：栏目标题、文字大小、整体大小和色彩都要相关联。

七、公众号调研

7.1 四七美学



调研背景：随着“颜值经济”的蓬勃发展，半永久纹绣市场迅速扩张，线上平台成为消费者获取信息、做出决策的首要渠道。微信公众号作为品牌营销与客户沟通的核心阵地，其运营策略直接反映了品牌的定位与实力。“四七美学”作为社交媒体上声量极高的纹眉连锁品牌，其公众号是观察行业领先者营销模式的典型样本。

调研目的：明确“四七美学”公众号的核心定位与目标用户画像，梳理其内容构成、视觉风格及更新维护策略，研究其如何通过公众号内容引导用户，最终完成销售转化，提炼其可复制的成功经验与核心竞争优势。

公众号概况：中高端市场，面向追求时尚、自然妆效与品质服务的年轻女性客群。

优点分析：

- 1.公众号所有内容均紧密围绕“销售转化”这一终极目标，无冗余信息，效率极高。
- 2.高达 80%以上的内容为真人案例展示，直观、可信，能有效激发用户的“变美”欲望与从众心理。
- 3.所有案例图片均采用高质量、统一色调的精修图，塑造了“高级、专业”的品牌形象。
- 4.主打的“野生眉”风格与清新精致的视觉设计，形成了强烈的品牌视觉识别符号。

文章一：《我宣布！四七空气眉就是最自然的！》

内容结构：多张高清术前、术后对比图，全方位展示眉形效果。



我宣布！四七空气眉就是最自然的！

谁能拒绝这种根根分明又这么自然的眉毛啊！！

每一根线条的颜色都是有层次的 跟原生毛发完美交汇融合在一起

打造超绝3d立体感！

平缓的眉形又很好的中和了线条带来的锐利 看起来完全就是浓密妈生好眉！！

阅读 117 湖北 9月30日11:54

留言

都在搜: 根眉和雾眉有什么区别^Q

写留言



更多相关内容



分享图片

丽丽·半永久定妆眉眼...

文章二：《四七空气眉 | 无美颜无滤镜原相机直出✧》

内容分析：将“真人案例”作为核心产品进行标准化、规模化生产，极具销售力。



四七空气眉 | 无美颜无滤镜原相机直出 ✨

原图直出才不是因为懒得P图 😊😊
是对四七老师手法的绝对信任！！丝+雾的手法真的绒毛感十足，可以解决大部分人眉毛稀疏，细软，颜色淡的问题。纹完之后日常素颜毫无压力，精致度upup ✨

阅读 104 湖北 10月4日18:01

留言

写留言



更多相关内容



大红眉交给我



不能只做对的选择不做美的选择。偶

文章三：《纹了空气眉感觉五官都变清晰了！》

内容分析：多张高清术前/术后对比图，全方位展示眉形效果，强调使用的色料、技师资质等，变化大。

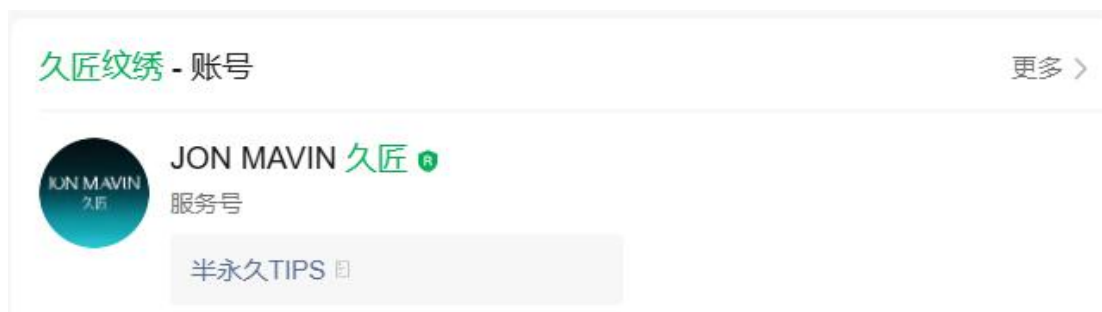


菜单栏结构:

核心入口: 简介, 结构清晰。



7.2 久匠纹绣



调研背景：在半永久纹绣市场高度分散的背景下，能够实现全国连锁化、规模化经营的品牌备受关注。与主打线上声量的“四七美学”不同，“久匠纹绣”代表了另一种成功模式：通过线下渠道扩张与线上多平台引流相结合，打造覆盖广泛的大众化连锁品牌号的运营策略。

