

2024年度

小红书

小红书商业化
助力每一个好产品生长

金融行业月报

3月

生活服务行业-行业运营一组

小红书

Agenda

一.行业概览

- 1.金融行业细分赛道内容量发布趋势（保险&银行&财富）
- 2.金融行业细分赛道搜索及行业分品类检索情况（保险&银行&财富）
- 3.高活跃用户画像（保险&银行&财富）
- 4.行业TOP搜索词（保险&银行&财富）

二.行业玩法

- 1.保险行业获客链路
- 2.银行行业获客链路
- 3.财富行业活客链路

三.高互动优质笔记分享

- 1.保险赛道高CES笔记
- 2.银行赛道高CES笔记
- 3.财富赛道高CES笔记

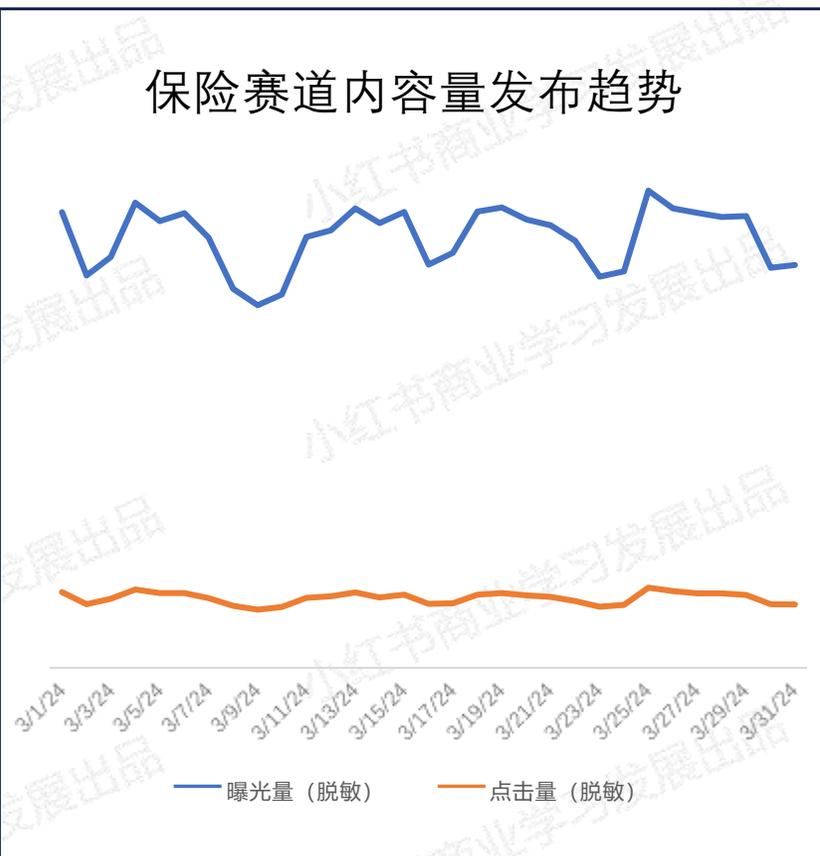
四.最新商业产品动态

行业概览

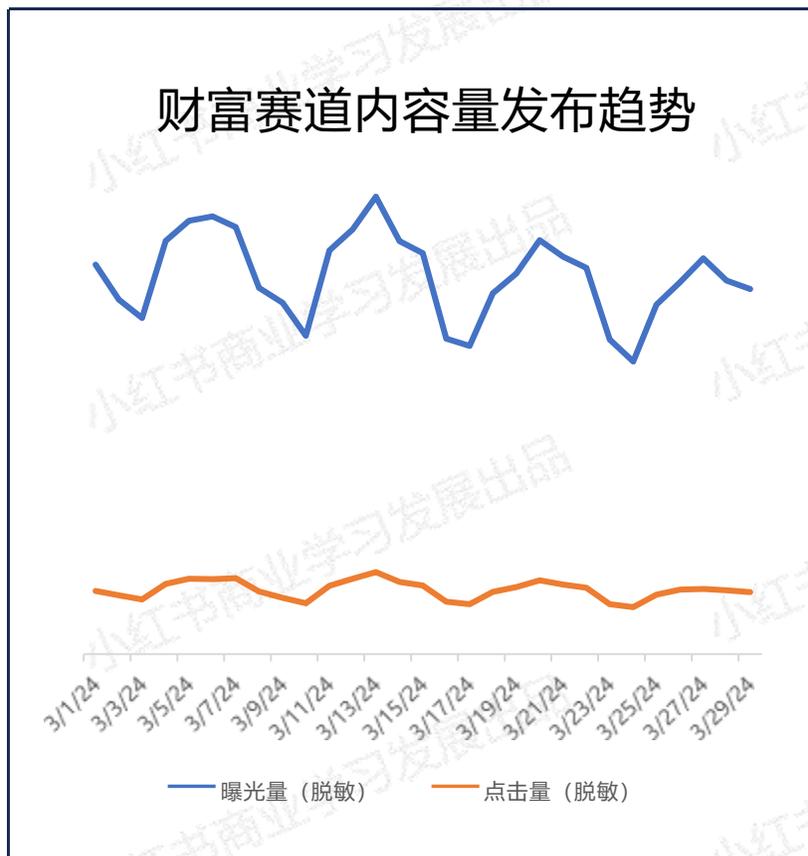
金融行业细分赛道内容量发布趋势-3月

小红书

保险赛道内容量发布趋势



财富赛道内容量发布趋势



银行赛道内容量发布趋势

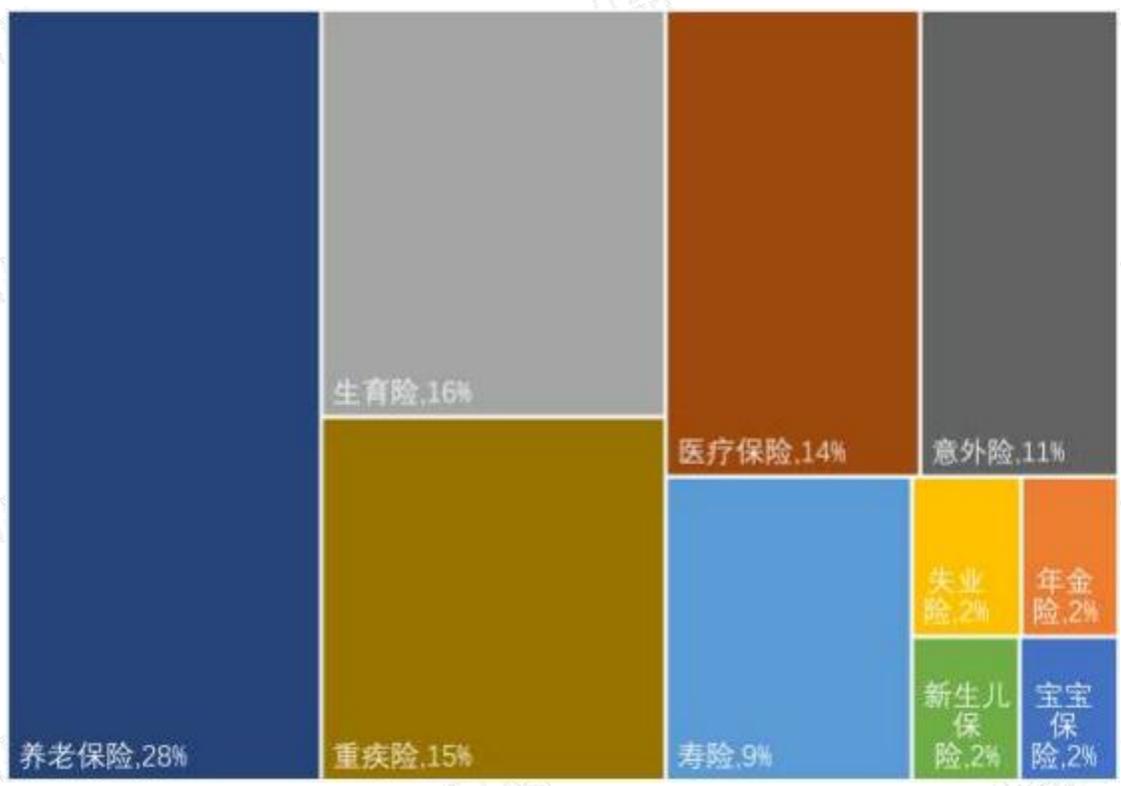


