

貔貅

PIXIU.HK · 全案复盘 · 机密

貔貅电商全案 从市场调研到上线运营

香港玄学市场调研 · 域名决策 · 专门店生意设计
私域基建接入 · 部署上线 —— 一次讲清楚

调研 → 选域名 → 建站 → 接私域 → 上线，全程 1 天内完成

站点: <https://pixiu.hk> (已上线, 全球可访问)

数据源: SEMrush API (香港库) · HKIRC whois · Amazon/TikTok 调研 · 行业私域案例

编制: 2026 年 7 月 20 日

执行摘要：这门生意的一句话版本

公域卖石头，私域卖方案。搜索需求真实存在、供给端信任缺失、私域打法已被验证——三个条件同时成立，所以做。

战略主轴：高客单玄学品是「信任购买」，成交发生在对话里，不在商品页里。商品页转化约 1%，1:1 顾问式私聊成交率可达 **28-42%**；且广告平台禁讲功效，私聊不受审查——这个品类必须做私域。

18,100

「八字」香港月搜索量
全赛道最大品类词

4,400

「貔貅」香港月搜索量
本站主品类词

28-42%

1:1 私聊成交率
vs 商品页约 1%

19 页

pixiu.hk 上线页面
全站 QA 零缺陷

五步走完的路径

①

市场调研

10 个子代理并行：搜索量、竞对、供应链、社媒、合规五路验证

②

域名决策

30+ 个 .hk 品类域名实时核查，拍板 pixiu.hk（产品线最强）

③

生意设计

「貔貅专门店」定位：产品阶梯 + 无购物车 + WhatsApp 成交

④

私域接入

复用自研号池网关 + 气泡插件：轮询选号、Ref 追踪、回头客粘号

⑤

部署上线

内网机 + Cloudflare Tunnel，免公网 IP；全站 200、端到端实测通过

为什么是「貔貅」这个切口

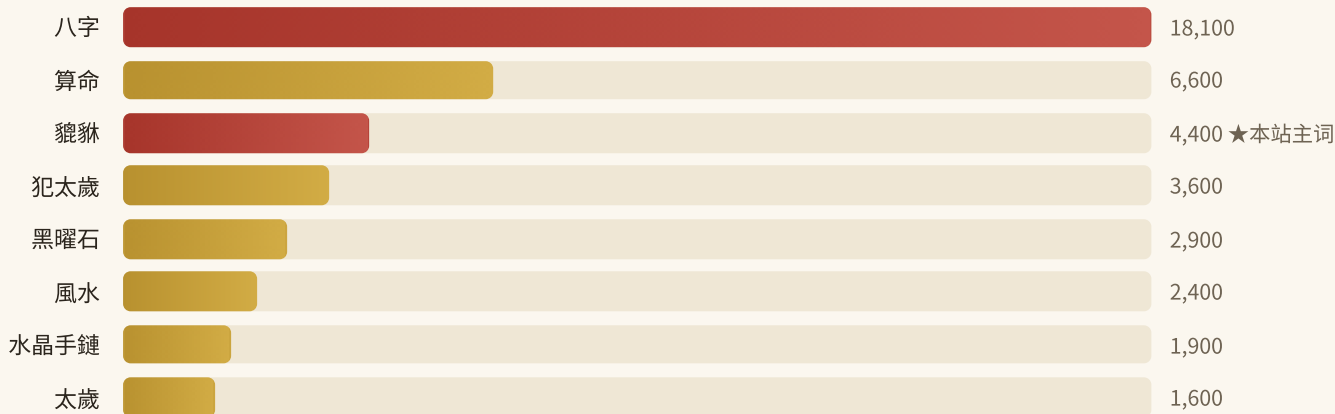
大盘调研先确认了香港玄学市场整体成立（详见第一章），但「风水」全品类竞争已经饱和：**fengshui.hk 被头部风水师白鹤鸣公司持有 22 年**（续费到 2033 年），内容站与老牌师傅占据泛词流量。真正的空隙在**垂直单品**——「貔貅」月搜 4,400 且全是购买意图，市面卖家却普遍「材质无凭、开光无据、买完没人跟」，信任缺口就是专门店的生态位。用一个单品类专门店切入，SEO 上打得动（长尾问题词竞争极低），供应链上 1688 采购毛利 70% 以上，私域上天然衔接高客单定制。