调研目的：界定“久匠纹绣”区别于高端小众品牌的目标客群与市场切入口，分析其如何通过公众号支持其全国连锁的商业模式，研究其特有的促销策略与线上线下联动机制。

公众号概况：以纹眉、美瞳线、美睫为核心，并拓展至皮肤管理、漂唇等综合性的“美业”服务。

优点分析：久匠牢牢抓住了追求实惠、效果可见的广大消费群体。其公众号内容反复强调“活动价”、“限时优惠”等，精准命中目标客群的决策痛点。庞大的线下门店网络是其实力的体现。公众号通过展示各分店地址、环境和联系方式，将线上流量高效分配至线下实体店，完成服务闭环。

文章一：《羽黛眉机器 | 线雾双生，眉目如诗》

内容分析：附上数组纹眉+美睫的效果对比图，直观展示服务带来的颜值提升。

何以线雾双生？
远观有妆感
近看无粉痕
既有根根分明的生命力
亦有朦胧柔和的氛围感



JON MAVIN 久匠

+ 关注



1



4



推荐

文章二：《秋冬纹眉的三大优势，你知道吗？》

内容分析：详细说明秋冬纹眉的三大优势



文章三：《机器眉双节立省¥380 起》

内容分析：清晰列出原价、现价及套餐包含的具体项目，让用户感觉“物超所值”。明确引导用户“立即抢购”。

机器眉双节立省¥380起

JON MAVIN 久匠 JON MAVIN 久匠 2025年09月15日 21:01 上海



菜单栏结构:

核心入口: 路径清晰, 语言精炼, 富有吸引力



7.3 阿进纹眉



调研背景：在纹绣行业由连锁品牌主导的背景下，个人技师 IP（知识产权）成为了另一股重要的市场力量。这类账号不依赖于庞大的线下门店网络，而是以核心技师个人的技术、经验和口碑，作为品牌的核心资产。“阿进纹眉”是这类模式的典型代表，调研该公众号有助于理解个人纹绣师如何在新媒体环境中建立品牌、获取客户并与大型连锁机构竞争。

调研目的：明确“阿进”个人 IP 在公众号内容与品牌塑造中的核心地位，探究其如何通过强调技术深度与个人信誉，与连锁品牌形成差异化竞争，剖析其如何通过内容建立与潜在客户之间的专业信任感。

公众号概况：专注于纹眉技术本身，可能涵盖线条眉、雾眉、丝雾眉等多种技法，并可能提供纹绣教学培训服务。客群可能覆盖从普通消费者到有意向学习纹绣的从业者。更侧重于展示技术的“内行感”。

优点分析：以“阿进”本人作为品牌形象，使得公众号充满人格魅力，更容易与用户建立情感连接和深度信任。不同于连锁品牌海量的案例轰炸，其内容可能更侧重于技术原理剖析、不同肤质处理技巧、线条排列逻辑、色料选择学问等深度内容。这对于追求技术透明度的消费者和同行极具吸引力。