保险行业分品类检索情况-3月

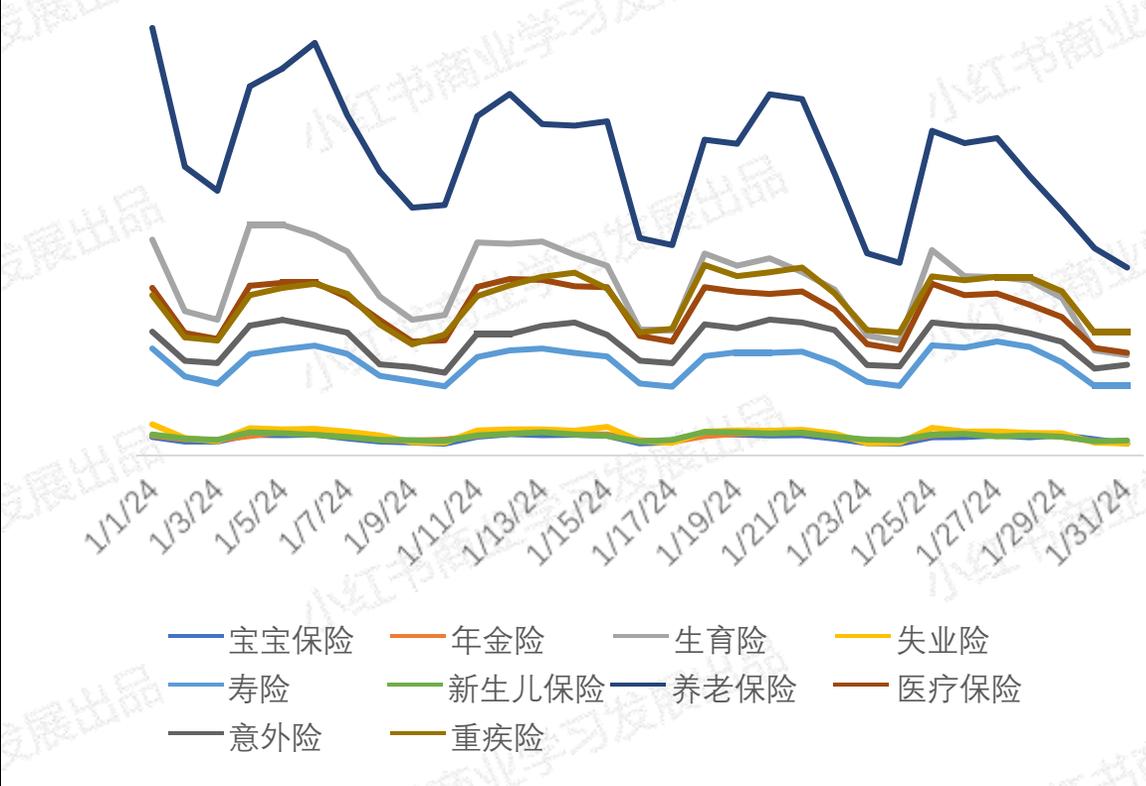
养老保险相关内容检索热度常居榜首，整体各类险种检索热度呈周期性波动。

主要波动险种为：年金险、寿险、医疗保险热度下降，宝宝保险、新生儿保险热度上升。

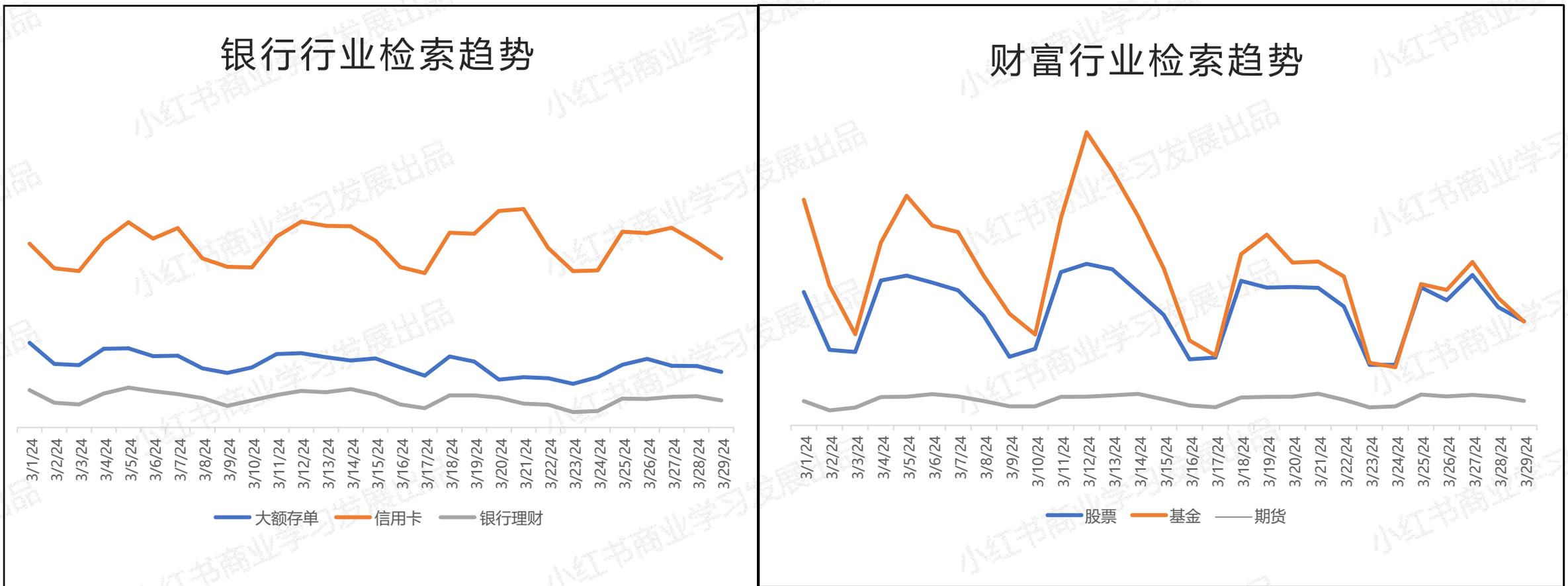
分险种检索占比



分险种检索趋势



银行、财富行业分品类检索情况-3月

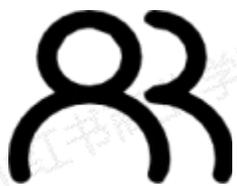


数据来源：小红书商业数据中台：2024.3.1-2024.3.31

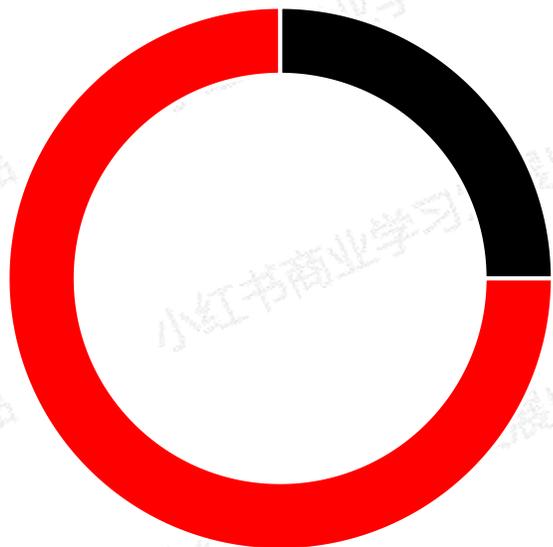
版权归属小红书科技有限公司， 仅供学习使用， 严禁用作商业用途

小红书保险行业搜索及高活跃用户画像-3月

小红书



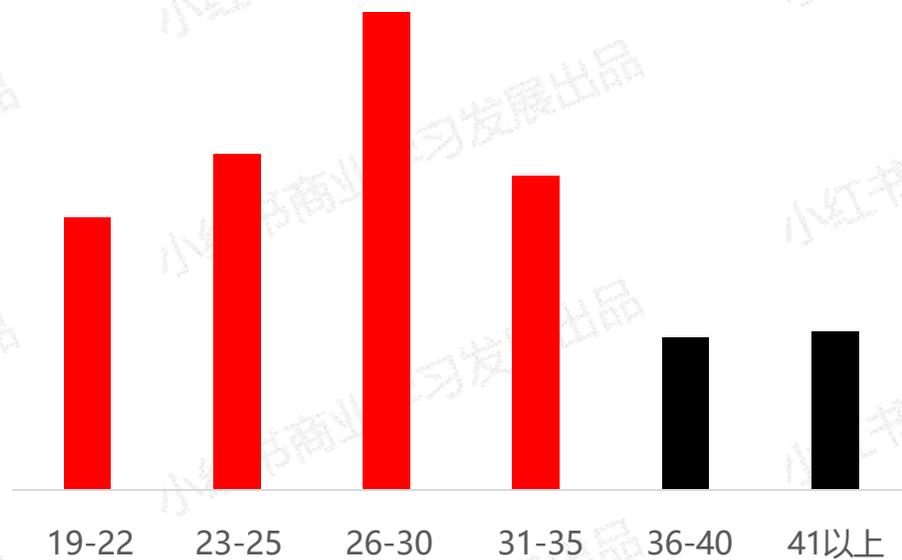
女性用户占比75%



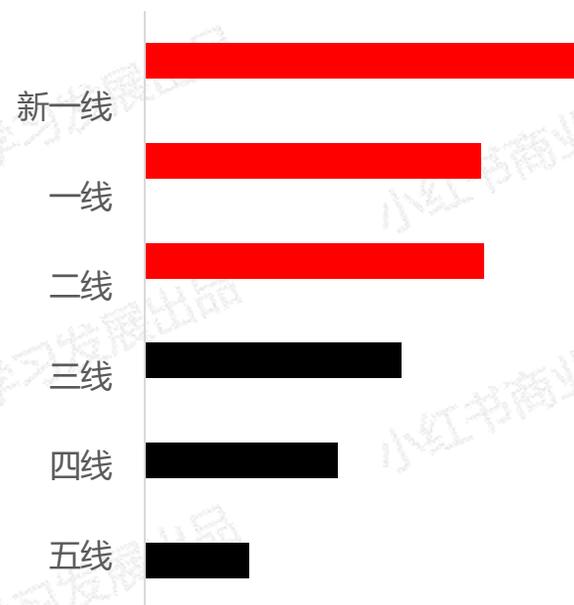
