

# 2024高增长赛道洞察报告

珠宝配饰 | 运动户外 | 医药保健 | 宠物 | 家用清洁

(小红书平台)

数据来源：千瓜数据

数据时间：2024年1月1日-2024年6月30日

# 前言

2024年已过大半，小红书平台哪些行业突飞猛涨？其中又孕育出哪些品牌营销新机？

本期报告，千瓜将围绕小红书**五大高增长赛道行业**（**珠宝配饰、运动户外、医药保健、宠物、家用清洁**），探索行业风向、品类趋势、内容生态，为品牌未来小红书营销提供数据支持和方向前瞻。



珠宝配饰



运动户外



医药保健



宠物



家用清洁

# 报告 目录

## 01 高增长赛道概览

---

## 02 五大行业趋势洞察

---

珠宝配饰 | 运动户外 | 医药保健 | 宠物 | 家用清洁

## 03 趋势总结 营销建议

---

# 高增长赛道概览

---

PART 1

# 五大赛道声量增长超100%，种草热度明显提升

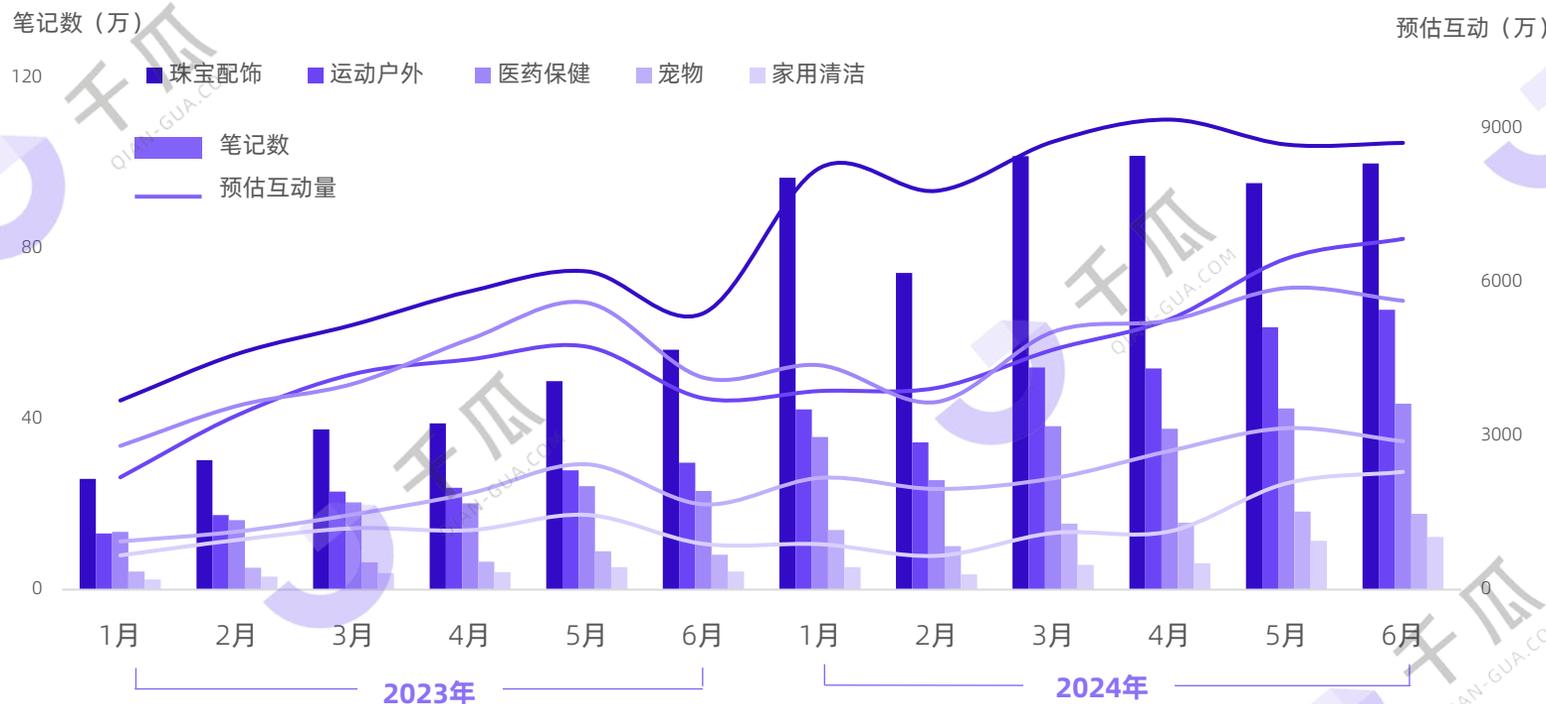
通过对小红书各行业品类笔记增长数据进行对比分析，我们发现**珠宝配饰、运动户外、医药保健、宠物、家用清洁**五大行业增幅均超过100%，其中家用清洁行业增长率超740%，宠物赛道增长率超229%；而珠宝配饰、户外运动和医药保健行业则在原有“高底盘”基础上进一步升温。