合规前提：香港《商品说明条例》同样约束 WhatsApp 聊天记录（最高罚 50 万港币 + 监禁 5 年）。全站话术恒为「传统认为／寓意象征」，不承诺功效；这既是法律红线，也是与「神棍式销售」的品牌区隔。

第一章 市场调研：需求是真的吗？

10 个子代理并行调研：SEMrush 关键词三库、Google Trends、Amazon 销量验证、TikTok 社媒、本地消费行为。结论：需求真实、常年刚性、带强季节峰。

1.1 香港中文搜索需求（SEMrush 香港库，月均）



读法：「八字」是全赛道最大需求池（也是免费简批钩子的由来）；「貔貅」「黑曜石」「水晶手鏈」是产品词，购买意图最强；「犯太歲／太歲」按生肖年年轮转，是刚性复购日历。

1.2 英文市场与 Amazon 销量验证

英文搜索（美国为主）

feng shui 约 **90,500**/月（美国）；jade bracelet 27,100；evil eye bracelet 22,200；香港英文侧 horoscope 12,100、feng shui 1,900。美国盘子约为其他英语市场的 8-10 倍。

Amazon 实销验证

feng shui decor 头部产品月销 **19,250+** 件（中位价 \$10.99）；品类头部合计月销 42,950+ 件、GMV 约 **\$82.7 万/月**——真金白银的需求，不是搜索泡沫。

1.3 季节性：农历新年是全年最大波峰

Google Trends 过去 31 个月数据显示，「風水／犯太歲／貔貅」类搜索每年 12 月至次年 2 月（农历新年前后）出现 2-3 倍波峰，与「流年摆位年年换、犯太岁按生肖轮转」的消费习俗完全对应。这不是一次性生意，是带年更日历的订阅式需求——第四章的复购策略直接建立在这条曲线上。

需求端结论：香港本地中文需求密度高且刚性（八字/太岁/貔貅），英文与 Amazon 数据验证了全球盘子。赛道成立，但泛词头部已被占——必须选垂直切口。

第一章（续） 供给端与打法验证

竞争格局看两层：国际 DTC 品牌证明了天花板，本地供给证明了信任缺口。私域打法有成体系的同行案例可抄。

1.4 竞争格局与价格断层

玩家	定位	体量/价位	对我们的含义
Karma & Luck（美）	高端灵性首饰 DTC	年营收约 \$16.1M ；客单 \$70–2,000	品类天花板已被验证
Energy Muse（美）	水晶疗愈内容+电商	年营收约 \$5M	内容驱动模式可行
Buddha & Karma	中端品牌化	客单 \$64.95 上下	\$45–90 价格带存在断层
白鹤鸣公司（港）	老师傅+域名资产	fengshui.hk 持有 2004–2033	泛词正面攻不动，避开
本地散卖（旺角/淘宝/IG店）	无品牌散货	\$30–200 白牌	材质无凭、开光无据 = 我们的生态位