■男 ■女



23-35岁用户占比66%



一二线城市用户占比64%



数据来源: 小红书商业数据中台: 2024.3.1-2024.3.31

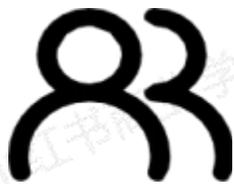
版权归属小红书科技有限公司, 仅供学习使用, 严禁用作商业用途

小红书银行行业搜索及高活跃用户画像-3月

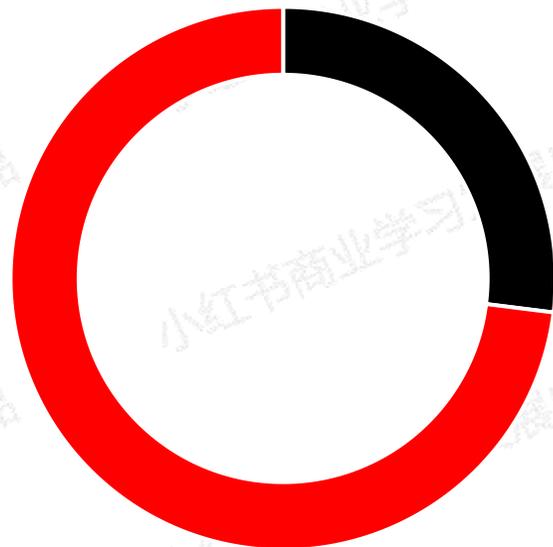


百度百科创建
新闻媒体发稿
SEO优化推广
网站,小程序搭建
种草探店资源
扫码联系我们

小红书



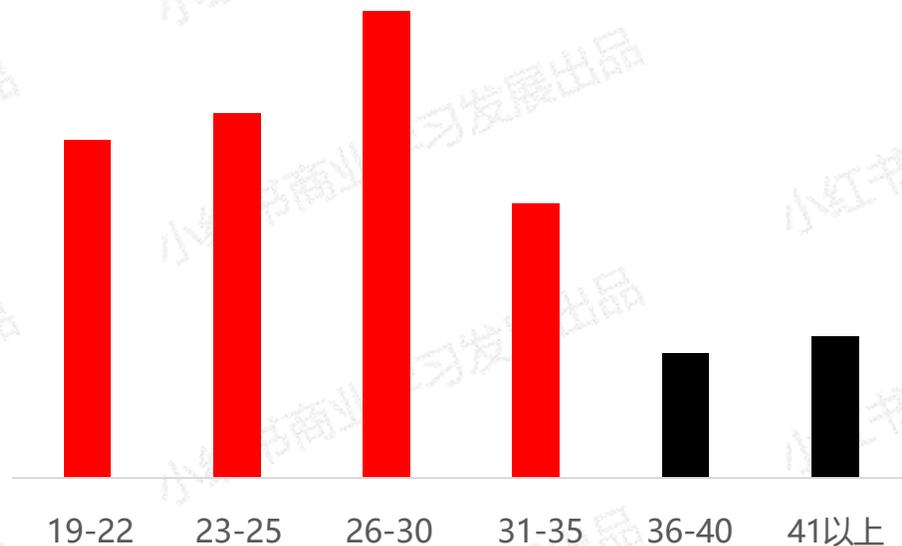
女性用户占比77%



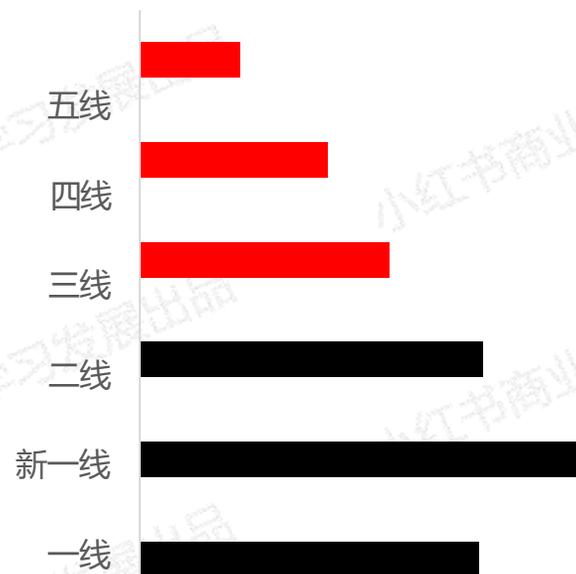
■男 ■女



23-35岁用户占比65%



一二线城市用户占比64%

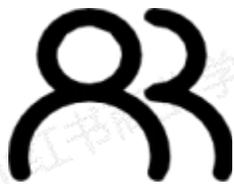


数据来源: 小红书商业数据中台: 2024.3.1-2024.3.31

