

# 2024下半年 小红书热门行业简报

美妆个护 | 服饰穿搭 | 食品饮料 | 母婴育儿 | 家居家装 | 运动户外 | 萌宠动物

数据来源：千瓜数据

数据时间：2024年7月1日-2024年11月30日

# 前言

2024下半年，小红书各行业表现如何？孕育出哪些品牌营销新机？

本期报告，千瓜将围绕小红书**七大热门行业**（美妆个护、服饰穿搭、食品饮料、母婴育儿、家居家装、运动户外、萌宠动物），探索行业风向、品类趋势、内容生态，为品牌2025年小红书营销提供数据支持和前瞻性指导。



# 报告 目录

**01 美妆个护**

---

**02 服饰穿搭**

---

**03 食品饮料**

---

**04 母婴育儿**

---

**05 家居家装**

---

**06 运动户外**

---

**07 萌宠动物**

---



# PART 1

# 美妆个护

---

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

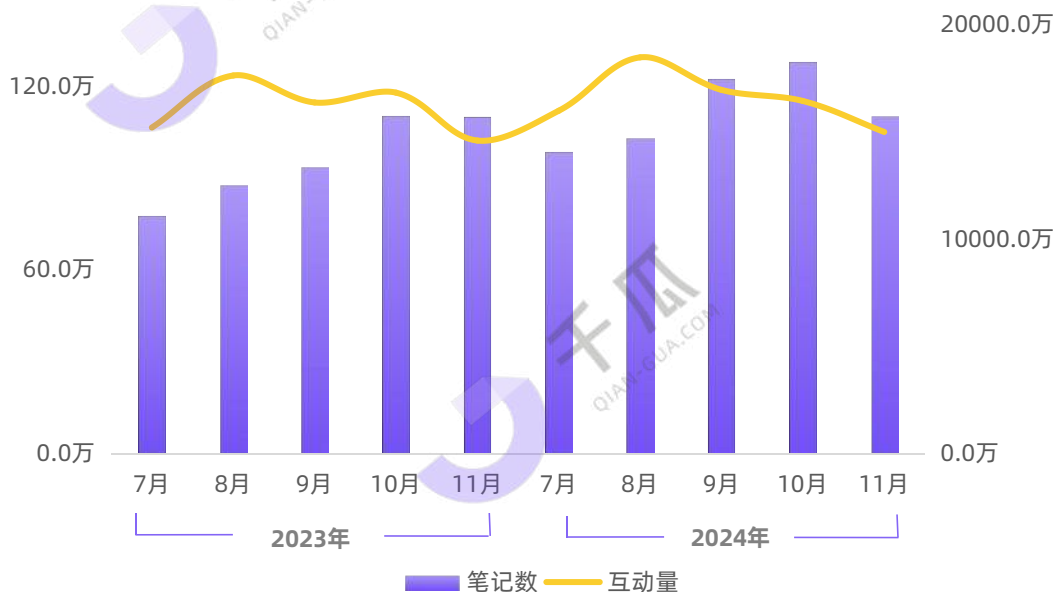
# 美护种草热度保持高态势，商业角逐愈发激烈

行业调研数据显示：种草热度保持高态势，**月均预估互动量高达1亿+**；**商业笔记数增长超47%**，月均预估互动量**6500万+**，其中：**护肤增长近三成**，**彩妆增长超四成**。**品类占比：护肤、身体护理均为19%+**，**彩妆为61%+**；细分品类：面部彩妆（37%+）、唇妆（16%+）、香水（12%+）、彩妆工具（10%+）、美甲（10%+）。千瓜观点，美妆个护行业在小红书平台热度稳中有升，下半场品牌角逐更加激烈。护肤、彩妆、身体护理品类商业投放均在上涨，彩妆较上半年进一步增长，表现依然亮眼。千瓜认为，美妆个护赛道身处变局时代，市场竞争、行业内卷加剧，**除了对成分功效的密切关注，在消费者回归理性的大势下，品牌应更加侧重于真实场景下的产品营销，关注消费体验与需求，以实现有效的创新与突破。**

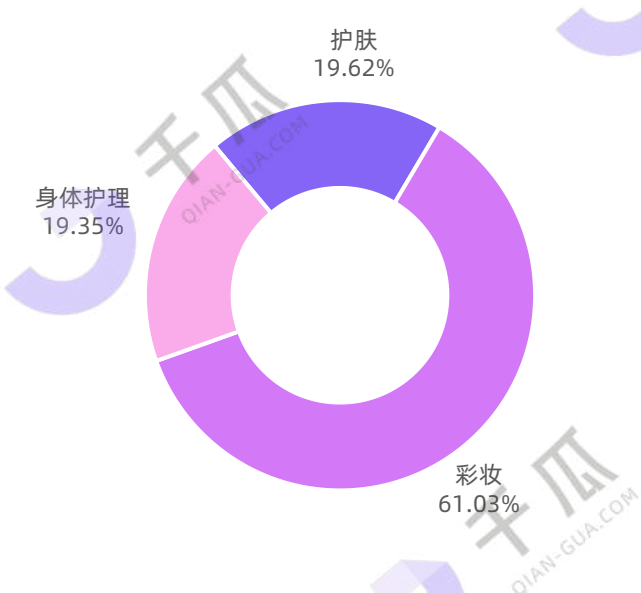
### 2024下半年种草&商业笔记声量



### 种草笔记趋势图



### 品类笔记占比



数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年7月-11月小红书美妆个护行业种草笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

# 「精简成妆、一物多用」，品类“N折叠”

调研热门内容频现“快速、精简、方便”、“多用、多种、组合”等使用体验词，预估互动量高达千万级+，笔记数增长率高达110%+；涵盖话题：**#精简护肤**、**#快速出门妆**、**#一物多用**、**#精简化妆**等，浏览量高达8800万+，以及热门种草产品：多用膏、多用霜等。

千瓜观点，快节奏生活、多样化产品覆盖下，效率、便携诉求增强，“简单便捷”的使用体验成突破口，品牌可立足于用户“多快好省”的诉求，创新产品与种草内容：一方面，可以从“简化护肤/上妆步骤”出发，帮助用户高效完成妆容；另一方面，可以从“需求组合单品”出发，推出“多功能单品”（如：一款“单品”=口红+腮红+眼影/修容/高光），提升产品实用度与便捷性。