文章一：《眉形设计/骨相纹眉/改变颜值》

内容分析：纹眉分析，详细阐述“阿进”本人针对该问题所采用的

特殊手法、工具或材料，并解释其原因。

眉形设计/骨相纹眉/改变颜值

阿进纹眉 2024年04月02日 16:46 江西

纹眉分享

纹眉并不是简单的上色。

而是根据自身的三庭五眼来设计
精准眉形。



阿进纹眉 +关注

👍 3 🔄 1 ❤️ 3 💬 写留言

文章二：《海鸥眉，谁做谁漂亮！【2018 火爆】》

内容分析:分析爆款，详细介绍爆款，明星同款。

什么是海鸥眉？

顾名思义，

眉毛的形状像海鸥的翅膀一样，

眉峰之处拥有硬朗又不失柔美的弯曲弧度，

既能凸显立体眉形，又能显得脸小，视觉效果杠杠的！

因此，想要提升气质，“海鸥眉”是你不错的选择！

女神们都换了“海鸥眉”：

女神高圆圆标准海鸥眉，美如仙女，仙气逼人。



阿进纹眉

+ 关注

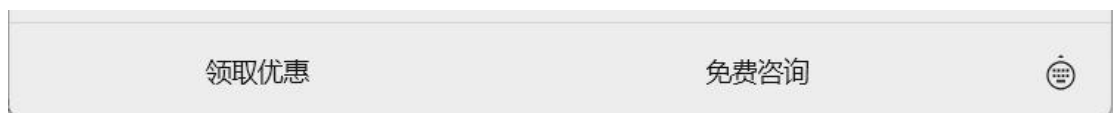
👍 1

🔗 分享

❤️ 1

菜单栏结构：

核心入口：简单直接，将重要的两个部分写出来，化繁为简。



7.4 子维纹绣

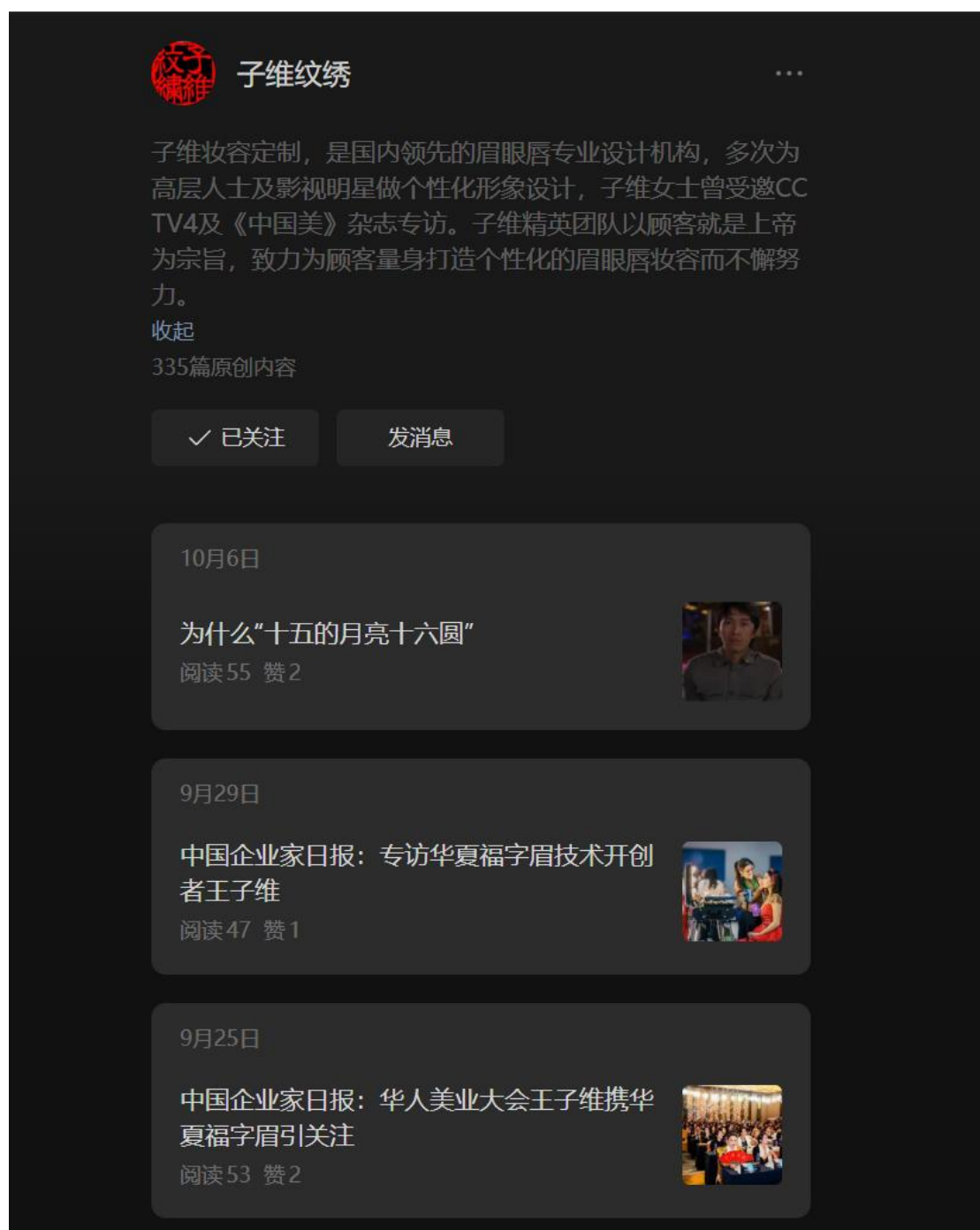


账号背景和认证状态：主体为沈阳市子维纹绣文化艺术传播有限公司，关联品牌前身为 1999 年创立的子维纹绣团队，目前已发展为涵盖北方与香港两大垂直机构的国际化纹饰品牌，连续担任辽宁省纹绣行业会长单位，兼具行业权威性与品牌沉淀。

优点分析：以“中式美学纹绣标杆”为核心，主打“技术 + 文化 + 明星背书”三重标签。区别于普通纹绣品牌，其将传统相学、风水文化与现代眉部设计结合，目标客群覆盖“学演商政”精英群体及追求高端定制的大众用户，形成“服务明星、赋能大众”的差异化定位。