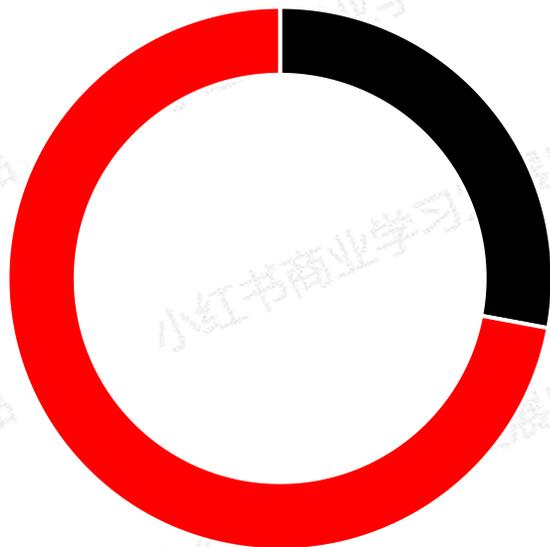
版权归属小红书科技有限公司, 仅供学习使用, 严禁用作商业用途

小红书财富行业搜索及高活跃用户画像-3月

小红书



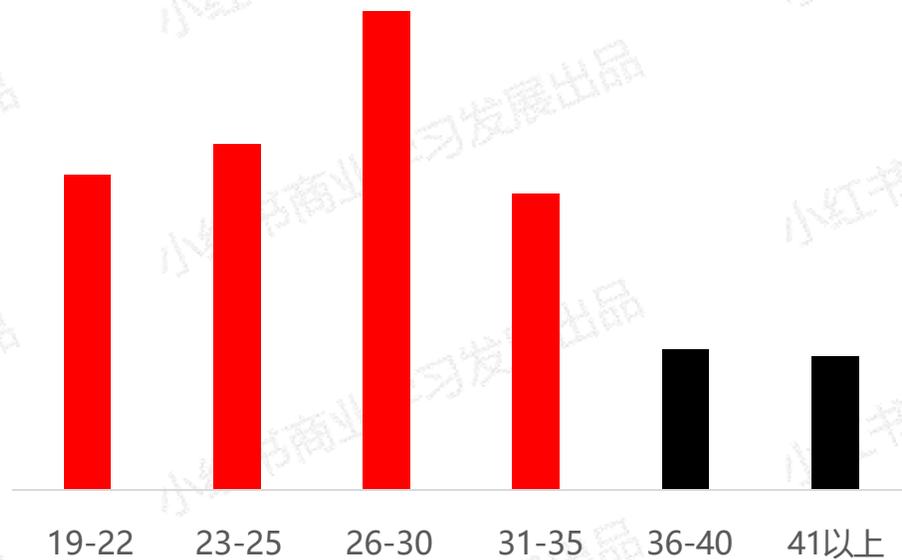
女性用户占比72%



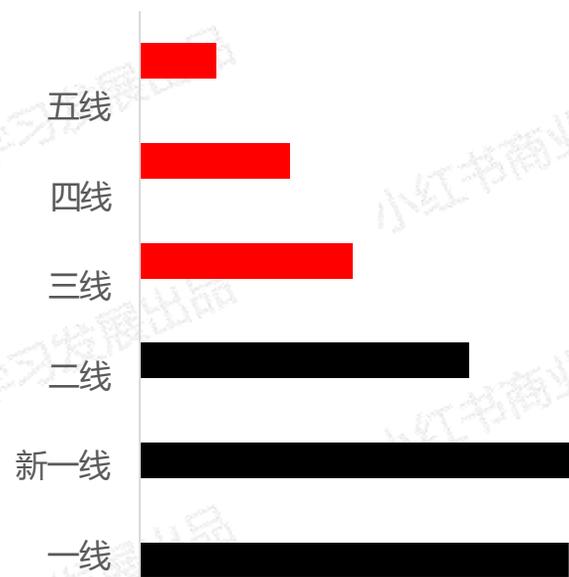
■男 ■女



平均年龄集中在26-30之间



一二线城市用户占比68%



数据来源: 小红书商业数据中台: 2024.3.1-2024.3.31

版权归属小红书科技有限公司, 仅供学习使用, 严禁用作商业用途

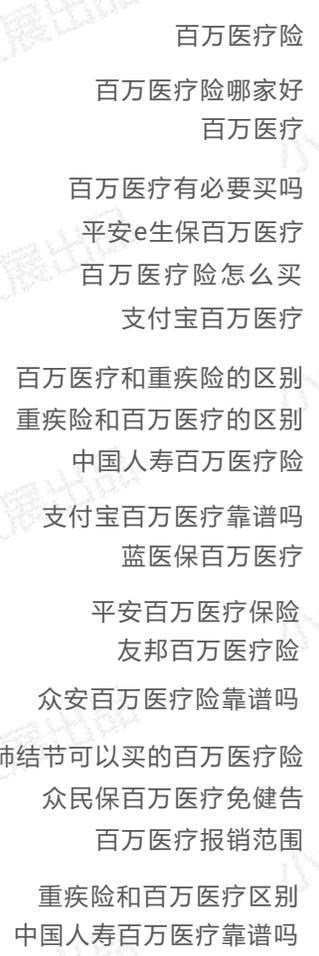
保险行业TOP搜索词-3月



- 险种相关词来看“**失业保险**”热度有显著上升，养老场景内容持续高热；“**香港保险**”热度持续激增，可借势词条热度，布局理财相关内容。
- 人群词中“**新生儿**”保险、“**年轻人**”保险检索量快速增长，用户关注自身和子女的保险配置可重点布局对应的内容