## 种草笔记内容关键词

适用 使用方法 全妆  
 精简 简单 懒人  
 多用 方便 多种  
 免卸 无需 快速  
 实用 时间 组合 分钟  
 养肤

## 笔记涵盖热门话题浏览量

#精简护肤 8800万+

#快速出门妆 8800万+

#一物多用 6000万+

#精简化妆 2600万+

## 品牌商业笔记案例



# 「妆场OOTD」盛行，场景化引领创新突破

调研热门场景频现“上班、旅游、运动、户外”、“开学、约会、节日”等，预估互动量高达千万级，笔记数增长率高达148%+；涵盖话题：#早八妆容、#约会心动妆容、#演唱会妆容等，浏览量高达1.2亿+；以及热门种草产品：养生彩妆、运动彩妆等。

千瓜观点，消费者愈发重视妆容和特定场景的契合度，连接人群生活方式与社交需求的“场景化品类”，成为发掘创新点与增长点的有效路径。品牌可根据小红书的平台的增势场景，通过用户的实际需求，找到沟通机会，如高热的健身、户外场景，美妆人群的“运动社交”与“防水、抗汗、持妆”需求；养生场景，美妆人群的“健康、气色、养颜”追求，打造新的品类理念，实现新圈层的人群覆盖。

## 笔记内容场景词&热门话题浏览量

旅游 上班 早八 演唱会 睡前  
家庭 养生 节日 户外 运动 约会  
音乐节 开学 展览



@王亚飞Yafei



@Mhoney慕慕



@何其野

## 品牌案例

### 彩妆+养生



品牌：花西子Florasis

#花西子好气色系列  
浏览量百万级

\*上新近1个月数据

综合皮肤学、中医学专家意见，为东方女性打造气色之美。

### 彩妆+运动



品牌：Judydoll橘朵

#橘朵运动系列  
浏览量百万级

\*上新近1个月数据

基于运动场景设计产品，通过“暴汗”妆容的打造和保持，切入“运动美妆赛道”。



## PART 2

# 服饰穿搭

---

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

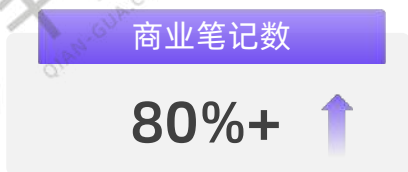


# 种草声量超千万级，功能性、保暖性品类引关注

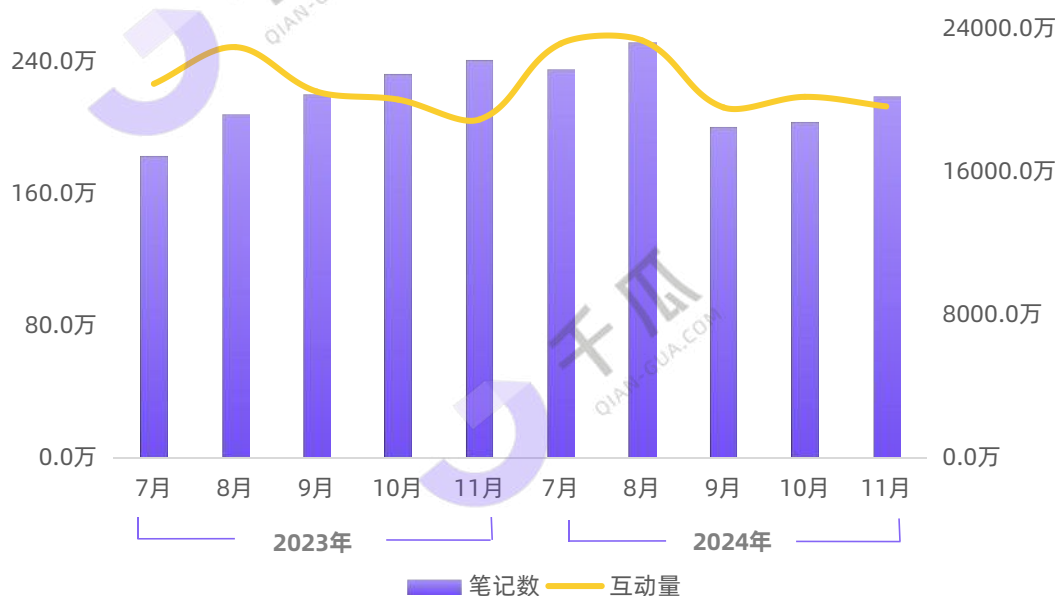
2024下半年，服饰穿搭相关商业笔记同比增长80%+，种草笔记月均预估互动量超2亿，处于长期高热状态；品类占比中，珠宝配饰占比41%+，服装占比30%+，箱包占比20%+，鞋靴占比7%+；二级品类中，“功能眼镜、运动包、手套、帽子、雪地靴”笔记数增长高达207%+，“针织衫/毛衣、羽绒服、毛呢大衣”等品类笔记互动占比位列TOP5。

千瓜观点，秋冬功能性、保暖性品类的种草意向攀升，人们更加关注功能与时尚融合的“高质价比”产品，消费者除了服饰设计的外观需求，对“功能”的需求逐步提升，因此产品还需兼顾“保暖、防寒、蓄热、透气、防风”等性能需求，以及“轻量、舒适、跨场景兼容”等体验需求。品牌基于平台穿搭风向，在多样服饰风格之下，或可增强功能性面料、材质、场景穿着的输出力度。