文章一：2025 年发布的《技术白皮书》详细拆解“天官双福绣”线条排列逻辑，该技法融合毛笔绘画国粹艺术、春联文化及道家符咒元素，主打“福气中国妆”概念，还会推送“太极绣”“野生眉”等技法的无修图实拍案例，突出“根根分明、无尴尬期”的效果优势。、



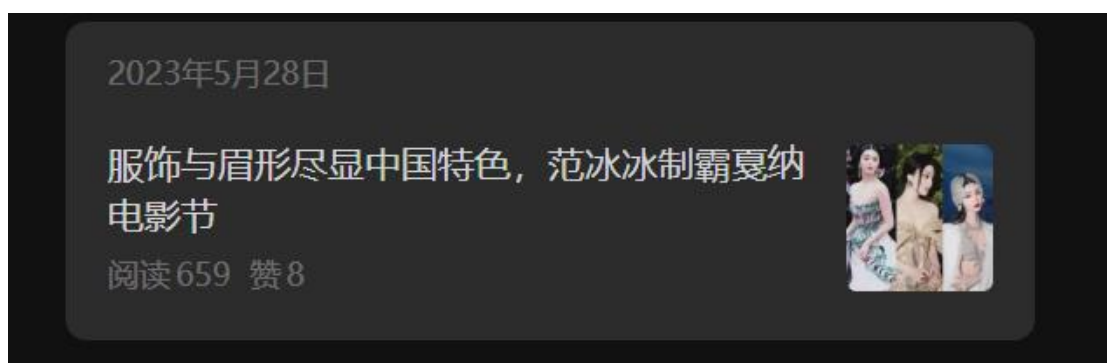


文章二：围绕“面相风水与眉型设计”展开，如《中国相学脸谱 | 传承与解析》《眉骨定位与事业运关联》等文章，结合易经、禅学机

理，解读不同眉型（如福字眉、双福眉）对个人运势的象征意义，强化“风水名片”的品牌认知。



文章三：以“明星合作花絮 + 同款眉型解析”为核心，如北京国际电影节、辽视春晚的明星眉型定制案例，搭配高清前后对比图，突出“明星同款可落地大众”的传播点。同时穿插“7500 个日夜服务案例”的累计数据，强化技术可信度。



