

2024 年度

小红书

小红书商业化

助力每一个好产品生长

出行旅游

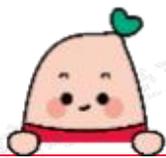
行业月报

2024.3月

生活服务-文旅运营专家组出品

红书

Agenda



一.行业概览

- 1.行业搜索及高活跃用户画像
- 2.行业搜索量趋势

二.细分赛道洞察

- 1.细分赛道TOP热搜词
- 2.细分赛道上下游词
- 3.站内热门旅行目的地

三.笔记方向洞察

- 1.旅游服务-笔记洞察
- 2.景点-笔记洞察
- 3.酒店民宿-笔记洞察

四.节点规划

- 1.行业节点规划



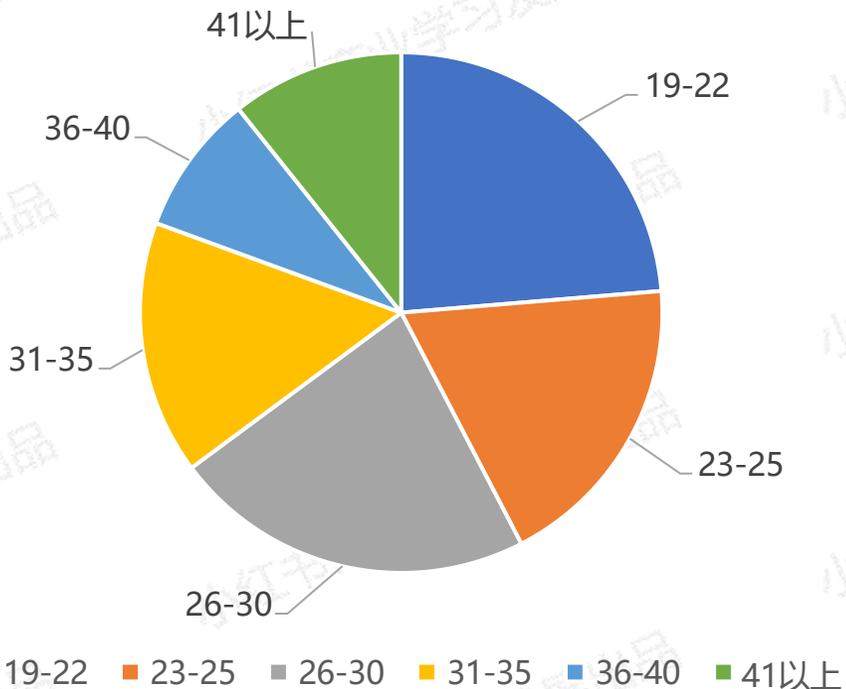
行业概览

小红书文旅行业高活跃用户画像：

19-35岁的一二线城市女性是小红书文旅行业的主要用户