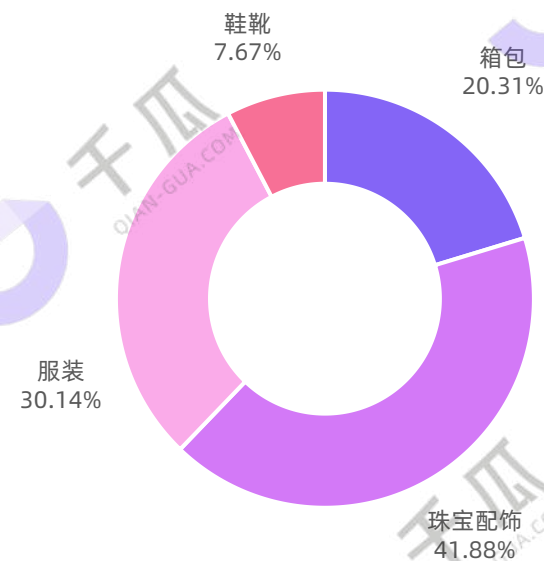
## 2024下半年种草&商业声量



### 种草笔记趋势图



### 品类笔记占比



数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年7月-11月小红书服饰穿搭行业种草笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

# 「巴恩风、绒系青年」，实穿主义席卷秋冬

调研热搜词及内容关键词中，“实用、好穿、舒适时尚”“夹克外套、复古牛仔裤、粗跟短靴”等词频现，笔记涵盖热门话题中，#巴恩风穿搭 话题浏览量超9100万。厚实耐穿、时髦百搭的巴恩风成为小红书秋冬热门穿搭趋势。此外，热搜词及内容关键词中出现“鹅绒服、摇粒绒外套、双面羊绒大衣”“保暖、加绒、松弛”等，话题#毛绒穿出街 上线不到30天浏览量超2200万。当下，除了羽绒服之外，用户发现更加高质性价比、舒适保暖的多样化“绒类/茸类”产品，再加之平台推动，让更多年轻人化身“绒系青年”。

千瓜认为，厚实耐穿的巴恩风，舒适保暖、触感柔软的绒类单品，都反映出消费者在下半年更加重视衣物的实用功能；于品牌而言，需要在实用主义的底色上进一步营造衣物所带来的「安全感」，满足悦己、松弛的消费需求。

笔记涵盖热门话题



笔记热搜词&内容关键词

休闲穿搭  
**夹克外套** **粗跟短靴**  
 皮衣穿搭  
**阔腿牛仔裤** **实用**  
**叠穿** **皮夹克** **舒适时尚**  
**实在** **工装裤穿搭**  
 棕色 **好穿** **复古牛仔裤**  
**马丁靴推荐** **秋冬靴子** **不费力**  
**牛仔微喇裤** **美式复古** **复古**

笔记涵盖热门话题



笔记热搜词&内容关键词

羊绒围巾 **慵懒风毛衣**  
 毛毛拖 **松弛** **羊毛** **羽绒马甲**  
**温暖** **保暖** **舒服** **勃肯鞋**  
**奶呼呼毛衣** **羽绒** **毛茸茸睡衣**  
**羊毛开衫** **毛衣针织**  
**鹅绒服** **羊绒** **寒冷** **温度**  
**摇粒绒外套** **加绒** **慵懒**  
**毛绒包** **双面羊绒大衣**



## PART 3

# 食品饮料

---

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

# 月均互动量超3亿，生鲜果蔬涨势显著

食品饮料行业商业笔记数同比增长80%+，种草笔记月均互动量达3.6亿+，品类笔记占比TOP4为：生鲜果蔬（28.35%），休闲零食（24.00%），粮油干货（23.32%），咖啡/麦片/冲饮品（17.86%）；生鲜果蔬品类涨势显著，占比从上半年的榜三跃居至榜首，种草笔记数及预估互动量同比增长高达143%+、78%+，其中海鲜/水产品、蔬菜、水果等细分品类笔记数增长分别为244%+、203%+、158%+。

千瓜观点，食品饮料赛道品类竞争激烈，一方面，从生鲜果蔬品类高增长可以洞察到当代年轻群体对健康饮食的重视，品牌可抓住健康生活方式下的新诉求和新场景；另一方面，还要关注用户在食饮方面的“新鲜感”诉求，在口味方面不断创新，持续带来惊奇体验、抢占用户心智。