菜单栏结构（简单高效）

核心入口：简化为三大板块，无冗余功能，精准匹配用户需求



7.5 小狼狗先生



账号背景和认证状态：

公众号主体可能为个体工商户或区域型美业公司。账号未显示行业协会或权威机构背书，核心信任背书来自用户口碑与技术经验宣传（如纹绣师 9 年从业经验）。

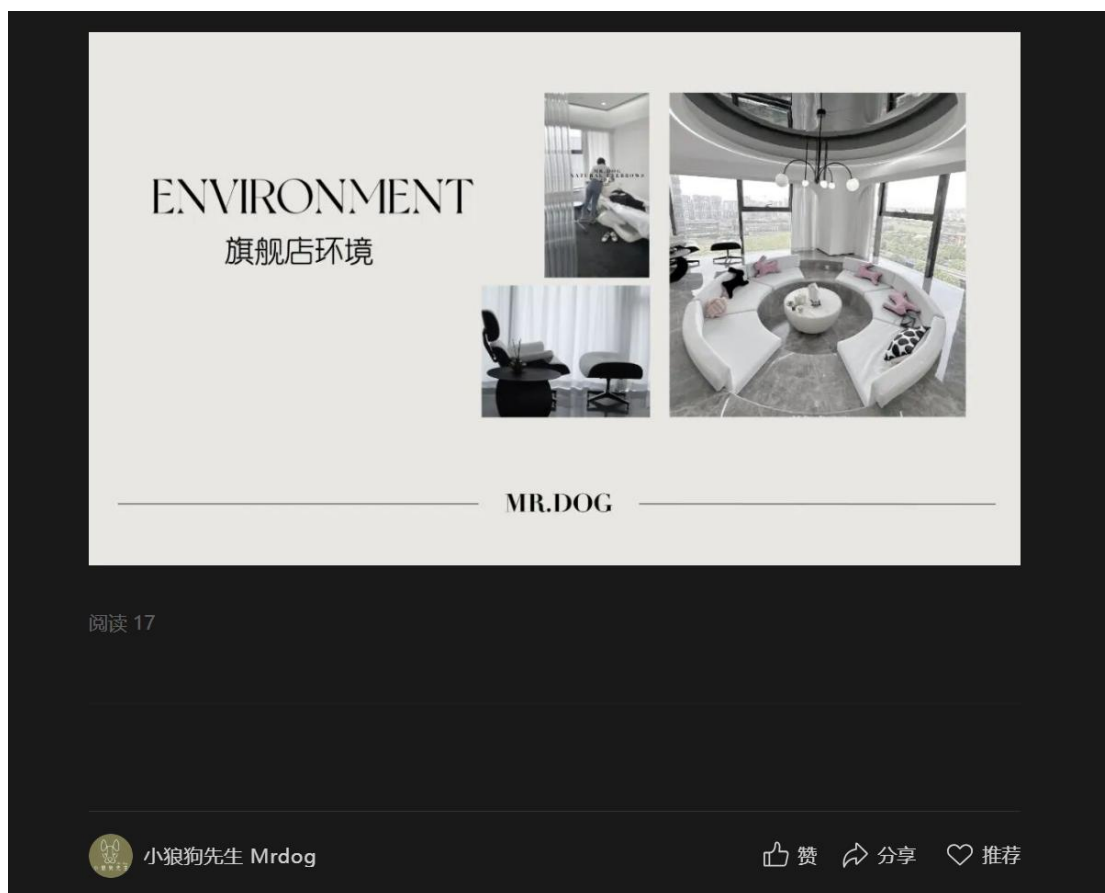
核心定位与客群：

以“**高效自然野生眉专家**”为核心标签，主打“**20 分钟快速纹眉、0 结痂恢复期、2-3 年持久留色**”三大差异化卖点，精准切入“怕麻烦、追求即时效果”的都市女性客群，尤其是职场人士与宝妈群体。与杨束美业的“科技感”定位不同，该品牌更侧重“便捷性 + 性价比”，走大众化精准定位路线。

文章一：以“素人改造前后对比”为核心形式，突出野生眉的“毛绒感”“原生毛流感”，配图多为无滤镜实拍图，搭配用户真实体验文案（如“和自己长的眉毛一样自然”）。



文章二：内容围绕“服务细节 + 门店位置”展开，如用户反馈“服务小姐姐热情倒水”“位置好找”，间接强化“贴心服务 + 便捷选址”的品牌形象；部分推文附带门店环境图（推测为接待区、操作间），但公开素材中未体现无菌消毒等专业场景展示。



文章三：结合地域标签运营，高频使用 #杭州纹眉# 杭州探店 #等本地话题，借力区域流量曝光；通过“男朋友吐槽画眉慢”等场景化文案引发目标客群共鸣，降低内容传播门槛。

还在等官宣？他们的糖我都吃腻了

原创 小狼狗 小狼狗先生 Mrdog 2022年08月04日 17:30 浙江

又是一年七夕，你还单着呢？？



这两年娱乐圈挺热闹啊，曾经好的分了，结婚的离了，大伙都不看好的，人家硬是整到全网都盼结婚。

本汪向来劝分不劝和，今天来给大家盘点一下娱乐圈的高甜cp。

前两天#鹿晗IP显示在湖南，词条突然上了热搜，想想好像很久没有看到鹿晗的动态了，照片中的面容精致，贵气十足。

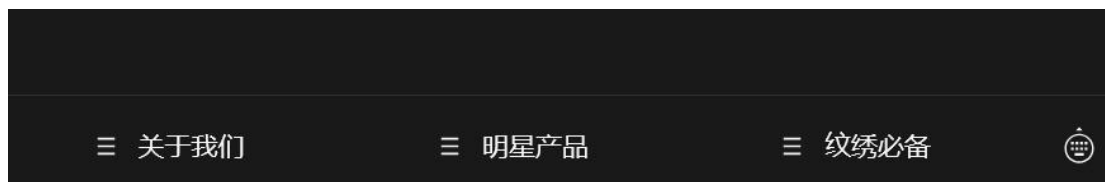


小狼狗先生 Mrdog

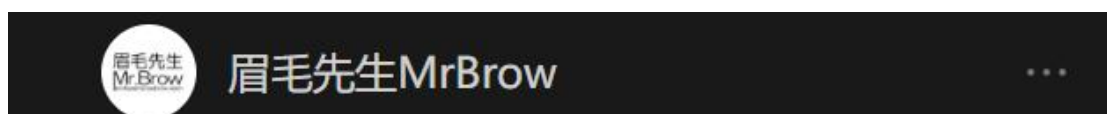
👍 赞 ➦ 分享 ❤️ 推荐

菜单栏结构（极简实用导向）

核心入口：简化为三大板块，无冗余功能，精准匹配用户需求



7.6 眉毛先生 MrBrow



品牌背景：“眉毛先生 MrBrow” 公众号是北京爱尚我们文化创意有限公司旗下核心品牌的官方传播载体，依托品牌强大的行业资源与明星背书。

公众号定位：定位为“日式高端修眉领域的专业服务与美学传播平台”。

核心竞争力：品牌由明星造型师张进创办，其本人曾赴日本修行美学多年，担任过巴黎国际时装周一线品牌造型师，合作过迪丽热巴、宋佳、辛芷蕾等众多艺人。这一背景为公众号注入了“明星同款”的稀缺性标签，区别于普通修眉品牌。