供应链：1688 采购黑曜石/黄水晶手串成本约 \$2–6，零售 \$40–50，毛利 70% 以上；定制类溢价另计。

1.5 高客单私域打法：同行已验证的数字

28–42%

1:1 顾问式私聊成交率（对比珠宝独立站商品页约 1%）；对话内收款比跳外链转化高约 60%

95% / 50%

香港 WhatsApp 消息已读率 / 回复率——本地私域渠道基础设施天然成立

38.7%

FateTell AI 命书复购率（客单 \$65）：「测算」本身既是钩子也是商品

对标：珠宝私域案例

直播间导流私域，3 个月做到 2 万人、80+ 社群，月产出 200 多万人民币，与直播间持平——「公域引流、私域成交」跑得通。

反面教材：封号教训

某出海水晶公司用 200 个私人号群发，封号导致客户流失 25%。结论：号池轮询 + 用户主动进来（opt-in），不做群发骚扰。

1.6 调研落下的五个动作

- **产品阶梯先立起来**——\$30–90 引流款留公域，\$200–600 定制套组做私域主力（定制单 AOV 是均值 2.2–3.5 倍），往上限量高货与年度服务。
- **渠道按市场分**——香港/东南亚 WhatsApp，台湾 LINE，欧美 Email+顾问模式；官方通道 + opt-in。
- **钩子让用户主动进来**——免费八字五行简批（拿到八字=拿到后续一切推荐依据）。
- **七步成交 SOP**——破冰给价值 → 打标签 → 建信任 → 出三档方案 → 限量造稀缺 → 对话内收款 → 交付埋回访。
- **靠刚性年更做复购**——犯太岁提醒按生肖精准推送，是全品类打开率最高的一条消息。

第二章 域名决策：为什么是 pixiu.hk

先讲透原理再动手：中文搜索里，域名含什么英文单词对排名几乎无影响——真正起作用的是地理信号、点击率与品牌记忆。

2.1 域名对 SEO 的真实作用（破除迷信）

有用的四件事

- **.hk ccTLD 地理信号**：Google 自动判定面向香港，本地排名最硬的信号
- **SERP 点击率**：用户看到 pixiu.hk 一眼懂主题
- **品牌回搜与口碑转发**：短、可拼读、WhatsApp 转发不出错
- **英文长尾**：pixiu 是国际通用拼写，英文查询实打实加分

没用的执念

- 中文关键词无法被拉丁域名「精确匹配」，堆词不加权
- 买一堆关键词域名 301 到主站**不叠加**排名
- 每个域名单独建薄站反而分散权重、有垃圾站风险
- 关键词堆砌域名在高客单场景里显得像内容农场，伤转化

2.2 全盘扫描：30+ 品类域名 HKIRC 实时核查（节选）

域名	对应品类	香港月搜索	状态	判断
pixiu.hk	貔貅	4,400 + 英文 pixiu 390	✓ 已购入	产品线最强，拍板
taisui.hk	犯太歲/太歲	合计约 5,300	可注册	服务线最强，年更刚需
suanming.hk	算命	6,600	可注册	量大但词性偏低端
horoscope.hk	星座運程	12,100 (英文)	可注册	量怪物级但偏离主业
fengshui.hk	風水	2,400	✗ 白鹤鸣持有至 2033	头部资产，买不到
bazi.hk	八字	18,100	✗ 2027-01-31 到期	设到期监控，伺机抢注
fungshui.hk / tarot.hk / zodiac.hk / lucky.hk	—	—	✗ 已被注册	一级英文词全部有主

2.3 为什么最终切「貔貅」而不是「太岁」

taisui.hk 与 pixiu.hk 是并列第一、分管两条线：太岁赢在**商业模式契合**（年年刚需轮回），貔貅赢在**电商意图**——搜貔貅的人是想买东西的，且「pixiu」是 TikTok/Amazon 全球风水手串市场的标准词。既然先做的是**卖货的独立站**，产品词优先；太岁品类留给站内指南承接（已写入生肖/犯太岁指南页），未来可再起 taisui.hk 做流年 campaign 微站。

情报备忘：fengshui.hk 被香港头部风水师白鹤鸣公司捂了 22 年——头部玩家把 .hk 关键词域名当资产，反向验证了这类域名的卡位价值。bazi.hk（全赛道最大词）2027 年 1 月到期，持有方疑非行内人，值得设监控。