分品类行业热搜词

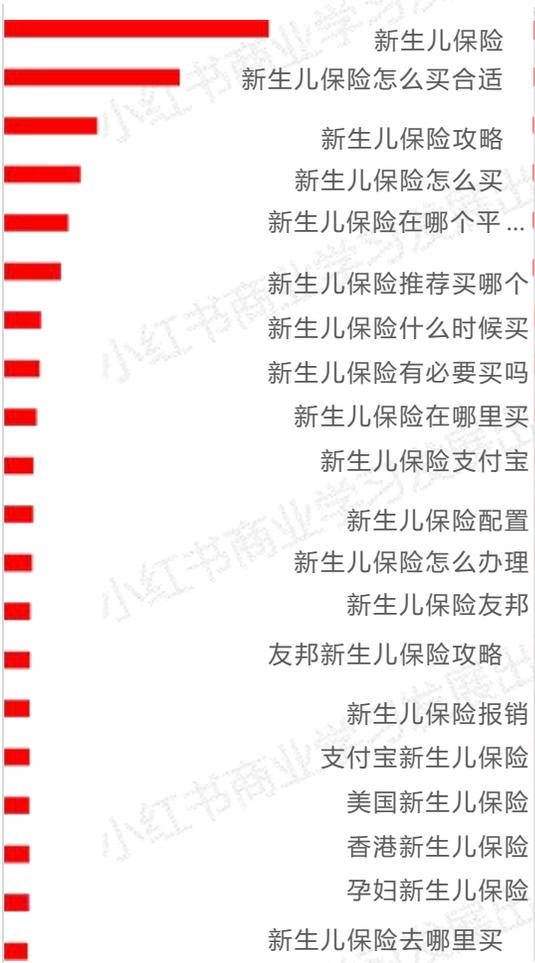
百万医疗



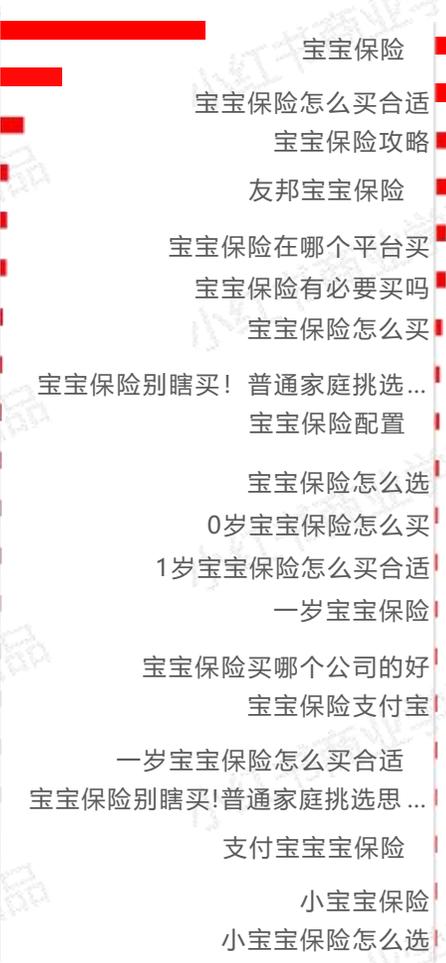
寿险



新生儿保险



宝宝保险



养老保险



分品类行业热搜词

重疾险

- 重疾险
- 重疾险有必要买吗
- 重疾险怎么选
- 重疾险推荐
- 超级玛丽9号重疾险
- 小青龙2号重疾险
- 友邦重疾险
- 健康福重疾险
- 少儿重疾险
- 达尔文8号重疾险
- 重疾险买哪个保险公司的好
- 儿童重疾险
- 支付宝重疾险
- 重疾险买终身还是定期
- 泰康重疾险
- 友邦重疾险值得买吗
- 香港重疾险
- 宝宝重疾险
- 平安重疾险
- 健康福终身重疾险

生育险

- 生育险
- 生育险怎么报销
- 生育险是怀孕前交满一年吗
- 生育险需要满足什么条件
- 生育险怎么查询
- 生育险在哪里查询
- 生育险男方能报销嘛
- 生育险可以自己交吗
- 个人缴纳生育险
- 生育险怎么办理
- 老公的生育险老婆可以用吗
- 生育险和医疗保险合并
- 生育险产检费用怎么报销
- 生育险报销流程
- 生育险怎么报销四川
- 灵活就业生育险
- 生育险怎么报销北京
- 生育险和生育津贴一样吗
- 灵活就业医保有生育险吗
- 生育险人流怎么报销

失业险

- 失业险领取条件
- 失业险怎么领
- 失业险
- 失业险可以领几次
- 失业险领了有什么影响
- 失业险怎么申请
- 失业险怎么查
- 失业险多少钱
- 失业险未滿一年可以领取吗
- 失业险领取条件流程
- 自愿离职怎么领失业险
- 劳动合同期满可以领失业险
- 失业险领取对以后有影响吗
- 失业险是累计的还是连续的
- 失业险几号到账
- 失业险转移
- 失业险领取条件广州
- 失业险可以领多久
- 领失业险有什么影响么
- 领失业险的时候给交医保吗