小红书出行用户的主要特征为年轻、女性、居住于新一线及一线、二三线城市，男性用户持续提升

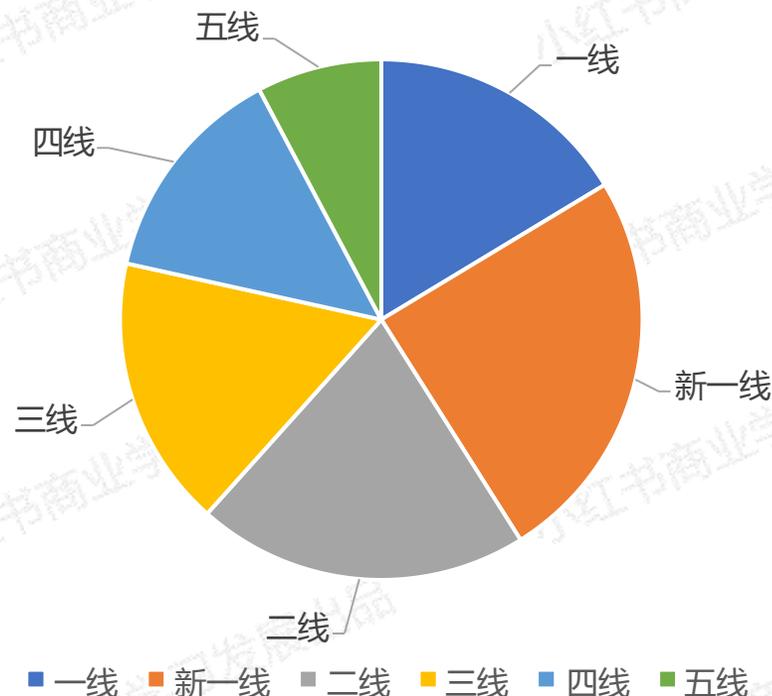
文旅用户年龄分布



文旅用户性别分布



文旅用户城市分布

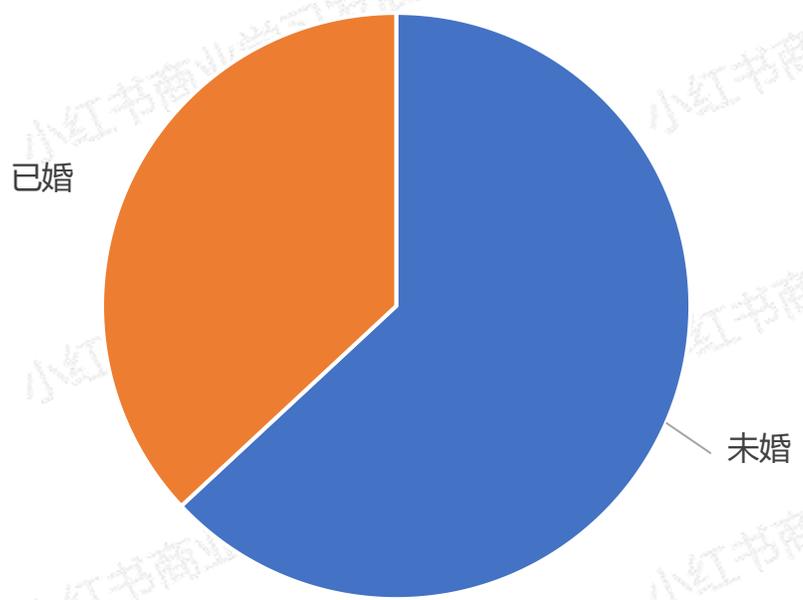


小红书文旅行业高活跃用户画像：

未婚育女性占比近7成，拥有6岁以上孩童的已育女性更愿意出游

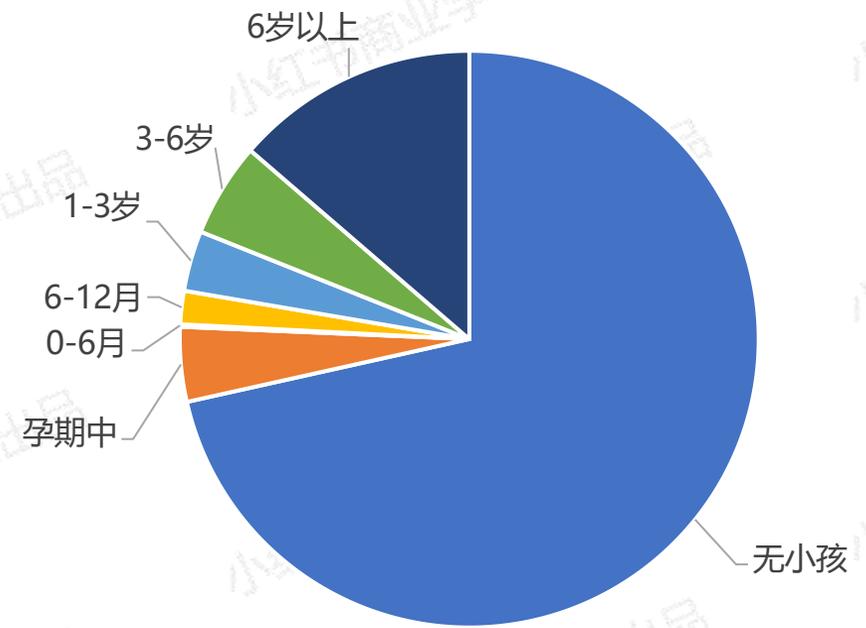
未婚女性占比60%+，无小孩女性占比近75%

文旅用户婚姻情况



■ 未婚 ■ 已婚

文旅用户孕育情况



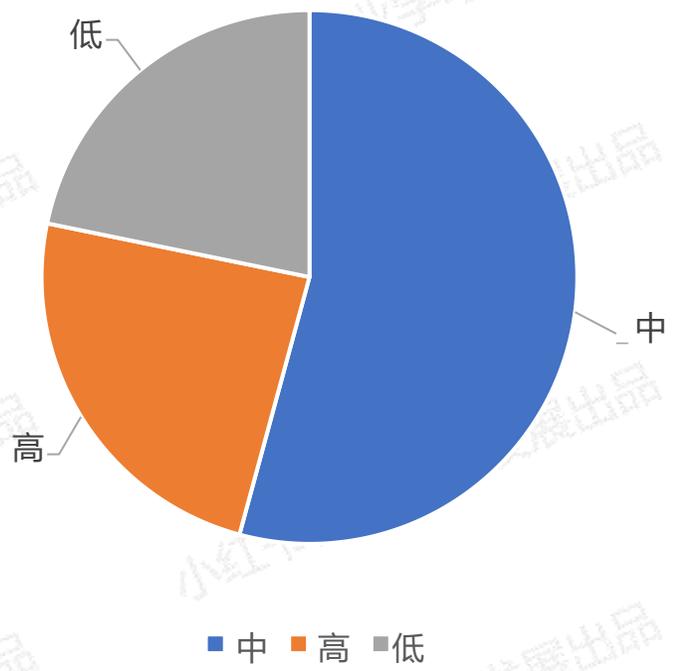
■ 无小孩 ■ 孕期中 ■ 0-6月 ■ 6-12月 ■ 1-3岁 ■ 3-6岁 ■ 6岁以上