第三章 生意设计：一间只做貔貅的专门店

对着市面「材质无凭、开光无据、买完没人跟」三大痛点，打三个坚持；产品按阶梯排布，成交全部收进 WhatsApp 对话。

3.1 定位：三个坚持（写在店招上的差异化）

材质讲得清

每件附鉴定说明卡：材质类别、天然纹理、当批特点；玉石类另附权威机构证书，编号可覆核。

开光有记录

每件由师傅按既定流程开光，完成后给记录链接——把市面一句空口「已开光」变成可追溯凭证。

配对有人跟

不做购物车不做自助下单：
WhatsApp 真人按生肖需求配对，不合适不硬销，买完随时问。

3.2 产品阶梯（价格即漏斗）

L0 引流款 HK\$268–398

黑曜石 268 / 金曜石 338 / 黄水晶 398

公域承接搜索流量，低门槛进店；SEO 指南页全部导向这层

L1 中段款 HK\$680–1,280+

925 银编绳 680 / 玉貔貅吊坠 1,280 起（附证书，视像睇货）

送礼与收藏场景，客单上台阶，开始 1:1 对话服务

L2 镇店主打：八字五行定制套组 HK\$1,680 / 2,680 / 4,680

八字分析 + 配伍说明书 + 开光记录 + 鉴定证书，全程对话完成

私域主力利润款；「测算升级为咨询」的具象化落点

价格全部标「起」，最终以对话报价为准——报价权收在私聊里，是高客单打法的关键细节（价格脱离石头成本，跟着方案走）。

3.3 成交动线：四步，不出 WhatsApp

①

话我哋知你想点

任意按钮进 WhatsApp，讲款式、生肖、想改善的范畴

②

真人帮你配对

按传统口径建议材质款式，发实物图/影片过目

③

对话内落单

FPS / PayMe / 银行转账，即时有单号

④

开光后顺丰送到

开光记录链接 + 鉴定卡随货，教戴法保养，埋回访触点

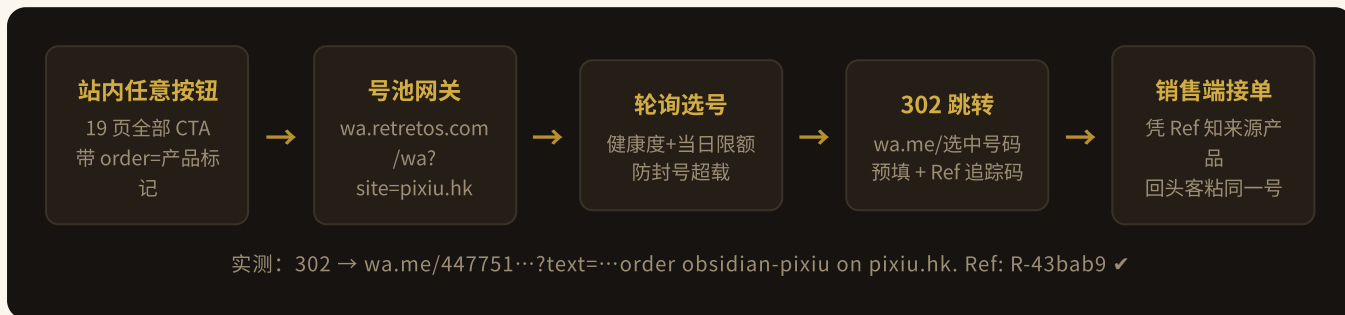
3.4 SEO 内容矩阵：6 篇指南吃长尾

指南页	承接的搜索意图	导流去向
貔貅佩戴禁忌全指南	「貔貅禁忌」——品类最大长尾	黑曜石手链 / 配对 CTA
貔貅戴左手定右手	购前决策词，WhatsApp 被问最多	金曜石手链
貔貅开光係咩一回事	信任决策词	定制套组 / 玉坠
材质点拣 / 清洁保养 / 生肖与犯太岁	比价、售后、太岁品类承接	全产品 + 免费配对

第四章 私域基建：号池网关 + 情感气泡

复用自研「复购私域」基础设施（400+ 站同一套），pixiu.hk 是零新增开发接入：加一个 site 参数即路由生效。

4.1 点击路由：每一次点击都可追溯



- **order 标记**：每个产品页的「订购／睇实物图」按钮带自己的 slug，销售一眼知道客人从哪件货点进来。
- **访客 sticky**：localStorage 记 vid，回头客永远落到同一个号——关系资产不因轮询而断。
- **防封号**：轮询 + 每号日限额 + warmup 机制，就是第一章那个「200 个号群发被封、流失 25%」教训的工程化答案。