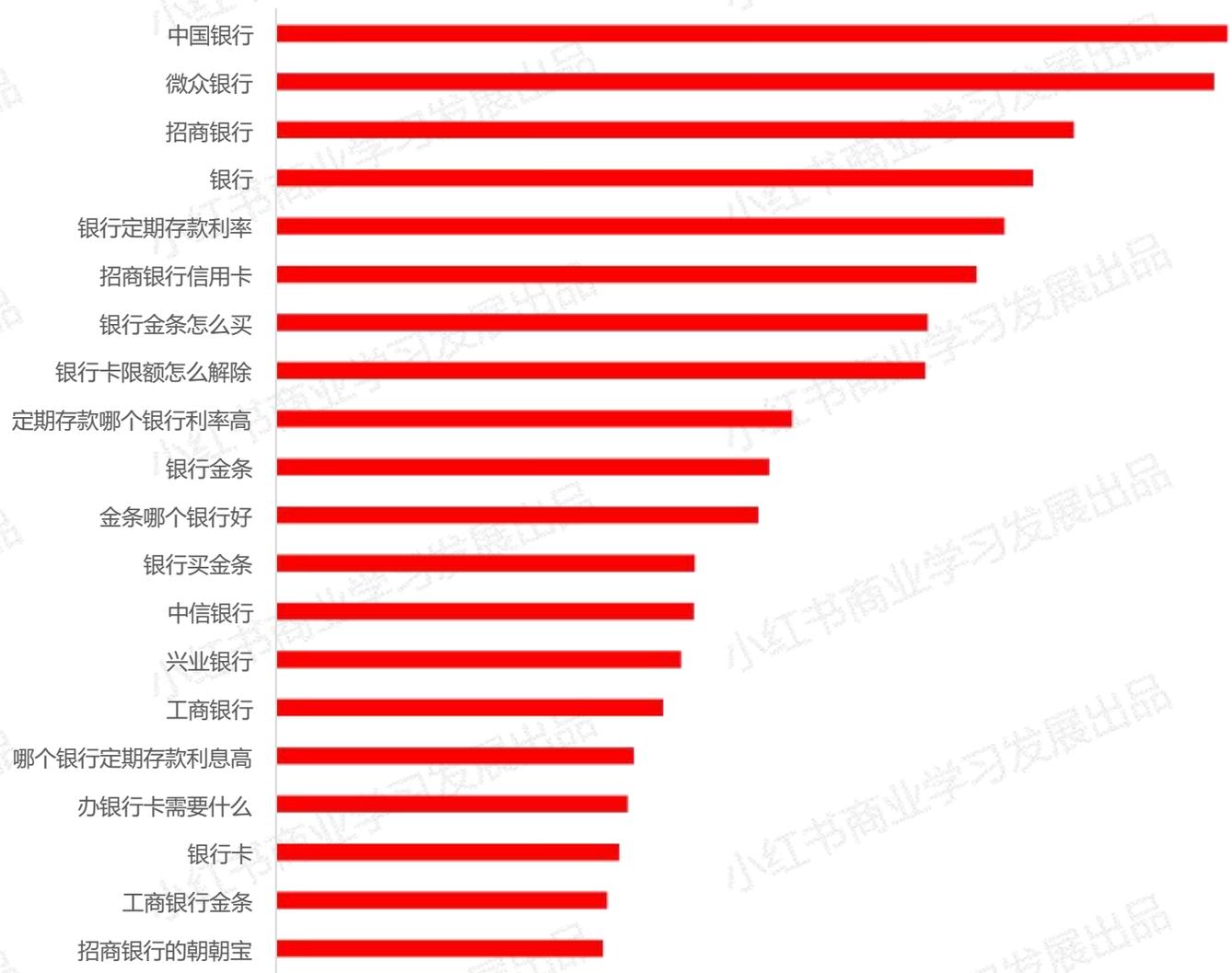
年金险

- 年金险
- 年金险有必要买吗
- 年金险和增额终身寿的区别
- 年金险各大保险公司对比
- 年金险第一梯队
- 养老年金险有必要买吗
- 友邦年金险
- 养老年金险排名
- 泰康年金险万能账户分红型
- 养老年金险
- 年金险是什么意思
- 充裕人生年金险
- 泰康年金险
- 增额终身寿和年金险的区别
- 香港年金险
- 年金险的好处
- 平安年金险
- 友邦年金险的坑
- 年金险的坑
- 年金险推荐哪家

意外险

- 意外险
- 意外险买哪个好
- 航空意外险要不要买
- 意外险推荐成人
- 支付宝意外险
- 航空意外险
- 意外险推荐父母
- 买机票要买航空意外险吗
- 儿童意外险
- 小蜜蜂5号意外险
- 意外险有必要吗
- 无忧保综合意外险怎么样
- 意外险包括范围
- 团体意外险
- 飞机意外险有必要买吗
- 成人意外险
- 意外险赔付标准
- 小蜜蜂3号意外险
- 萌宝保少儿综合意外险
- 友邦意外险

银行业TOP搜索词-3月



【中国银行】【微众银行】【招商银行】相关搜索词热度直线上升，站内用户的消费意愿进一步上涨，结合实际消费场景、连接用户需求，从搜索版块出发辐射信息流流量。

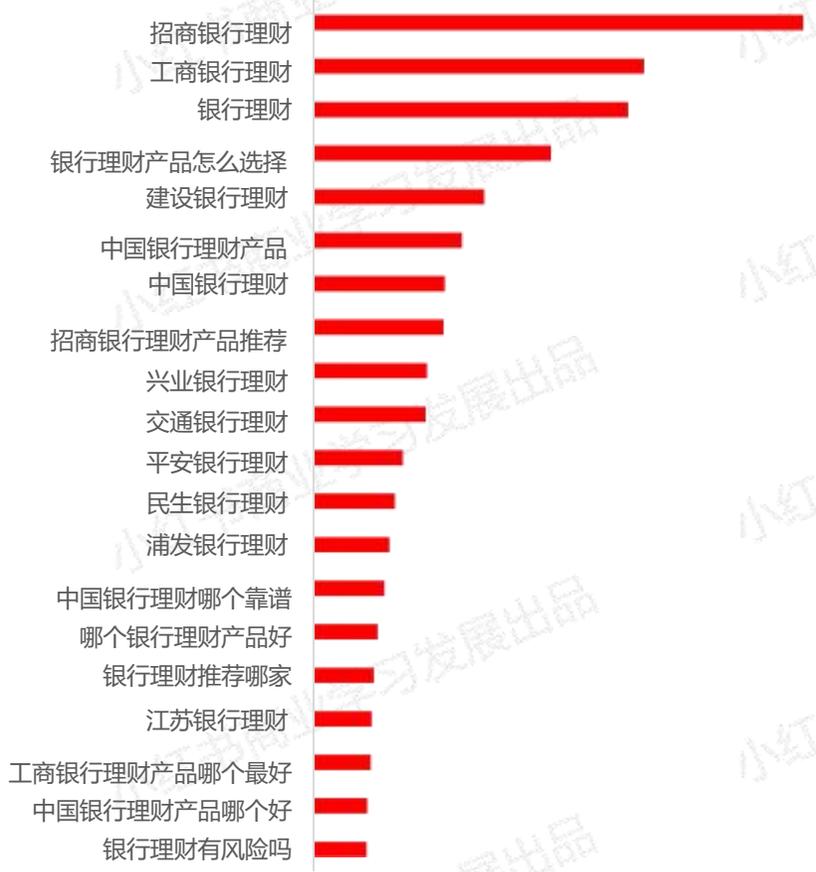
【银行金条】【银行金条怎么买】【定期存款利率】热度持续提升，站内用户通过主动搜索，进一步聚焦到银行、金条和理财业务；在投资理财方面更注重收益的确定性、稳定性。