品牌理念传递：公众号持续强化“纯手工修眉”“自然美学”“无伤害护眉”三大理念，明确反对拔眉、纹眉等可能损伤毛囊的方式，突出“1 对 1 定制眉型”的服务优势，目标客群覆盖追求精致生活的

男女用户，尤其吸引对眉部护理有高品质需求的中高端消费者。公众号内容以“专业干货 + 明星关联 + 服务展示”为核心，风格兼具美学质感与实用性，更新频率稳定在每月 2-4 篇，推文阅读量多集中在数千次。

文章一：高频推送明星及维密超模的服务案例，例如重点宣传何穗作为品牌忠实客户的修眉体验，展示其“天仙攻”眉型的打造过程；同时分享创始人与艺人的合作花絮、品牌登上《GQ》《悦己》等杂志的报道，强化品牌高端定位。

妆容打造

抖音商城·秋上新 抖音时尚 WGSN

从T台到梳妆台， 秋日妆容邂逅「琥珀流光」

从四大国际时装周秀场妆容打造、到知名美妆品牌的秋日妆容及产品发布，都可见25秋冬妆容以「流光雕塑感」、「Y2K液态光感」为核心打造要点：不再大面积打造水光亮面，更多以大地色系通透妆感为主，而「琥珀流光」的融入，令妆面更聚焦骨相美感，以裸色、琥珀色底妆搭配高光或叠加细闪打造眼妆、腮红等，勾勒出雕塑感立体面部轮廓和灵动细微的光影变幻。



颧骨至太阳穴部位，呈现自然渐变红晕，流露出元气与活力



接近自然的裸感原生肌，高光轻轻提亮鼻梁与眼下部位，融入晕染晒伤元素，呈现自然生机



颧骨闪亮高光+大地色系眼妆晶莹细闪晕染，令肌肤幻彩流光



Y2K未来感金属亮片闪钻，搭配通透亮泽的底妆，呈现酷飒个性

#底妆：以肌肤原色出发，打造裸感底妆，轻透干净微光泽，呈现通透的肌肤基底

#眼妆：琥珀暖棕或棕橘渐变眼影、叠加细闪轻扫，或亮色质感眼影，让眼妆既有层次感、又有光泽感，打造如微风拂、波光粼粼的视觉效果

#唇妆：通过透明唇釉叠加亮色金属细闪，打造如天然树脂般通透又华丽的唇妆效果，既有玻璃唇的水润，又比普通镜面唇更立体

#腮红与修容：带细微金闪的大地棕腮红，斜扫颧骨至太阳穴，塑造立体感；高光点涂鼻梁、眉骨等部位，模拟琥珀在阳光下的天然光泽

#妆容与穿搭结合：当妆容与时装穿搭恰如其分地结合起来，演化出不同味道的流动美学盛宴；流光游牧风等不同穿搭风格，在各自total look的妆容呈现上都有不同侧重的「流光感」表达，令整体造型的呈现更别致、生动

Credit: pinterest, Saint Laurent



眉毛先生MrBrow

👍 1 🔄 4 ❤️ 推荐

文章二：深度输出眉部护理干货，如《纯手工修眉 vs 拔眉：为什么前者更护肤？》《不同脸型的日式眉型适配指南》等内容，结合图文解析纯手工修眉的优势（避免毛孔粗大、毛囊损伤等）；同时详细介绍服务流程，例如“15-30 分钟咨询 + 30 分钟手工修剪”的标准化服务体系，让用户清晰感知专业度。



文章三：除核心的日式修眉外，公众号还介绍拓展服务，包括日式染眉、角蛋白烫眉、毛囊检测、眉毛照灯等，搭配真实服务前后对比图；此外推广品牌自主研发的眉部产品，如销量超 10 万份的眉毛生长液、砍刀眉笔等，通过“服务 + 产品”的内容组合提升转化。



文章四：定期发布用户真实评价（多来自大众点评、小红书），例如“男士修眉后精神感提升”“新手化妆跟着修眉走线轻松填色”等反馈；同时同步新开门店信息，如 2025 年深圳卓悦中心店开业的推文，附带门店环境图（日式原木风、人体工学座椅等）及开业优惠活动。