## 2024下半年种草&商业声量

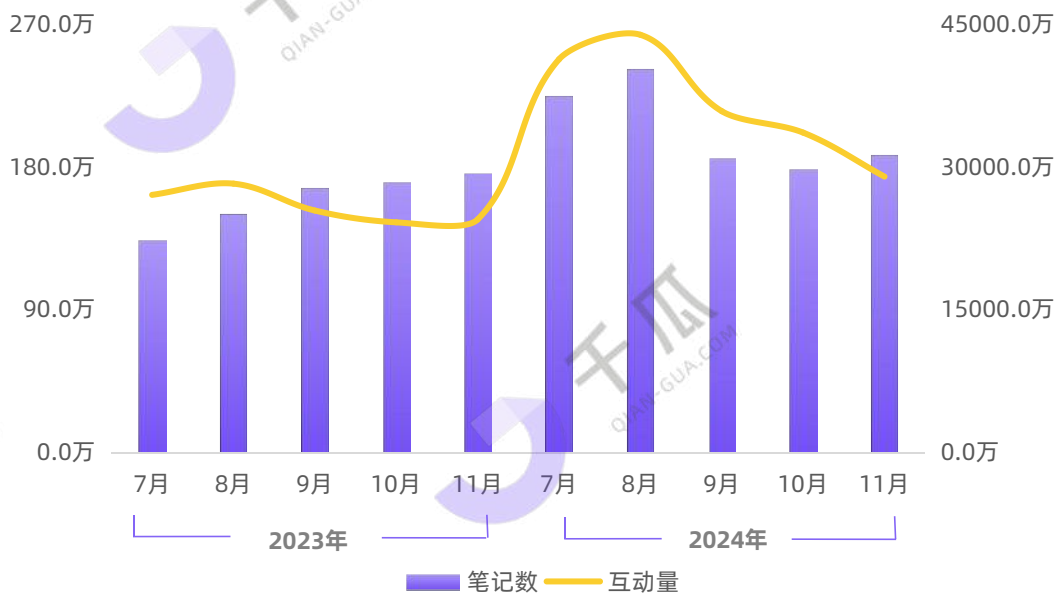
商业笔记数

80%+ ↑

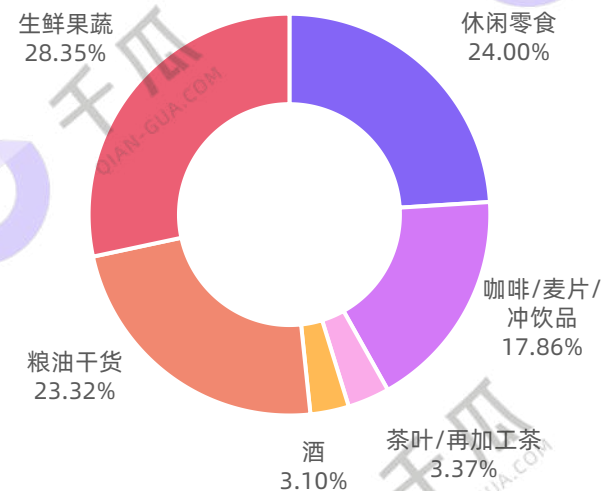
种草笔记月均互动

3.6亿+

## 种草笔记趋势图



## 品类笔记占比



# 「食补养生保健、奇特风味」爆发，食饮玩转新赛道

种草笔记内容数据显示，“**红豆、黑芝麻、羽衣甘蓝、莓果、蔬菜**”，“**榴莲、麻婆豆腐**”等热词高频涌现，热门内容话题**#健康养生、#尝试新口味**等浏览量高达**6000万+**，涵盖产品包括：红豆薏米水、清体小麦草，酱香饼薯片、榴莲辣条等。

千瓜观点，2024下半年食饮赛道新花样频出，从**食材健康角度**：“中式、西式养生水”出圈，主打“**补血、补气、祛湿**”、“**高纤维、低脂肪、抗氧化**”的产品陆续走红；另外从**食用风味角度**：猎奇口味上桌，酱香饼、螺蛳粉等衍生产品层出不穷，引发平台热议。高效、即时的健康需求下，**养生水正成为年轻人的“水替”**，**品牌可由此进一步深入人群调研，开辟产研新路径**；同时还可通过风味另辟蹊径，**从UGC内容中发掘口味偏好**，通过**地域特色/浓郁风味/新奇混搭**等创新产品，给消费者带来更新鲜有趣的感官体验。

## 种草笔记内容关键词

减肥 低卡 草本 天然 葡萄 山药 黑豆 巴西莓 牛油果 抹茶 花青素  
**黑芝麻** 莓果 益生菌 红豆 红米 植物 羽衣甘蓝 健康 养生 青草 水果 无花果 无糖 酸奶  
 蔬菜 有机 肉桂 开心果 膳食纤维 生姜 披萨 咖啡 薯条 香料 羊肉 螺肉 鱼子酱  
 金枪鱼 味蕾 迷迭香 咸蛋黄 辣椒 番茄 麻婆豆腐 黑松露 玫瑰 咖喱 牛肉 樱花牛奶

## #健康饮品 4900万+



红豆薏米自在水

@达人：虾虾



茶百道清体小麦草

@达人：丢丢今天喝什么？

## 种草笔记内容关键词

金枪鱼 味蕾 迷迭香 咸蛋黄 辣椒 咖啡 浓郁 风味 番茄 麻婆豆腐 黑松露 零食 饼干 榴莲 独特 生姜 披萨 玫瑰 咖喱 牛肉 樱花牛奶 薯条 香料 羊肉 螺肉 鱼子酱

## #尝试新口味 6000万+



乐事酱香饼薯片

@达人：大肚羊羊🐏



卫龙榴莲辣条

@达人：Pin! K



## PART 4

# 母婴育儿

---

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

# 商业投放增长超107%，持续引领科学养育风潮

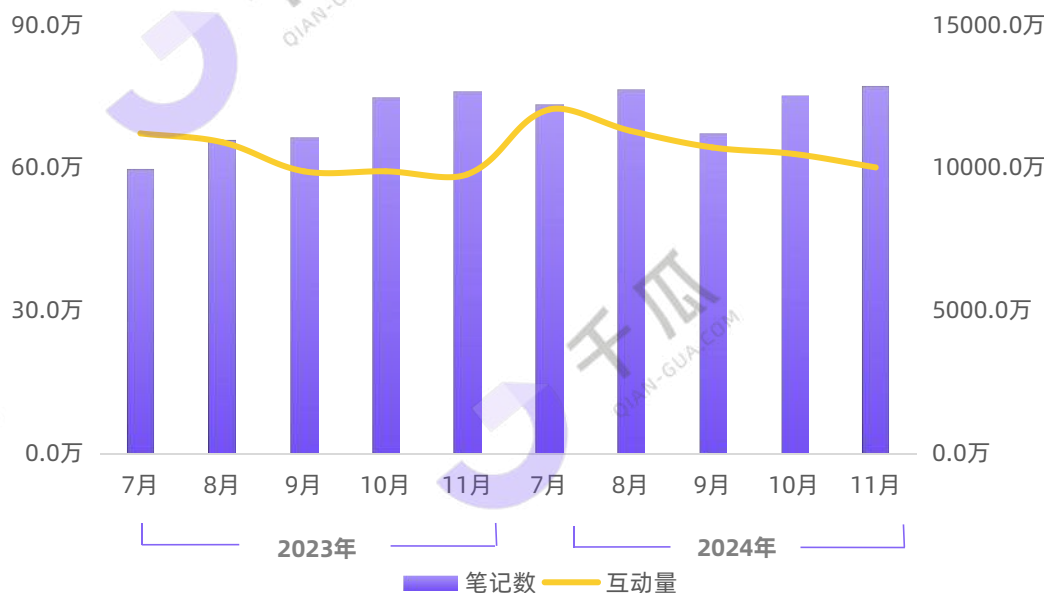
行业笔记数据显示，2024年下半年母婴育儿种草笔记月均预估互动量破亿，商业笔记数同比增长107%+，月均预估互动量千万级。笔记数占比TOP3品类为：婴童玩具（占比45.48%）、婴童食品（占比12.85%）、婴童服装/配饰（占比10.63%），日用品、户外、读物品类占比在6%~9%左右。