银行业热搜词

信用卡



银行理财

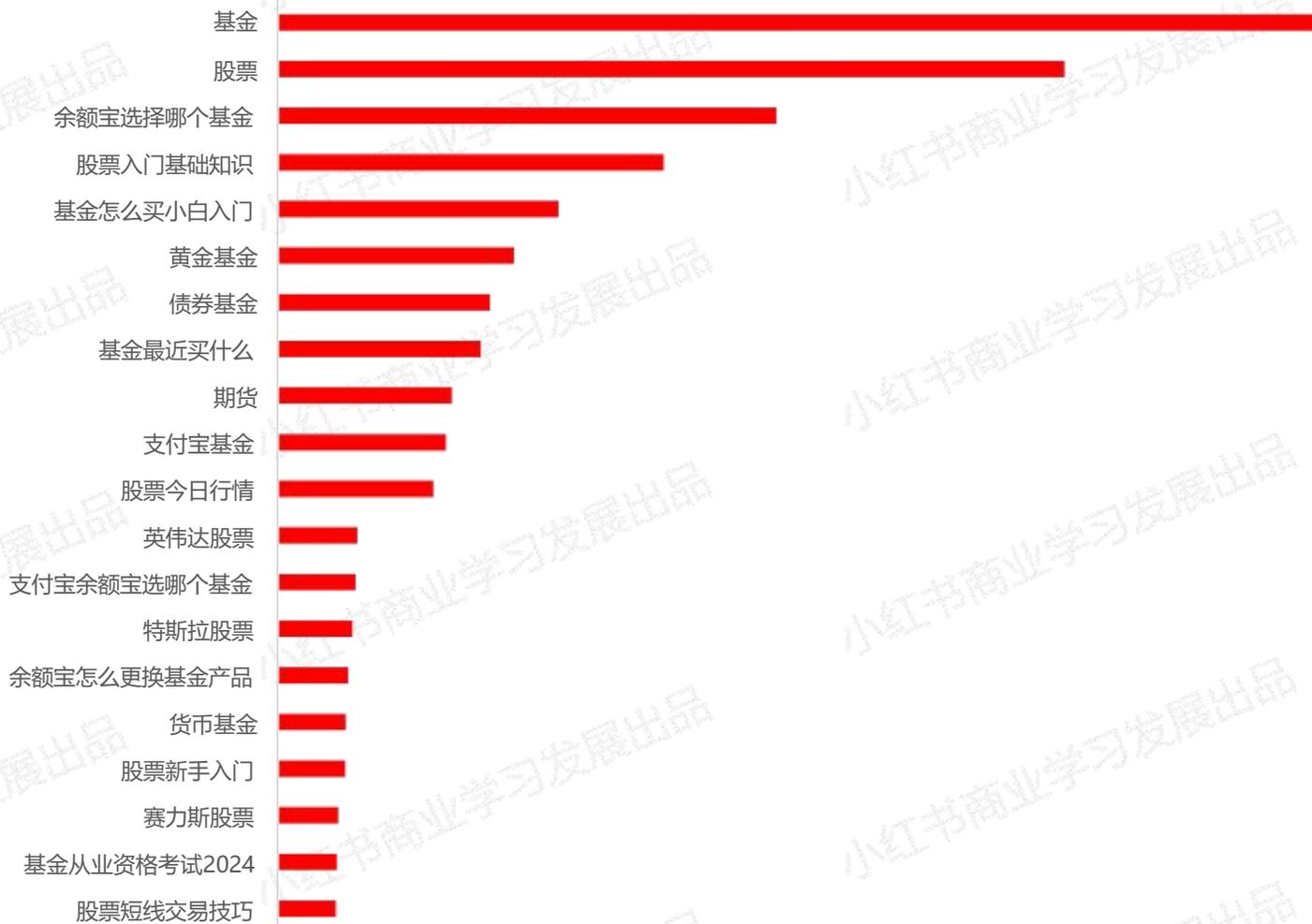


贷款



数据来源：小红书商业数据中台：2024.3.1-2024.3.31

财富行业TOP搜索词-3月

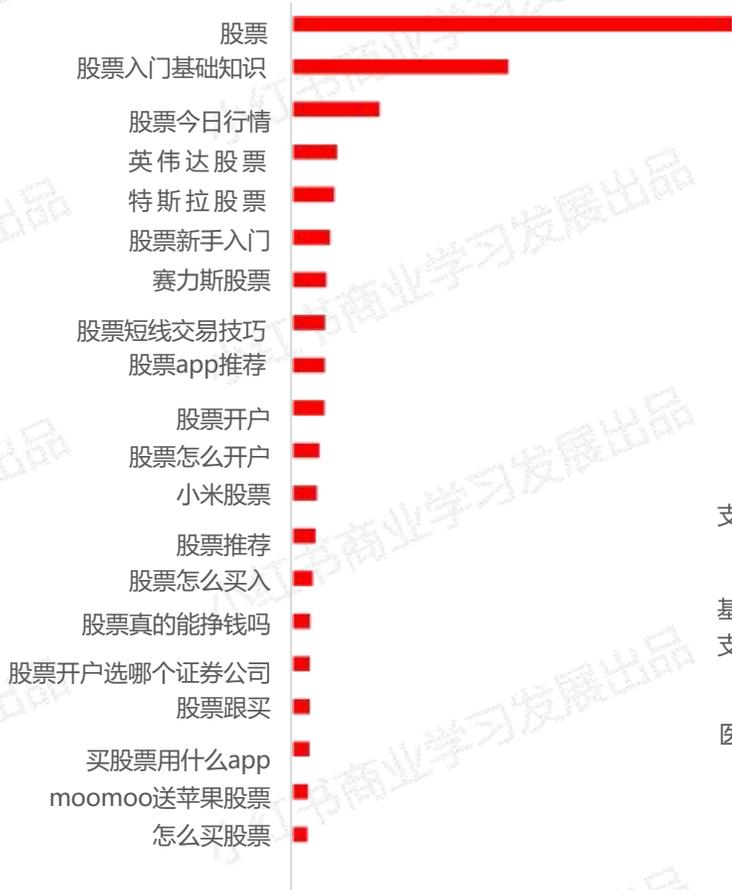


【基金】【股票】 搜索热度持续维持在高位水平，是用户长期关注的重点金融内容，与市场表现一致；

【股票入门基础知识】【基金怎么买小白入门】【股票新手入门】 搜索热度增加，表明用户愿意在小红书学习并掌握金融基础知识可以结合该搜索词布局相关内容，尝试知识分享方向内容。

财富行业热搜词

股票



基金



期货



高互动优质笔记分享

保险赛道-理财险优质笔记



2024最新规，女性社保，能领双份退休金

4579



60万这样存，每月躺收8600利息，利息拿到手软

2285



年金险 VS 增额寿，决赛圈到底怎么选

2969



年金险 VS 增额寿，决赛圈到底怎么选

2969

【首图】结合热点，激发用户好奇

【内容】通过热点实事，女性退休年龄的变化，讲解对用户的影响，进而突出养老年金的重要性。借助案例讲解，详细介绍产品优势，突出高杠杆，高收益等产品特点。

【首图】列明收益，预设门槛，锁定目标人群

【内容】拆解存钱思路，突出风险控制的重要性，同时细化用户画像，增强用户代入感，详细讲解理财规划案例，突出增额寿高复利，高年化收益，稳定性强等产品特点，吸引用户。

【首图】通过简单直观的描述拆解产品区别

【内容】用简单的比喻讲解产品特点，同时通过对比，让用户清晰感知到产品细节的区别。通过用户实际应用场景与产品特点相结合，帮助用户找到适配自己的产品

保险赛道-健康险优质笔记



被催婚哪有不疯的！
4272

被催婚哪有不疯的！
最近和一位96年的姐妹聊天，她说自己一直不打算结婚，世道不往家人催得厉害。
4272 3622 514



【首图】强调人群特点，圈定目标客户

【内容】通过具体案列，结合当前社会现状，描摹具体人群画像：适婚年龄且不想结婚的女性。拆解不同险种的作用及价格，做完整的保险配置案例，吸引目标用户。

【首图】险种+适配人群+限制+产品特点

【内容】分险种细化介绍了产品种类、适配人群，以及对应限制和产品特点。干货科普，直观清晰，用户可快速区分不同险种的区别，同时结合自己的实际情况快速匹配适配的险种。

【首图】新一次、新手等词条吸引目标用户

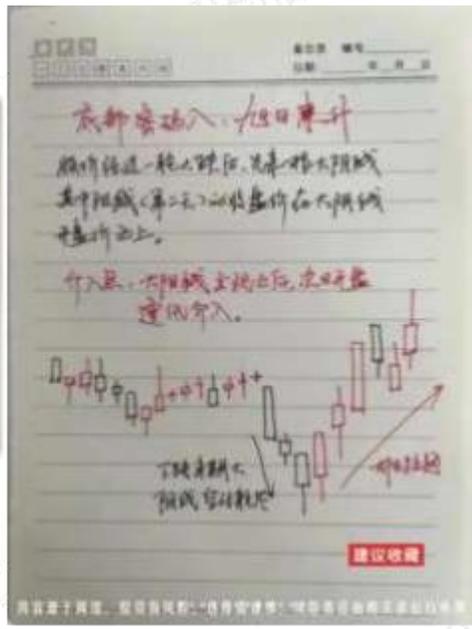
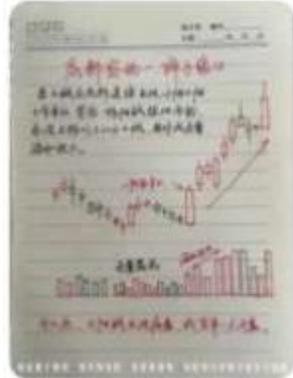
【内容】拆解不同阶段用户购买保险的方案，包括具体险种，核心保障，注意事项，适配人群等。视频为方案型的干货的形式，评论互动质量也很高，吸引高潜客户。