Mrbrow——苏州中心新店开业啦！

眉毛先生MrBrow 2024年12月25日 13:09 江苏

精彩开幕，欢乐登场

眉毛先生邀您与欢乐为伍

🕒 时间：2024年12月28日(周六)12点到15点

📍 地址：苏州市苏州工业园区苏州中心商场南区4层B-027

活动：大众or小红书分享笔记

可免费体验一次修眉，名额20个哦！

参与渠道：加微信留言报名哦！先到先得

邀请函

INVITATION

眉毛先生 MrBrow

步履不停 全新开幕

A BRAND NEW OPENING

苏州中心 新店开业

NEW STORE OPENING

/

DATE: 12/28(星期六)

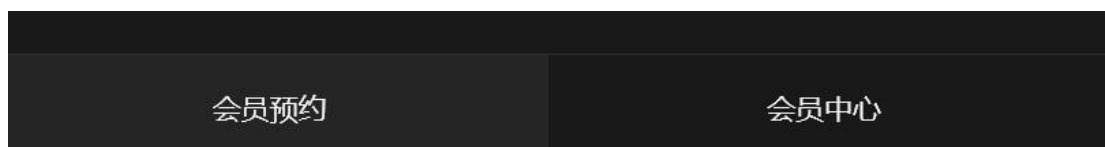
TIME: 10:00 – 17:00

ADD: 苏州市苏州工业园区
苏州中心商场南区4层B-027

本活动解释权归眉毛先生所有

公众号菜单栏设置清晰，聚焦“预约转化 + 品牌展示 + 用户互动”，功能板块与线下服务深度绑定，形成完整的用户转化链路

核心功能板块：



7.7 公众号总结

菜单栏结构（极简实用导向）：可分为关于我们，更多案例等等。

文章：主要围绕品牌形象及案例来描述，以精准的品牌定位锚定客群，以强说服力的内容（案例、优惠）激发消费欲望。

八、视频调研

8.1 眉匠美学 DR. EYEBROWS 美容

文案：眉匠美学 DR.EYEBROWS 美容作者方圆脸必做弯月眉!封神啦是时候解锁你的颜值救星一温柔弯月眉了!为什么方圆脸和弯月眉是绝配?

1.柔化硬朗，拉长脸型:弯月眉那流畅优雅的弧度，仿佛自带“柔焦滤镜”，能巧妙中和方下颌的硬朗感与圆脸的饱满感。微微上扬的眉峰与自然垂落的眉尾，在视觉上纵向延伸你的脸型，瞬间告别“短宽脸”!

2.聚焦眉眼，弱化轮廓:弯月眉的曲线能

完美引导视觉重心向上，聚焦到你灵动的双眸，让人忽略脸周轮廓。弯弯的线条自带温柔女人味，让方圆脸也能拥有精致高级感。

3.增添立体，提升气质:恰到好处的弧

度，如同为你的五官“画龙点睛”，扒面部折桑庶与立体咸少了平眉的的呆板，多了柳叶眉的柔美，弯月眉是方圆脸提升温婉、古典、

知性气质的不二之选!

告别显脸大、显脸方的困扰，弯月眉就是你不动声色的“修容神器”!

轻轻一笔弯月弧，颜值飞升气质足!

方圆脸的姐妹，弯月眉安排上，解锁属于你的高级感吧!#眉匠美学 #上海纹眉 #杭州纹眉#北京纹眉 #广州纹眉 #成都纹眉 #深圳纹眉 #南京纹眉 #野生眉 #弯月眉

网址: <http://xhslink.com/o/6a5xxUmKNPY>

时长: 23s

内容 1: 为借助明星热度吸引流量，满足大众向明星看齐的爱需求，同时推广纹眉服务或相关产品。



内容 2：前后对比内容，是为直观展现纹眉等方式让眉心三角区更立体的效果，吸引关注、满足爱美需求并推广相关服务或产品。



内容 3：展示纹眉后效果并呈现相关品牌物品的内容，是为借助明星效应和前后对比吸引关注，满足大众变美需求，同时推广纹眉服务与相关品牌产品。



8.2 四七美学

文案：

早秋氛围感奶茶眉

四七 研究院

评论 X

四七美学作者

早秋纹眉就选它!奶茶眉太香了

#四七美学 #四七纹眉 #纹眉 #奶茶眉 #早秋 #纹眉推荐#四

七美学纹眉

网址：<http://xhslink.com/o/33VJljwQ9EP>

时长：16s

内容 1：展示“早秋氛围感奶茶眉”的内容，是为契合季节审美趋势，打造应季眉形风格，吸引关注以满足大众变美需求，同时推广相关眉部美妆服务或产品。



内容 2：展示眉形设计过程的内容，是为呈现纹眉等服务的专业流程，吸引关注以满足大众变美需求，同时推广相关眉部美妆服务。



内容 3：展示眉部操作后自然效果的内容，是为凸显纹眉等服务能让眉毛自然好看，吸引关注以满足大众变美需求，同时推广相关眉部美妆服务。



8.3 氢妆美学专业美学设计

文案：美出高级感觉！甜妹赶紧来焊住！日杂白开水系野生眉

网址: <http://xhslink.com/o/5VIBJhH2yvD>

时长: 11s

内容: 强调眉毛的立体感和自然毛发纹理, 突出“野生眉”风格, 追求自然、不刻意、有呼吸感的眉形, 暗示即使不化妆, 眉毛也能提升整体气质, 属于“伪素颜”妆容的一部分。