千瓜观点，“吃穿玩”仍是高热赛道，同时还涵盖出行、教育等，呈多元发展趋势，覆盖父母孩子的全方面生活。下半年，小红书发起人类幼崽照书养之“成长说明书、我在小红书学养育”等活动，帮助新手爸妈找到同盟军、共享实战经验，进一步深化科学养育观，鼓励新生代父母分享养育理念。品牌基于科学养育的大势，需洞察不同父母养育观（尊重平等、自然美育、松弛育儿等）下的消费诉求，做好细分趋势下的产品迭代和营销布局。

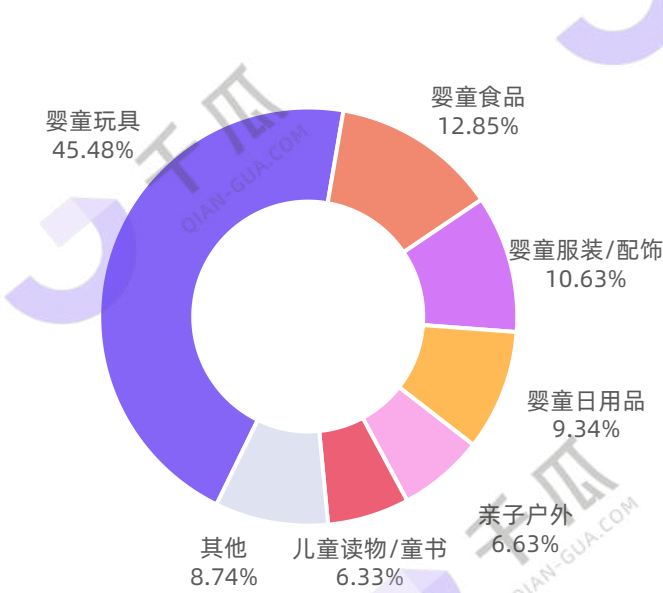
2024下半年种草&商业声量



种草笔记趋势图



品类笔记热度



数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年7月-11月小红书母婴育儿行业种草笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

# 「尊重式育儿、减负养育」，推动消费决策演变

调研热门话题，#小孩哥、#尊重回应式育儿 浏览量分别为1.2亿+、8900万+，“玩具、绘本、鞋服”等孩童用品涌现；涵盖“审美养成、绘本创作”等内容；内容关键词中“体验、省心”频现，互动千万级，笔记数增长高达62%+，“婴童奶粉、吸奶器”等母婴用品涌现，涵盖#水奶、#免手扶吸奶器等话题，浏览量达千万级。千瓜观点，下半年母婴消费倾向呈两个趋势：其一，小孩哥/姐的走红、尊重式育儿的流行，都反映出家长对孩子主观能动性的重视，表现在消费取向，即是对孩子诉求的回应，更是给ta自主决策的空间；其二，新生代父母告别“没苦硬吃”，关注自身的育儿体验和感受，如用水奶告别繁杂的喂奶流程，用挂脖式吸奶器解放双手等。品牌对于孩童相关产品，需关注到决策参与者的变化，抓住孩子的喜好；同时顺应便捷减负的带娃诉求，为父母带来更高效轻松的育儿体验。

## 热门话题及笔记内容关键词



\*话题浏览量



\*种草笔记互动量



@达人：乔治馆的汤圆



@达人：喵喵mm

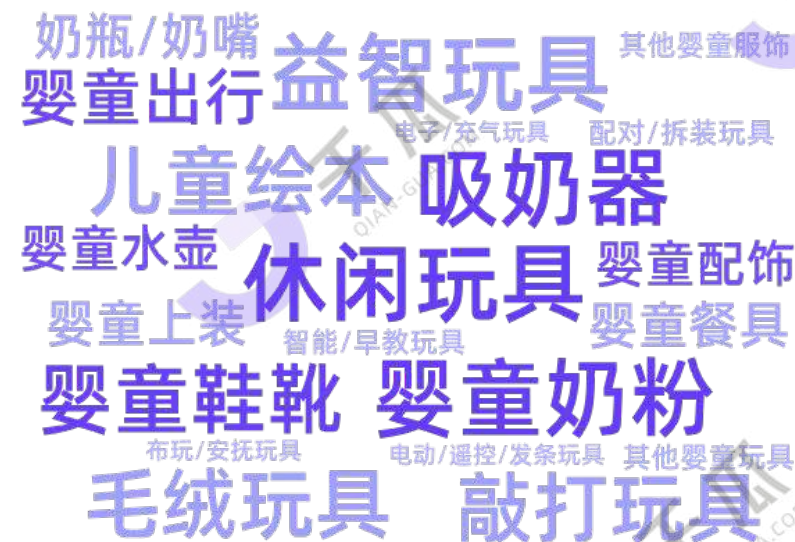


@达人：玲子Reiko



@达人：樱田妮妮（带娃版）

## 热门品类词云



数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年7月-11月小红书母婴育儿行业种草笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。