小红书文旅行业高活跃用户画像：

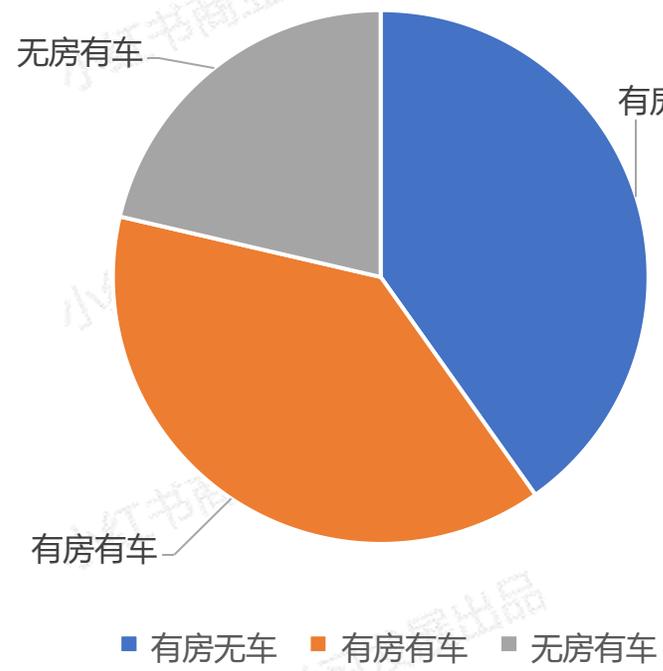
用户消费水平集中在中高档位，高净值特征明显

接近40%用户有房有车， 中高档小区用户占比70%+， 中高消费用户占比90%+

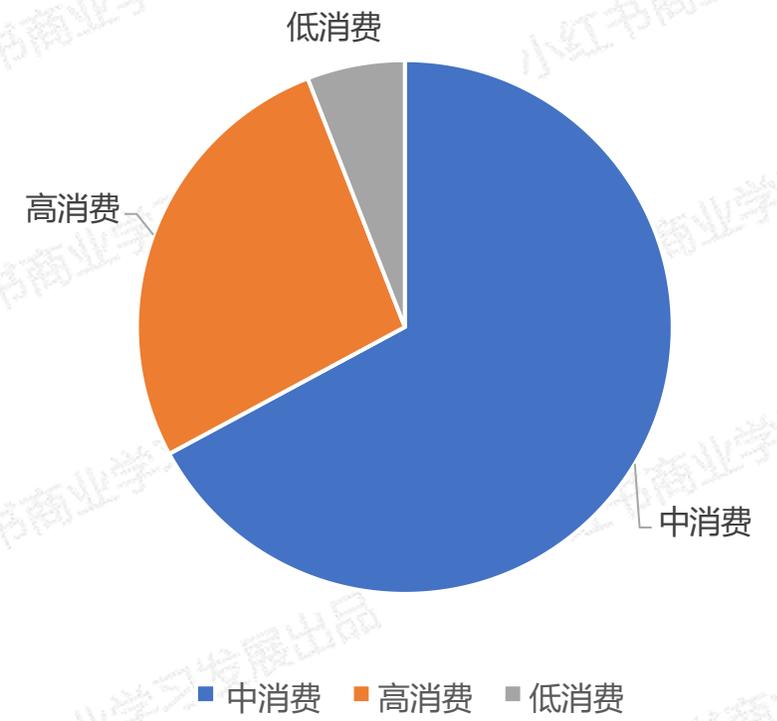
文旅用户小区档次



文旅用户固定资产占比



文旅用户消费水平

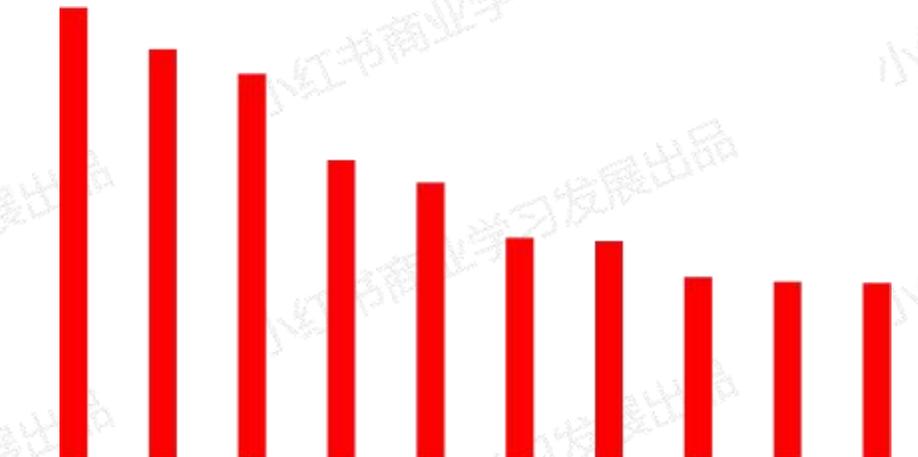
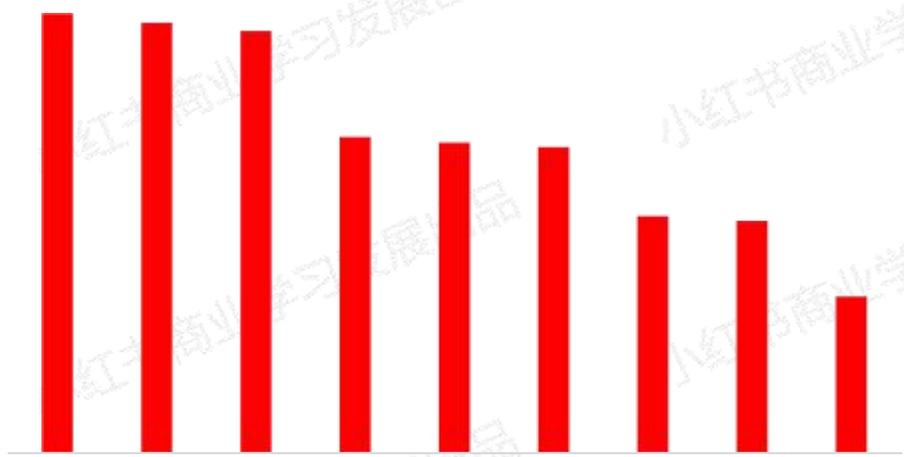


小红书文旅行业高活跃用户画像:

活跃用户内容兴趣偏好&KOL偏好集中在生活记录、时尚、美食等方向

文旅用户内容兴趣偏好

文旅用户KOL偏好

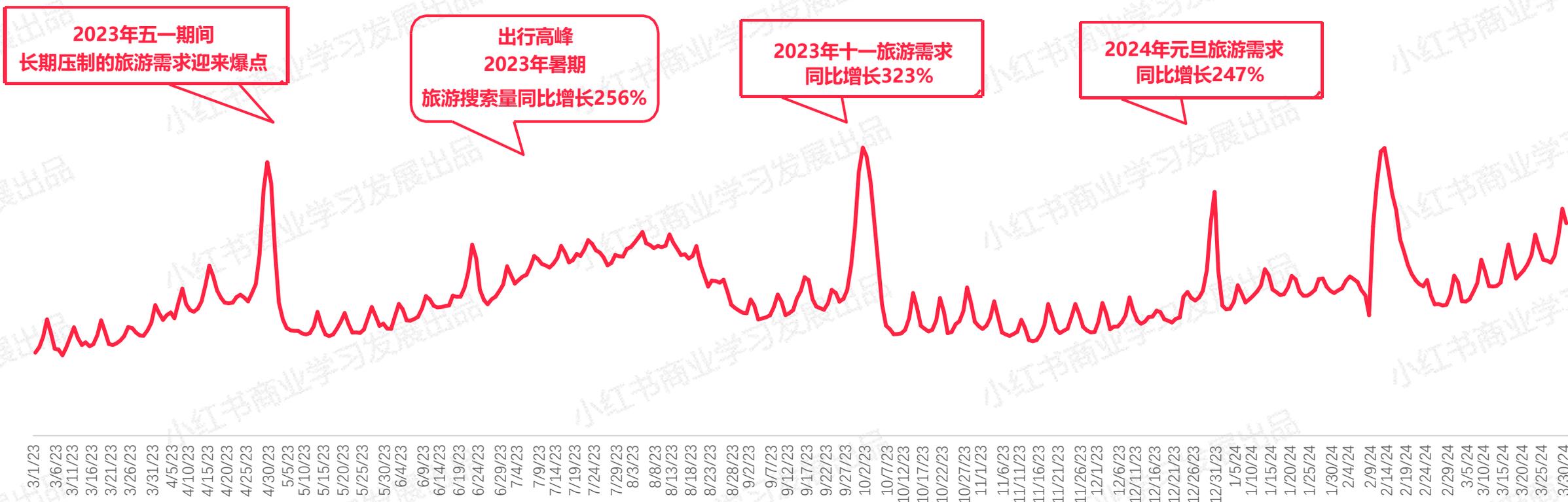


小红书文旅行业搜索量趋势-2023.3.1-2024.3.31

目前大盘更新到2024年3月，搜索热度环比2023年呈现稳定增长趋势；

清明节假期间，旅游搜索热度赶超23年国庆高峰期，站内搜索增长318%，预计4月中将会迎来51节假日又一个高峰

文旅行业大盘搜索指数 (UV)



A collage of travel-related images. The background features a tropical resort with a large infinity pool, a coastal town with buildings and palm trees, a traditional Chinese pagoda, and a beach scene. A red rectangular box highlights the central text.