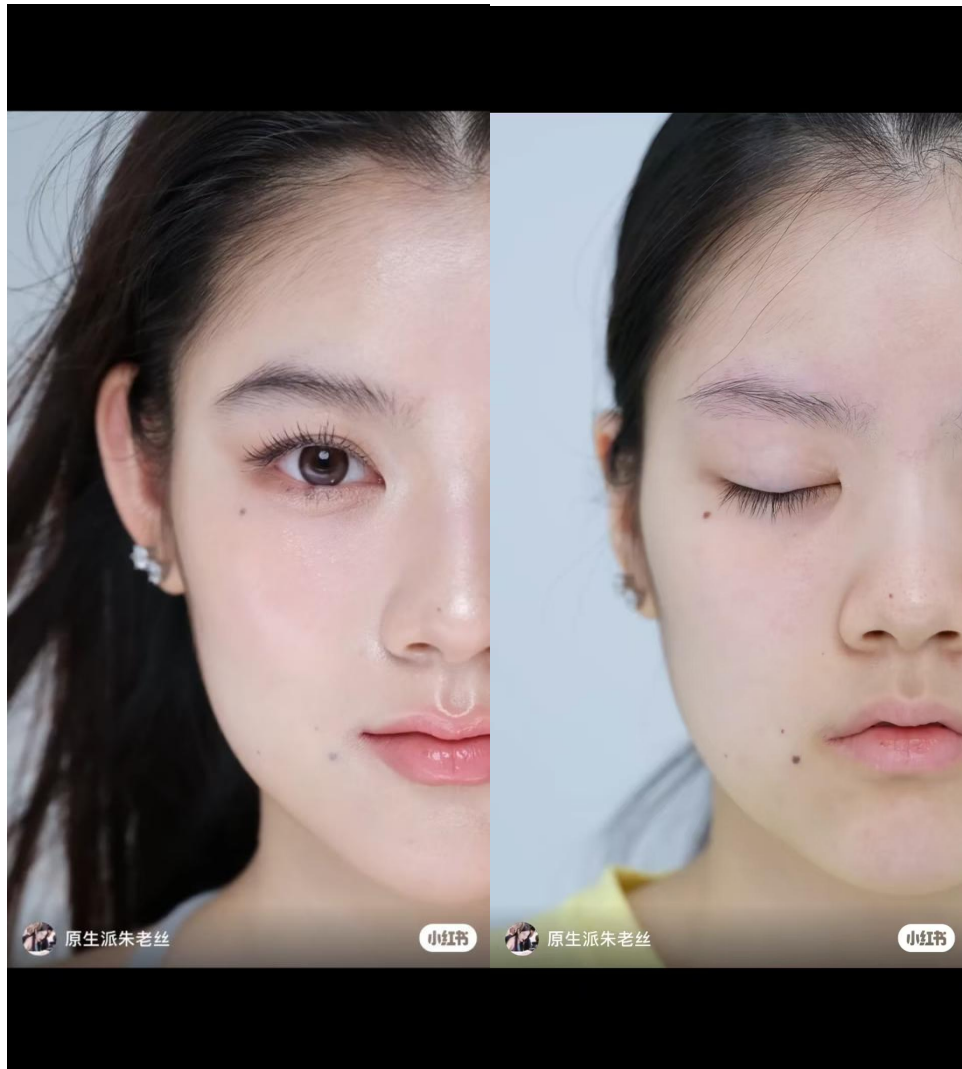
8.4 原生派朱老丝

文案：菱形长脸适合的眉毛

网址：<http://xhslink.com/o/62pjPcz5e6M>

时长：46s

内容 1：视频开头通过两张图片在宣传内容上的对比，比如前后对比效果来展示野生眉的魅力



内容 2：进行纹眉过程展示来增加客户的兴趣



8.5 视频总结

时长：基本在 16 秒、23 秒、11 秒，最长的为 46 秒。

文案：多以美以及纹眉款式来吸引用户。

内容：大部分是以纹眉过程为主体，然后来对比前后差距，也会介绍不同眉形的适配度等等。