## PART 5

# 家居家装

---

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

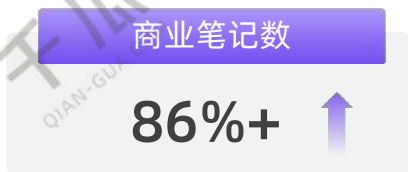
千瓜  
QIAN-GUA.COM

# 互动热度超20亿，「智能、日用、饰品」高速增长

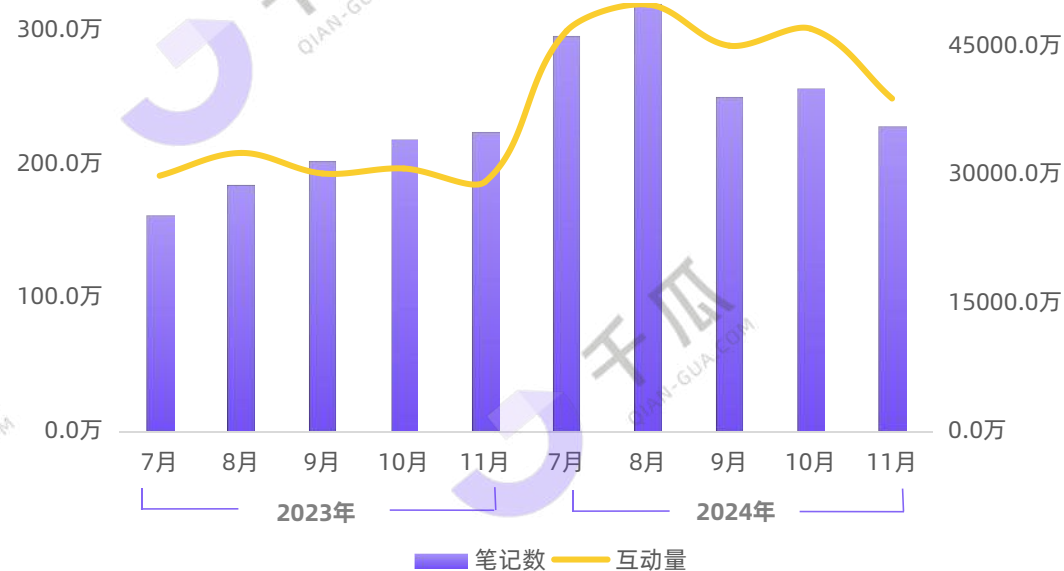
2024年下半年，家居家装行业相关商业笔记同比增长86%+，种草笔记数达千万级，预估总互动量达20亿+，热度持续高涨。品类笔记中，“智能设备、居家日用、家居饰品”笔记数增长位列TOP3，超132%+；“厨具、清洁用具”笔记数增长超78%+。

千瓜观点，小红书作为人们探索理想居家生活的主场，开展“小红书居住趋势、60分居住提案、家居人助跑计划”等系列活动，旨在为用户提供先锋居住观念，展示在家的万千种生活方式。下半年，智能设备、氛围感摆件、高颜值厨具、家清小物的关注度日益高涨，从「颜值、实用、便捷」等本质需求出发，洞察小红书用户在家空间的细分场景与细分需求，是品牌未来增长所在。

## 2024下半年种草&商业声量



## 种草笔记趋势图



## 品类笔记热度

品类分类	笔记数增长
智能设备	175%+
居家日用	133%+
家居饰品	132%+
五金电子/电工工具	110%+
厨具	91%+
清洁用品	78%+
电脑专区	40%+
灯具	37%+

数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年7月-11月小红书家居家装行业种草笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

# 「可变空间、1m<sup>2</sup>角落」，探索家的有机生长

调研热门话题，#60分居住提案、#未完待续的家、#房间改造等话题浏览量高达6.5亿，#卧室大改造、#书桌改造、#旧物改造、#阳台大改造等话题也热度高涨；此外，还出现#我心爱的小角落、#治愈系角落等话题，浏览量高达2.7亿。

千瓜观点，标准化的居家空间已不能满足当代人对自我表达和理想生活的追求，**家装不再是一蹴而就、一次到位的事**，「改造」逐渐演变成一个长期且持续的过程，家中的各个区域（卧室、阳台、书桌等）都被赋予了「可变性」，**人们随季节、心情、兴趣、成长阶段变换居家形态**，为未来预留更多可能；此外，随着家庭空间单位的改变，**小角落的利用率提高，承载着人们日益增长的精神需求**。对品牌而言，一方面，需要看到用户改造行为背后的心理动因，从情感层面撬动用户，实现心智种草；另一层面，**从家装的最小单位「1m<sup>2</sup>」切入**，聚焦于微小空间的改造与焕新，或能打开生意增长的新空间。

## 笔记涵盖热门话题浏览量



## 笔记涵盖热门话题浏览量&热门场景



@胡哈哈的面包



@木目✦



@大C橙小菜园

@AriaLL



# PART 6

## 运动户外

---

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

千瓜  
QIAN-GUA.COM

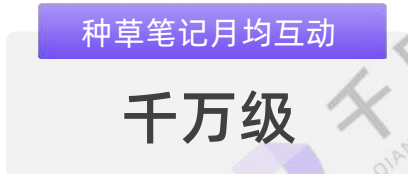
千瓜  
QIAN-GUA.COM

# 商业投放增长超90%，「装备、护具」热度攀升

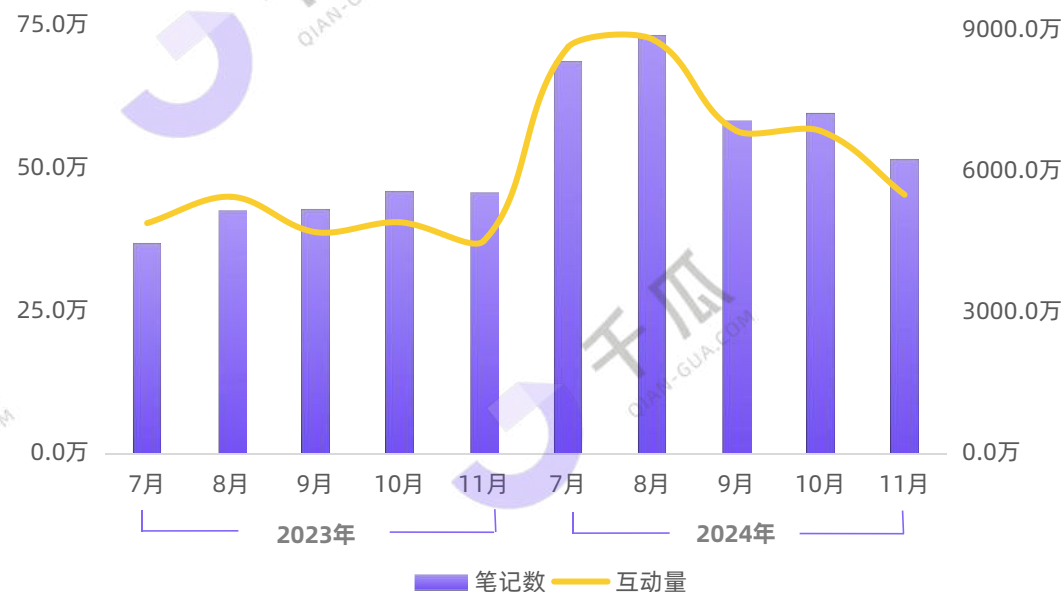
2024下半年，运动户外行业种草笔记预估互动量达十亿级，月均互动达千万级，商业笔记数增长90%+，品牌投放日益激烈。品类数据显示，健身/训练（35%+）、运动鞋靴（27%+）、户外装备（20%+）位列笔记数占比TOP3，户外装备、运动护具笔记数增长超110%，内容声量持续高涨。