细分赛道洞察

小红书文旅行业热搜词-3月

国内目的地：扬州、青岛、婺源、济南检索量环比上月排名上涨明显

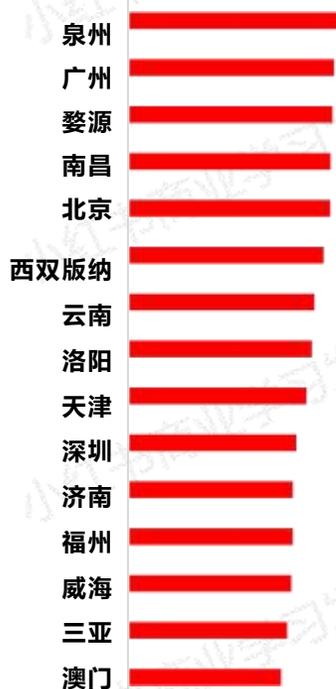
国外目的地：泰国、新加坡、韩国持续在热搜高位

TOP30国内目的地

1-15

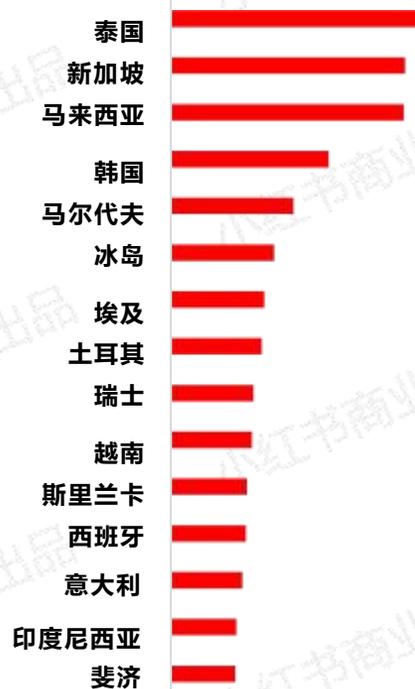


16-30

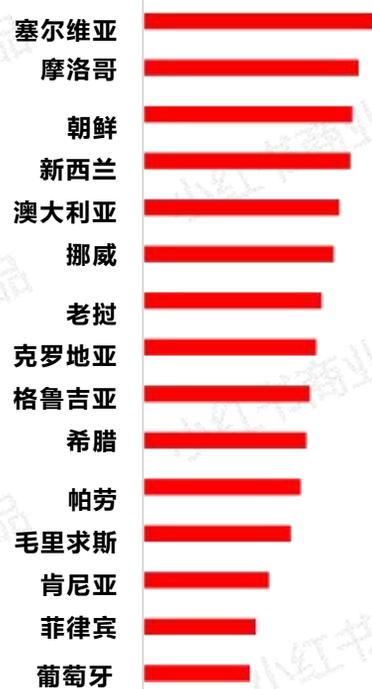


TOP30国外目的地

1-15



16-30



小红书文旅行业热搜词-3月

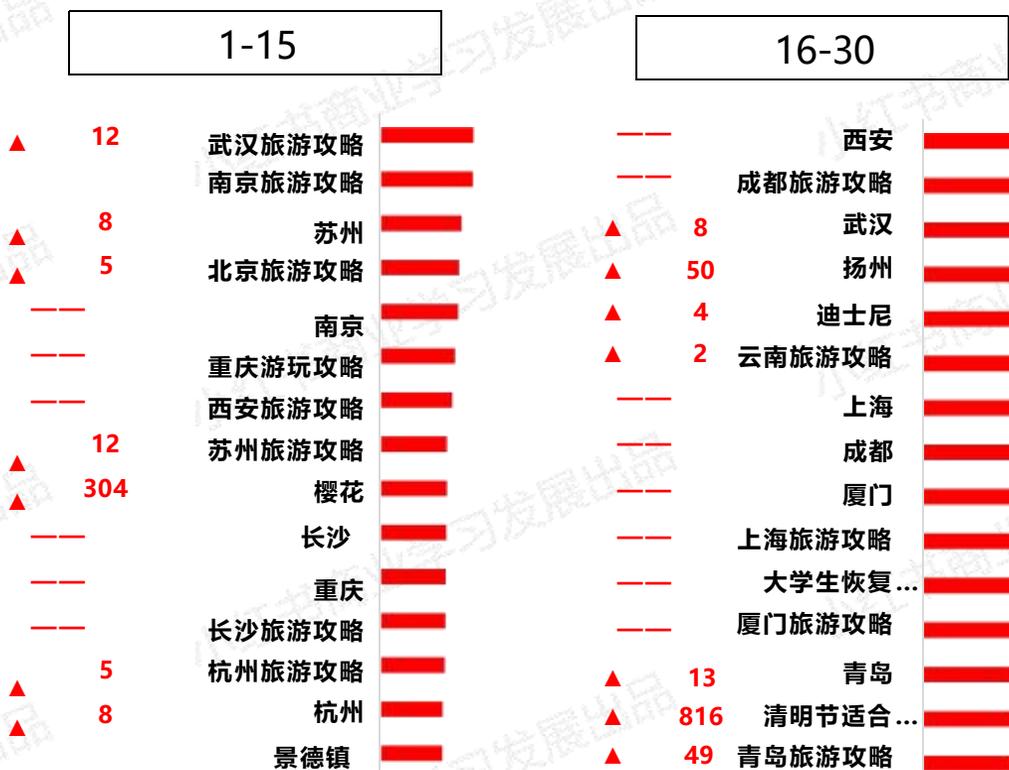


百度百科创建
新闻媒体发稿