4.2 气泡插件：常驻入口 + 节日皮肤

全站挂载自研 support-bubble 气泡（SRI 校验、defer 加载不拖性能）。50 套节日主题中锁定 **Lunar New Year 中式皮肤**——朱红鎏金纸影灯笼，与站点黑金朱砂视觉同源。Email 通道暂关（MX 未配），主推 WhatsApp 单通道。

气泡自带号池探活：网关不可用时自动降级，不给客人一个点不动的死按钮。

待办：池内现为 4 个 +44 英国号；拿到 +852 号码后经 /admin/pool/phones 入池即生效，站点侧零改动。粤语预填模板可加（约 20 行网关代码）。



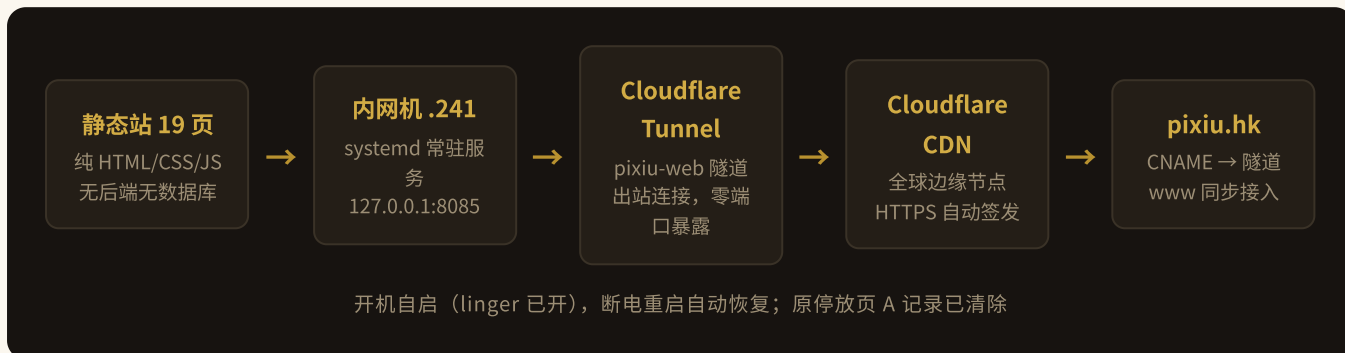
4.3 收款：三步走，现在一分钱手续费不用给

阶段	方案	说明
现在	对话内 FPS / PayMe / 银行转账	高客单私域本该对话内收款，转化比跳结账页高约 60%，零平台费
中期	PayPal 商业账户 / 跨境收单（钱海、Asiabill）	需要信用卡收款但还没香港公司时，付款链接照样在对话里发
远期	Shopify Payments 或 Stripe HK	需香港公司 BR + 本地户口 + 可核实实体经营；费率 3.1~3.3% + HK\$2.35/笔；且只能在 Shopify 平台内用

第五章 部署上线：内网机直通全球

不租新服务器、不开公网端口：站点跑在自有内网机上，经 Cloudflare Tunnel 反向隧道挂到 pixiu.hk，全程 API 自动化配置。

5.1 部署架构



5.2 上线验证记录

全链路实测

- 公网访问：首页/产品/指南/sitemap 全部 **HTTP 200**
- 点击链路：网关 302 → wa.me 带 order + Ref ✓
- 隧道健康：4 条连接 ready，tunnel 状态 healthy