千瓜认为，在运动户外行业蓬勃发展的第三年，“横向破圈+纵向进阶”趋势日益凸显，行业正逐步走向大众化、日常化，消费群体不断扩张，推动装备、护具品类需求攀升。在此背景之下，品牌除了打造“高性能和专业性”的产品，也要关注产品的“易用性和上手度”，锚定“新手友好”这一关键需求，让产品迅速打开市场；同时，把握行业增长机遇，不断吸纳品牌潜在客群，在激烈的市场竞争中实现持续发展。

2024下半年种草&商业声量



种草笔记趋势图



品类笔记热度

品类分类	笔记数增长
健身/训练	68%+
户外装备	137%+
运动服装	20%+
运动护具	117%+
运动配饰	33%+

数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年7月-11月小红书运动户外行业种草笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

# 场景「日常化」扩容，装备「普适化」创新

调研内容场景词，“日常”位列TOP1，预估互动量超千万级，热门话题中出现：**#居家锻炼**、**#5分钟运动快充**、**#太极拳**、**#排气操**等项目，浏览量高达6.3亿+。千瓜认为，运动户外行业朝着大众化的方向发展，人们倾向选择更加轻量化、且不受场景局限的活动方式，以满足TA们快节奏生活里“见缝插针动一动”的愿望。品牌不妨将目光聚焦于日常化的运动形式与场景的多样性（家中、办公室、楼梯间、公园等），发掘其中潜藏的趣味性，推动日常化营销场景扩容。

此外，**#路亚钓鱼**、**#小物钓**、**#无绳跳绳**等项目在小红书也热度高涨，专业向运动在装备层面实现创新，演化出大众化的新兴装备与活动形式（**钓鱼→小物钓、路亚钓鱼；跳绳→无绳跳绳**），适配更广泛的场景与人群。于品牌而言，推动装备普适化突破创新，提升受众广度，满足多元人群需求，或将走向更加广阔的市场。

## 笔记内容关键词

日常

适用场景词

TOP1

预估互动量

千万级

## 笔记涵盖热门话题浏览量

场景扩容



装备创新



不用长竿，不钓大鱼，在小水域中就能开展；路亚鱼竿短且硬，配备拟饵，小物钓使用短小软竿，轻便易携带。

无需大量活动空间/担心绊倒受伤，利用橡胶球的重量，让锻炼变得轻而易举。



# PART 7

## 萌宠动物

---

# 平台兴趣人群破亿，宠业迎来增长新阶段

千瓜数据显示，2024年下半年宠物行业种草笔记同比增长48%+，月均预估互动量破千万，商业笔记增长78%+，品牌投放逐步增长；品类笔记中，宠物主食占比37.00%，宠物零食、宠物日用品占比17.28%；其中笔记数增长的二级品类有：宠物美容/清洁服务（11%+）、宠物玩具（84%+）。

千瓜观点，随着养宠大军的不断扩大，小红书正成为更多宠物主的养宠百科全书，官方数据显示，2024年小红书宠物兴趣人群规模已突破1亿，宠物市场迎来高质量发展新阶段。面对新风口、新趋势，宠物品牌可加速布局，深入理解当代饲主的生活趋势，产品设计与创新满足消费者对品质、便利性以及时尚感的全方位需求，占领蓝海市场。

## 2024下半年种草声量

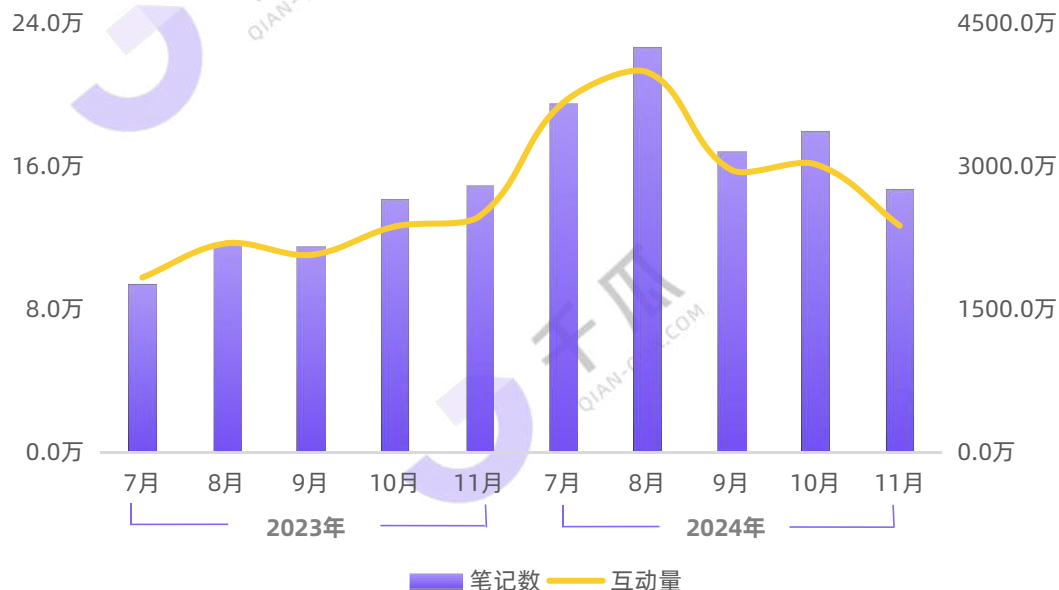
商业笔记数

78%+ ↑

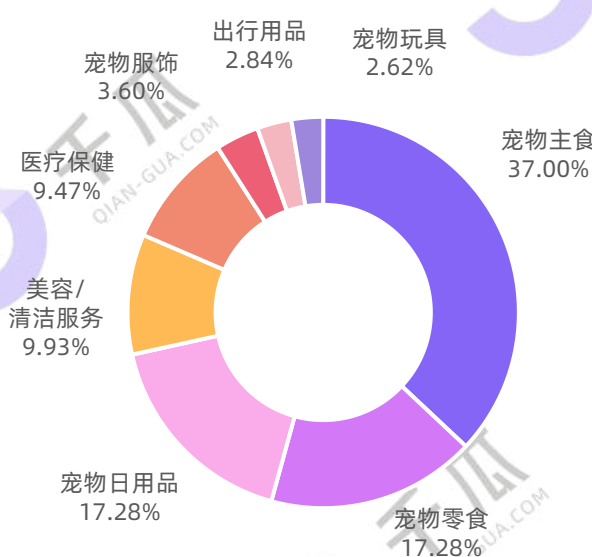
种草笔记月均互动

千万级

## 种草笔记趋势图



## 品类笔记占比



数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年7月-11月小红书萌宠动物行业种草笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