SEO优化推广
网站,小程序搭建
种草探店资源
扫码联系我们

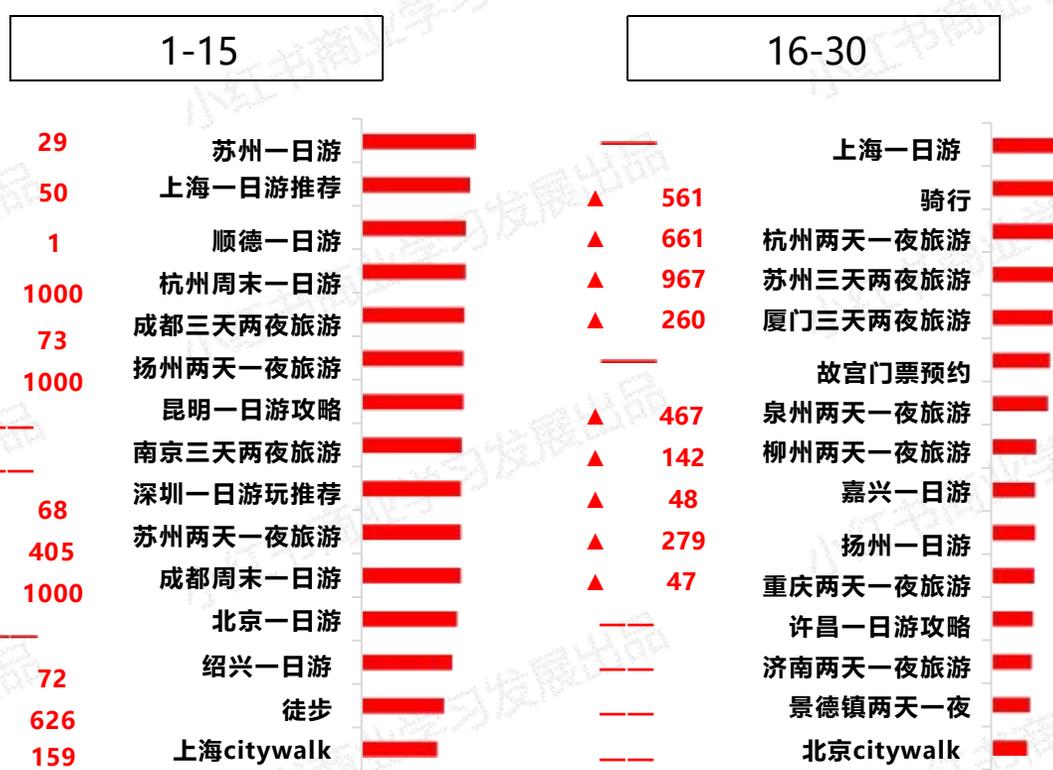
武汉游玩攻略、苏州、北京旅游攻略搜索排名上涨明显，樱花为3月关注度激增

旅游活动方面：用户3月主要关注的是一日游、徒步、骑行、citywalk

TOP30旅游热搜词



TOP30旅游活动

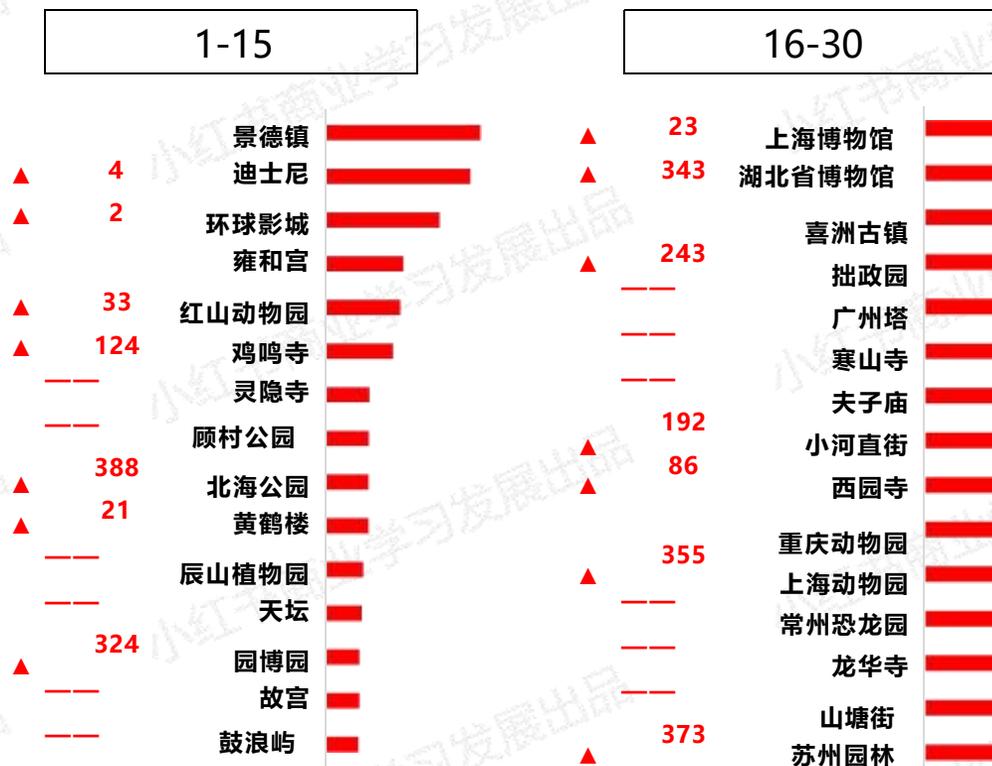


小红书文旅行业热搜词-3月

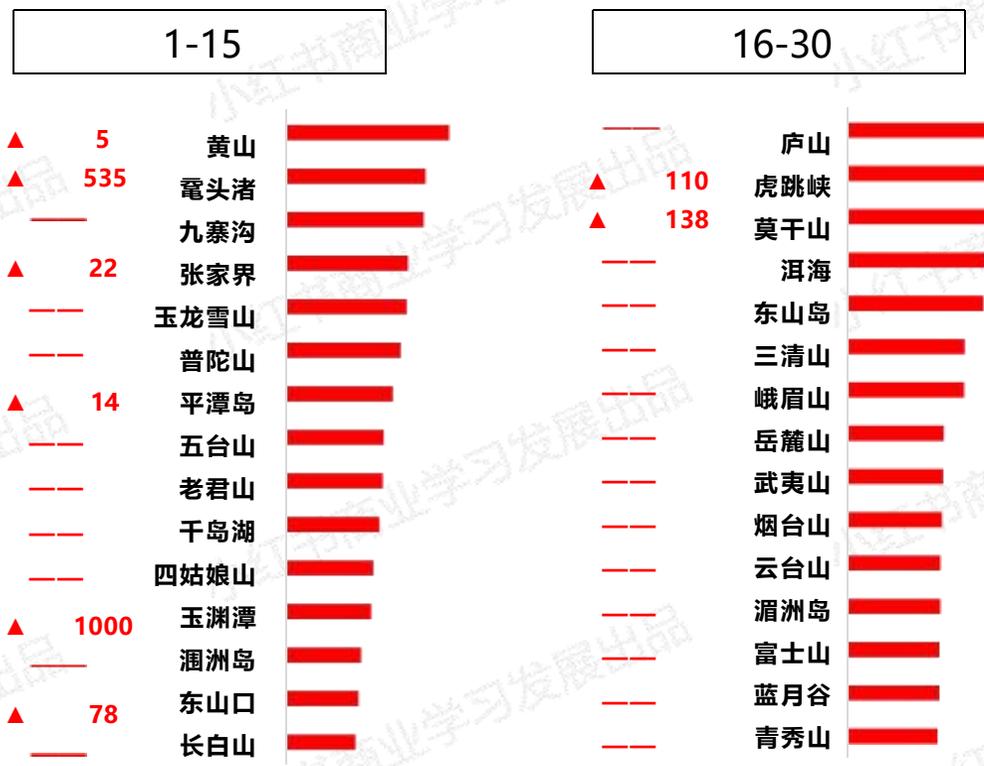
人文景点方面， **景德镇、迪士尼、环球影城**等热度较高； **鸡鸣寺、北海公园、湖北博物馆**相关景点对比2月排名上涨