全站 QA（19 页）

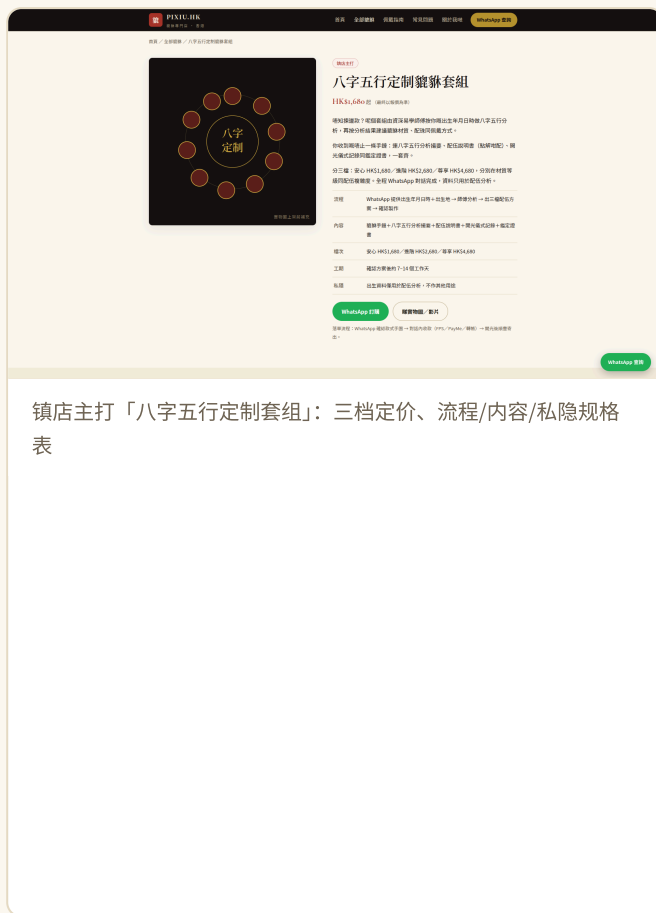
- 合规禁词零命中（保证/必定/根治…20 词表）
- 零死链、零简繁混用、零占位号残留
- canonical / sitemap / robots / JSON-LD 齐备

5.3 上线实拍：首页



https://pixiu.hk 首页——黑金视觉、专门店定位、三产品直出、四步成交动线

站点实拍：商店·产品·指南



收尾清单与资产台账

站点处于「完整可跑单」状态：客人进站 → 点按钮 → 落到号上 → 对话收款。以下是让它从「能跑」到「跑起来」的清单。

上线待办（按优先级）

- 网站上线 + 私域链路接通（已完成，本报告即交付物）
- 产品实物图——拍好后替换占位图块，商品页即刻成型（当前用设计占位，已预留位置与说明）
- +852 香港号入池——港客看到 +44 号会犹豫；入池后站点侧零改动
- 支付接入——按第四章三步走，等产品上架后启动（你已确认此节奏）
- Google Search Console 提交——sitemap 已就绪（pixiu.hk/sitemap.xml），需你的 Google 账号验证域名
- 邮箱 MX 记录——info@pixiu.hk 收信；可复用现有 Cloudflare 邮件路由方案
- bazi.hk 到期监控（2027-01-31）；旺季前评估注册 taisui.hk 做流年 campaign

90 天运营节奏建议（承接调研结论）

月1

基建收尾

实物图上架、852 号入池、GSC 提交；
老板亲自聊单磨话术

月2

内容加密度

指南扩到 12-15 篇吃长尾；包裹卡「扫码看你手串的开光视频」启动

月3

冲农历年波峰

2027 丁未年犯太岁指南 + 定制套组预售；犯太岁提醒按生肖分发

资产台账

资产	位置/状态
线上站点	https://pixiu.hk（19 页，QA 全过，全球可访问）
站点源码 + 生成器	本机 紫鸟/pixiu-hk-site/（_build/ 内含页面生成脚本，改文案跑一遍即全站更新）
服务器部署	241 内网机：pixiu-web / pixiu-tunnel 两个 systemd 服务，开机自启
域名 DNS	Cloudflare：pixiu.hk + www CNAME → 隧道，橙云代理开启
私域网关	wa.retreto.com 号池（与 400+ 站共用），site=pixiu.hk 已路由
市场调研底稿	fengshui-hk-dtc 市场调研 + 高客单私域 playbook 两份 Canvas 报告

一句话收束：调研证明了「需求刚性 + 供给失信 + 私域高转化」三角成立；pixiu.hk 用「专门店 + 可追溯凭证 + 对话式成交」把三角落成了生意。剩下的是拍图、上号、开卖。