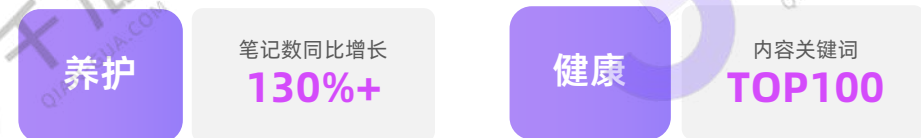


# 「养护升级、颜值当道」，引领养宠新风尚

调研内容关键词显示，“**养护**”一词笔记数增长130%+，“**健康**”位居关键词TOP100，从喂养到营养补充、再到疾病治疗与预防，以及幼年、成年、老年更具针对性的阶段性产品选择，千瓜认为，伴随**健康消费意识延伸至养宠全过程**，可以**科普向、日常生活、情感向**等内容为切入口进行营销布局，引发分享与共鸣。

**热门话题中**，出现“**#宠物美容、#宠物穿搭**”等养宠新趋势，浏览量破千万；“**美毛、增肌、毛茸茸**”等审美词增长率高达47%。如今，以“**美**”为种草动力的小红书用户，也开始关注毛孩子的品相外貌、形象管理，千瓜观点，精致养宠的全方位渗透，**激发宠物洗护、美容、时尚等多细分领域更大的想象空间**，如何平衡功能性与个性化的需求，或许将是赛道玩家们未来市场竞争的关键点。

## 笔记内容关键词



## 热门话题 & 内容关键词-审美词



# 品牌商业推广建议

---

# 千瓜 | 商业推广建议



■ 基于2024下半年七大热门行业数据研究，千瓜总结以下品牌营销趋势：

- **美妆个护：**用户对效率、便携诉求增强，“一物多用、精简化妆”成为产研与种草突破口；重视“妆&场”契合度，“场景化品类”亟待开发。
- **服饰穿搭：**功能性、保暖性品类引起关注；松弛之风愈盛，用户关注实穿性与舒适度，厚实耐穿的「巴恩风」、舒适保暖的「绒类单品」成为大热趋势。
- **食品饮料：**“生鲜果蔬”涨势显著；食补养生诉求长存，“中西养生水”化身年轻人的“水替”；猎奇口味上桌，为消费者创造不同的感官体验。
- **母婴育儿：**科学养育大势，新生代育儿观涌现；小孩哥/姐走红，“尊重式育儿”理念流行；告别“没苦硬吃”，新生代父母追求“减负带娃”。
- **家居家装：**“智能、日用、饰品”品类高速增长，“改造”成为长期命题，用户渴望「可变」的居家空间，重视「1m²角落」的利用率。
- **运动户外：**“装备、护具”需求攀升；用户偏爱轻量活动，推动场景「日常化扩容」，“路亚、小物钓”火热，专业化项目推动装备「普适化创新」。
- **萌宠动物：**宠物兴趣人群规模突破1亿；养护理念升级，健康消费意识延伸至养宠全过程，“宠物美容、穿搭”关注度飙升，引领养宠新风尚。

回望2024年行业趋势，描绘2025年营销新航向，风起云涌的消费市场还将出现哪些新动态、新趋势、新变化？千瓜将与一众品牌共同关注。

## 版权说明

本报告除部分内容源于公开信息（均已备注）外，其他内容（包括图片、表格及文字内容）的版权均归千瓜数据所有。千瓜数据获取信息的途径包括但不限于公开资料、市场调查等。

任何对本数据及报告的使用不得违反任何法律法规或侵犯任何第三方合法权益，任何场合下的转述或引述以及对报告的转载、引用、刊发均需征得千瓜数据方同意，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。

本数据及报告来源于千瓜数据，违者将追究其相关法律责任。

## 数据说明

基于社媒数据分析平台「千瓜数据」在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年7月1日-2024年11月30日小红书美妆个护、服饰穿搭、食品饮料、母婴育儿、家居家装、运动户外、萌宠动物七大行业相关笔记预估数据进行趋势研究所得。基于隐私及数据安全的考虑，本报告数据经过脱敏及指数化处理。



# 小红书营销数据服务专家

数智工具·管理赋能·营销智库·数据定制

千瓜数据  
QIAN-GUA.COM



千瓜公众号



商务顾问-麦麦

扫码获取商务咨询与产品支持



# 2025品牌挚友

**ebrun** 亿邦动力



消除一切电商知识鸿沟

**仪美尚**

YI BEAUTY & LIFESTYLE



让美妆时尚消费品  
没有难做的生意

**运营研究社**



运营创造价值

**DT** 商业观察



理性热爱

**化妆品**  
**观察**



化妆品产业值得  
信赖的财经媒体

**沥金**

FINDING GOLD



数据驱动的消费创投智库

**CBNDATA**

第一财经商业数据中心



国内领先的消费产业  
研究机构与媒体型智库

## 果集-社交媒体全链路服务商

果集科技是一家社交媒体全链路服务商，公司致力于将大数据、AI等新技术应用于社交媒体营销和电商领域，以数据和技术驱动品牌增长。通过行业咨询、策略系统、营销执行、运营工具四个方向，为品牌提供社交媒体全链路解决方案。

### 旗下产品 PRODUCTS OF GUOJI



### 联系&合作 CONTACT&COOPERATION



关注果集

获取更多  
抖/快/红内容信息



市场合作

果集市场品牌总监  
何十三