自然风光方面， **黄山、鼋头渚、九寨沟**热度较高； **鼋头渚、玉渊潭、东山口**排名对比2月上涨

TOP30人文景点



TOP30自然风光



小红书文旅行业上下游词-3月

3月旅游上下游词集中在：**旅游目的地、旅游城市推荐**检索量较大；**3月旅游城市、小众旅游城市**在用户关注点中占比明显上升

3月景点上下游词集中在：**美食、风景、目的地、穿搭**受用户关注比较大

TOP30旅游上下游词

TOP30景点上下游词

1-15

16-30

1-15

16-30

上游词

下游词

上游词

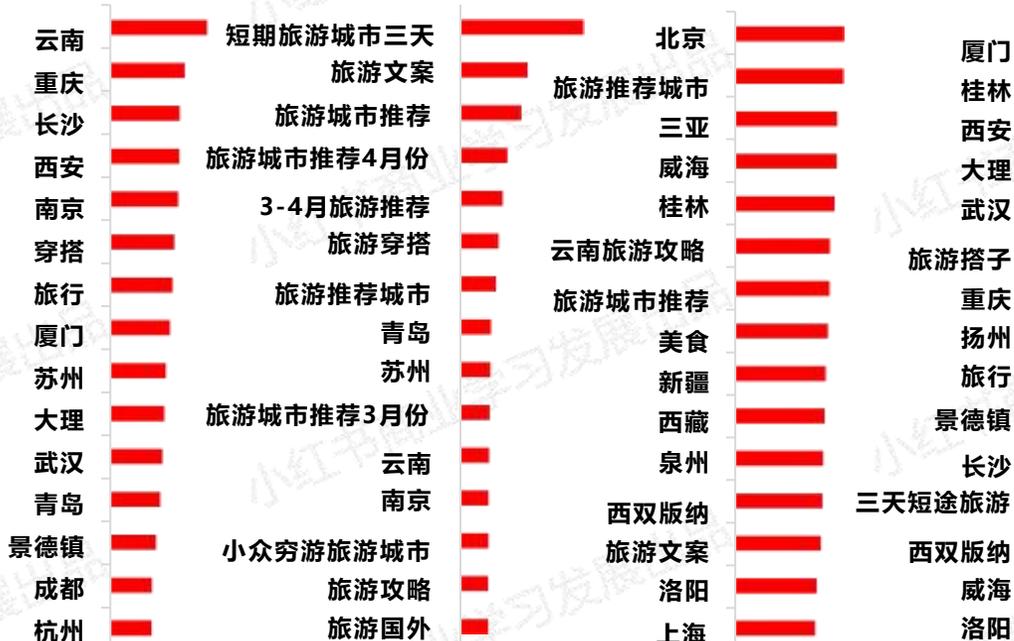
下游词

上游词

下游词

上游词

下游词



小红书文旅行业上下游词-3月

住宿方面用户主要关注**酒店、民宿、旅游目的地住宿、住宿app**等，用户在住宿上更注重**性价比**

境外游方面：**日本、新加坡、韩国、泰国**等地区颇受用户欢迎，用户更关注**境外旅游国家地推荐、旅游攻略以及旅行清单**

TOP30住宿上下游词

TOP30境外游上下游词

1-15

16-30

1-15

16-30

上游词

下游词

上游词

下游词

上游词

下游词

上游词

下游词

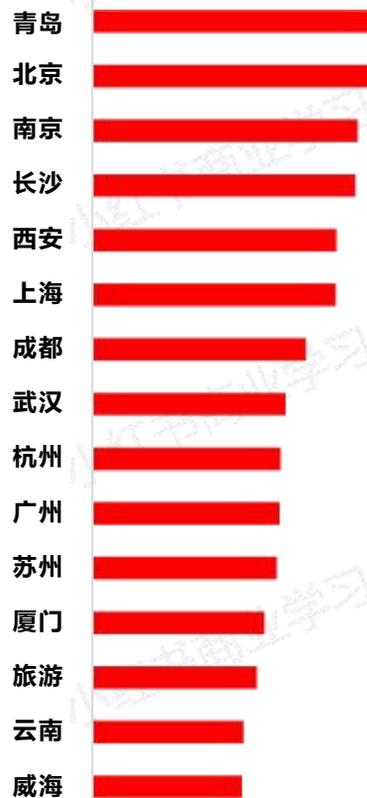


站内热门旅行目的地-4-6月

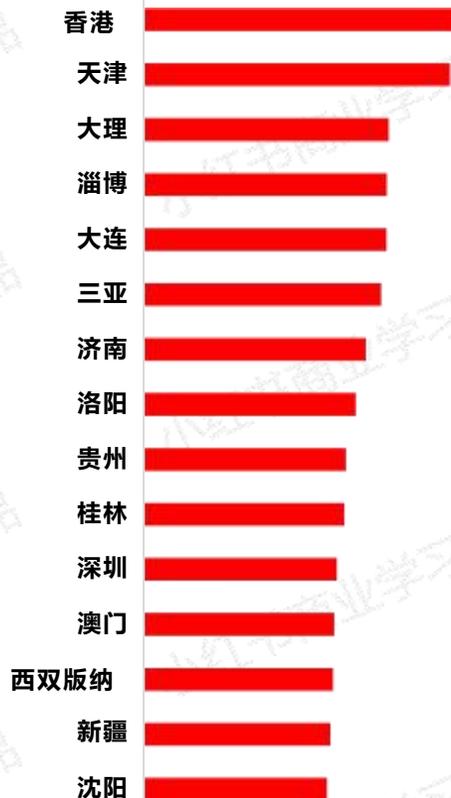


2023年4-6月TOP30热搜地

1-15



16-30



4-6月热门目的地

4月

汉中、昆明、青岛、西双版纳、平潭岛、苏州、张家界、九寨沟、桂林、安吉、千岛湖、杭州

5月

厦门、桂林、重庆、张家界、杭州、中卫、苏州、青岛、南京

6月

青岛、桂林、鼓浪屿、成都、香格里拉、张家界、呼伦贝尔、甘南、伊犁



笔记内容洞察

旅行社优质笔记洞察-3月

3月站内【旅行社】相关飙升热词



裙子 摄影 爬山 沙漠 粉色
 樱花 花 防晒 郁金香 24h
 露营 游艇 冲锋衣 跟团游 领队 西湖
 意大利 户外 防晒霜 武汉
旅行家
 市内 鲜花 蓝色
 环球旅行 扬州 徒步 草原
 婺源 油菜花 两日游 住宿 赏花 拉萨
 江南 甘肃 济南 出去玩 平底鞋 一点点 大自然
 旅途 旅游搭子 伞 床