保险赛道-蒲公英合作笔记



- 本月的优质达人内容结合生病感悟引发用户焦虑，90后存钱，宝妈忧患意识等话题相关，激发用户兴趣，提高点击率。
- 针对不同人群，结合相关场景，精准狙击目标人群，有针对性的推荐对应险种。
- 锁定女性人群、宝妈群体、90后情侣等采用场景化、生活化原生的表达形式，配合相应话题tag，提高笔记互动数据。

财富赛道-优质笔记



【首图】“小白”“第一步”

【内容】标题与首图对应，目标新人群体，后续突出年化收益xx%、手续费等关键词说明产品核心利益点突出产品优势，内容实用性高。

【首图】手写、手绘

【内容】通过独特的形式，展开行业趋势分析，借助站内高点击率的手写体风格，叠加专业的知识分享，快速寻找目标人群。

【首图】收益提升60%为主要吸睛点

【内容】通过标题+封面重点描述，后续视频内容详细说明不同理财产品的挑选攻略，并对不同理财产品进行对比，突出产品优势。

行业玩法

四大竞价广告链路实现「边种草+边转化」

不同件均（即不同保额或不同保险组合）选择合适链路搭配的方式，可以根据产品特性和目标用户进行**精细化运营**，**优化成本**，**提升转化率和用户满意度**

私信链路-更人感



- 适配产品：**高件均产品-1000+；
产品责任复杂，有投保门槛
- 链路优势：**
- 满足用户个性化需求
 - 专人客服团队承接，直接沟通，专业解答
 - 更深入了解产品细节和优势

企微链路-减少漏损



- 适配产品：**中件均产品-700左右；
产品责任较复杂，适合做保障升级、家庭保障方案
- 链路优势：**
- 直接跳转用户私域环境，增强用户粘性
 - 定向推送产品优惠信息、活动通知，
 - 打磨企微与内容种草的转化适配模式

表单链路-更直接



- 适配产品：**低件均产品-500左右；
产品简单的低门槛健康险
- 链路优势：**
- 快速便捷收集用户需求
 - 高效后续跟进+转化
 - 沉淀用户向的表单内容方法论提升用户ctr和留资率

小程序链路-外溢价值



- 适配产品：**所有件均产品
- 链路优势：**
- 丰富产品信息展示和便捷购买体验
 - 满足用户多样化需求
 - 小程序内用户沉淀、长期服务，引导二开/复购/家庭单

私信 + KOS模式

SALES形象更具亲和力，实现更低成本获取留资，兼备长效经营

私信组件 直接沟通



群聊组件 客群经营



私信是小红书用户与商家1V1沟通的咨询场域。

阅读大量笔记做攻略的用户，会在私信中深度表达自己的问题及需求，商家可针对性提供自己的产品与服务，完成预约建联并转化成单。

KOS代表专业的知识和高效响应用户需求的能力。

对商品产生进一步了解或者咨询诉求时，Sales能以更快速、更专业、更个性化的服务承接，并引导后续私域经营。

外链表单 + KOS模式

拉近心理距离的同时，官方路径高效转化，整体客资成本下降20%+

外链组件 直达申请页面



品牌人群积累

用户信任感强

内容调性一致

客服依赖度低

营销链路：博主+推流，KFS组合抢占用户心智

目标

内容策略-高赞笔记

投放策略-曝光

K

笔记先行，输出潜力高赞笔记

F

信息流竞价，高性价比强曝光

S

SEM运维，固心智强转化

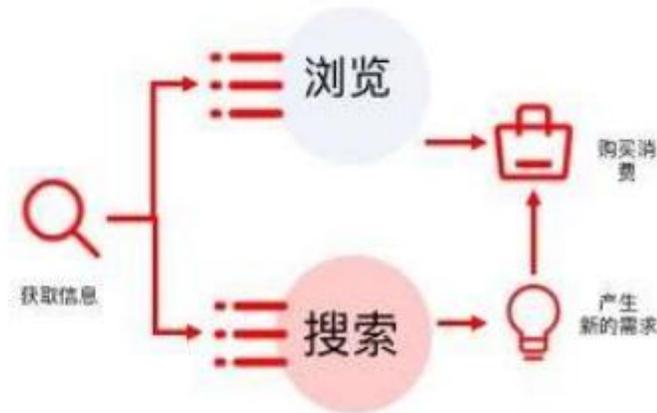
携手KOL打造高赞笔记，积累内容沉淀

信息流竞价广告加持，打造优质笔记，获得品牌高性价比强曝光

建立搜索需求到种草到拔草的快速转化

产出大量品合笔记

动作



KFS - FS : 推流可以加持博主笔记表现，进一步助推营销

自然笔记在无流量加持下的表现

上线7天后流量下降明显

30天后信息流侧不再出现，仅在搜索侧被动触发展现；



—— 笔记曝光

商域流量加持后的表现

商域及时加持后，与自然流量加乘

能大幅度提升笔记曝光量，大大延长笔记生命周期



—— 笔记曝光 —— 笔记消耗

最新商业产品动态

KOS新玩法：品牌号 + 员工号 协同共筑品牌好生态

精准沟通 + 高效链接用户

专业号
矩阵

品牌号

员工号

分行号

职能
作用

品牌宣传、官方背书等

直接沟通、维护和管理客户

产品宣传、网点宣传等

内容
策略

提供专业科普、产品介绍等

树立不同人设，与用户互动

强地域性，吸引本地用户

推广
重点

信用卡、基金、储蓄等

分人设推广业务

当地特色优惠业务、信用卡、基金、储蓄等

账号关联

员工身份做分享，企业身份做经营，联合打造更丰满的品牌画像

时间线	2周	1个月	3个月
阶段定位	项目启动前	项目试运行期	项目稳定期
小红书侧	Kos产品手册+能力介绍 内容培训 投放培训 内容避坑指南	每周2次集中答疑 每周2次case排查运营问题 每天笔记/账号捞回 每月复盘助力提效 行业优质kos笔记分享 日常投放攻略、合理消耗比例	每周1次集中答疑 双周排查掉量计划/笔记 每天笔记/账号捞回 双月复盘 行业优质kos笔记分享 日常投放攻略、合理消耗比例
客户侧	1、Kos招募 2、Kos账号绑定 3、制定项目管理规范	1、定期培训： <ul style="list-style-type: none">每周直播宣导每月小红书训练营1v1孵化培养kos 2、精筛高消耗、高配合、高转化kos，为长线经营蓄力	1、每月梳理客户侧优质笔记 2、梳理优质内容经验 3、头部kos内部分享 4、每月两种模式（做增员/产保费）后端转化数据、链路、模式、话术统计归因
代理侧	聚光充值 对第一个绑定的kos测试全链路	每日反馈每个kos专属投流表 梳理投流过程中共性问题	日常投流、账户管理 每月投放效果复盘

2024年度

小红书

小红书 商业化
助力每一个好 产品生长

金融行业月报

期待携手共赢！

小红书