- ✓ **素材类型:** 春游赏花拍照攻略; 热门目的地旅行路线和时间安排;
- ✓ **封面+标题:** 路线图; 打卡点介绍; 高清风景图;
- ✓ **正文:** 热门赏花游玩路线&打卡点介绍; 每日行程推荐和精华景点; 交通和拍照tips



优质素材公式

- ✓ 景点组图+推荐路线+拍照建议+购票信息;
- ✓ 路线图+行程安排+精华景点+团队介绍+私信引导;
- ✓ 高清风景美图+赏花攻略+推荐路线+互动引导;

景区乐园优质笔记洞察-3月

3月站内【景区乐园】相关飙升热词



- ✓ **素材类型:** 景区乐园春日赏花活动; 节日庆典笔记;
- ✓ **封面+标题:** 高清美图+情感渲染式的标题
- ✓ **正文:** 开篇情感引导式地引入了景区乐园; 介绍景区的票价、游览时间、交通情况等; 拍摄小tips;



优质素材公式

- ✓ 氛围感风景图+景点简介+节日营销+推荐路线;
- ✓ 景点美图+情感引导+景点信息+拍照tips;
- ✓ 游览视频+景区亮点+打卡点+交通指南;

酒店住宿优质笔记洞察-3月

3月站内【酒店住宿】相关飙升热词



- ✓ **素材类型:** 民宿酒店室内拍摄&室外风景照; 套餐介绍; 周边旅行建议;
- ✓ **封面+标题:** 内部设施展示or外部风景美图+低价吸引;
- ✓ **正文:** 以用户体验视角介绍酒店的设施和服务; 情感渲染式的评价引起用户的兴趣; 服务介绍; 周边环境以及出行建议;



优质素材公式

- ✓ 精美风景照+价格优势+亮点介绍+个人感受分享+入住小tips;
- ✓ 特色竞争点+高质量服务+房间介绍+套餐介绍;
- ✓ 风景美图+情感导入+套餐内容;

交通出行优质笔记洞察-3月

3月站内【交通出行】相关笔记词云



- ✓ **素材类型：** 低价机票/车票预订；飞机/高铁乘坐指南；
- ✓ **封面+标题：** 概括式头图+低价吸引式标题；用情感强烈的疑问句或感叹句；
- ✓ **正文：** 开篇点明信息差，以低价优惠吸引用户继续阅读；第一人称视角讲解乘坐体验；详细拆解购票/登机流程；

优质素材公式

- ✓ 视频第一视角+服务介绍+行程亮点+航线介绍+私信引导；
- ✓ 真人出镜+路线选择+突出优势+详细教程拆解；
- ✓ 购票时间线图+购票方法+避坑小tips；



行业节点规划

文旅赛道2024节点投放部署规划

五一长假节点营销部署，把握机会前置种草

时间线

4/1-4/10

4/11-5/5

5/5之后

出行
阶段定位

预热期
前置种草

高峰期
出游决策核心

持续种草期
出游节点

核心策略

旅行线路： 提前储备五一热门线路产品笔记10+篇，投放笔记种草进行笔记赛马，筛选出高赞笔记(至少百赞)，进入下一阶段；
景区乐园： 储备20篇+KOL种草笔记并进行笔记赛马，筛选优质笔记(CPC<0.7, CPE<8)进行下一阶段姐；
酒店民宿： 储备KOL笔记数量建议20篇+，进行笔记种草，赛马并筛选优质笔记(CPC<0.4, CPE<5)

旅行线路： 百赞+笔记/CPL低于benchmark的笔记重点加码搜索渠道预算，添加相关关键词(地域词/品类词/节点词/人群词等)；
景区乐园： 高赞笔记预算加码，加大搜索场域关键词卡位，目的地周边游词/攻略词/人群词等，保证品牌词卡位前三展示节点主推活动信息；
酒店民宿： 高赞笔记持续投放种草或CID，增投搜索，添加目的地旅游相关攻略词，对目的地兴趣人群多次投放触达；

旅行线路： 持续稳定投放，对错峰人群提供相关产品推荐，重点卡位错峰旅游相关词；继续产出新笔记，为下一节点做种草部署；
景区乐园： 信息流/搜索稳定投放，关注周边游人群，新增周边游/周末游等关键词和笔记，做品牌长效经营，可利用薯条口碑通加热优质KOC笔记；
酒店民宿： 高赞笔记持续种草+搜索投放，继续产出新笔记做品牌长效经营，可利用薯条口碑通加热优质KOC笔记；

预算分配

旅行线路： 信息流：搜索=4:6
景区乐园： 信息流：搜索=7:3
酒店民宿： 信息流：搜索=7:3

旅行线路： 信息流：搜索=2:8
景区乐园： 信息流：搜索=4:6
酒店民宿： 信息流：搜索=5:5

旅行线路： 信息流：搜索=3:7
景区乐园： 信息流：搜索=5:5
酒店民宿： 信息流：搜索=6:4

投放建议

2024 年度

小红书

小红书商业化
助力每一个好产品生长

出行旅游

行业月报

2024.3月

期待携手共赢

红书