**五大行业种草热度增长显著**，种草笔记数同比去年均有明显提升，珠宝配饰、运动户外、医药保健、宠物、家用清洁行业，笔记数增幅分别为**139%+**、**128%+**、**89%+**、**131%+**、**94%+**。

## 品类笔记增长

分类	同比增长
珠宝配饰	177%+
运动户外	164%+
宠物	229%+
医药保健	128%+
家用清洁	740%+

## 种草笔记趋势图



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1月-6月小红书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。

# 五大行业蓬勃发展，引领消费新风向

- **珠宝配饰**：“浪漫生活、新中式、国风”等关键词涨幅明显。千瓜认为，市场主力逐渐从婚庆转移到日常佩戴和送礼，预计带来消费市场扩容。
- **运动户外**：随着健康意识增强以及大型赛事带动，运动户外蓬勃发展，巴黎奥运网球冠军郑钦文的出圈更是引发大众对女性健身话题的讨论，同时也助推城市球类运动发展，可以看到“拳击、力量训练、球类运动”等热搜词涨幅高达260%+。
- **医药保健**：养生风潮年轻化，“治未病”意识提升，亚健康焦虑下“脆皮年轻人”纷纷寻求老祖宗的内调妙方、开启食疗养生大法，“喝出好气血、脾胃”话题讨论度高涨，浏览量均达十亿量级。
- **宠物**：“旅行、学习、训练”等笔记内容关键词涨幅显著，涨幅高达370%+，人宠陪伴场景向外延伸，宠物学习、宠物训练等宠物精神养育盛行。
- **家用清洁**：#提升幸福感的小物 话题笔记数增长超820%， “扫地机器人、幸福”等评论词涨幅高达425%+，随着生活品质提升，大家对居住生态环境的要求逐步升级，希望从干净舒适的空间里获得幸福感。



# 五大行业趋势洞察

珠宝配饰 | 运动户外 | 医药保健 | 宠物 | 家用清洁

# PART 2



# PART 1

## 珠宝配饰

---

# 蝴蝶玄学爆火，象征寓意成日常佩戴关注焦点

通过笔记内容关键词可以看到，“黄金、钻石”依然是关注焦点，“日常、浪漫生活、情人节礼物”等场景词涌现，“上班、户外、出行”关键词笔记数增长高达135%+，日常佩戴和节日送礼逐渐成珠宝配饰主要使用场景。此外，“新中式、国风”风潮愈发盛行，2024开年蝴蝶玄学爆火，种草笔记数同比增长达250%+，#幸运配饰话题浏览量达11.2亿+，#蝴蝶效应、#首饰玄学等话题浏览量也均达千万量级。

千瓜观点，随着民族文化自信增强，新中式风潮将持续攀升，品牌方应及时洞察消费者需求，抓住中国女人的“黄金血脉觉醒”和年轻人的“首饰玄学”新机，在款式设计上重点关注送礼和职场两个日常佩戴场景，设计更轻便、时尚和现代的款式，同时结合职场玄学、蝴蝶元素等，赋予首饰更多能量和寓意，便有机会实现爆款出圈、完成用户种草。

## 笔记内容关键词



## 内容关键词笔记数增幅



## 热门话题历史浏览量

#蝴蝶效应 6447万+

#幸运配饰 11.2亿+

#首饰玄学 3980万+

点赞数比达人平均水平高

4450%+

2024年开启九紫离火运，蝴蝶属木火，所以蝴蝶被视为2024年最具旺运的元素



达人@大林永远爱自己

## 热门笔记案例



达人@Hani Tiffany.Co

传播效果：收藏数高出达人平均水平500%+；

内容关键点：

蒂芙尼“踢翻你”的职场佩戴玄学，赋予了首饰更多的能量和寓意，契合当下年轻人的玄学风潮，在小红书引发广泛交流和讨论，实现品牌出圈、加深用户种草。

# 高智感成时尚新趋势，眼镜、腕表、珍珠涨势明显

珠宝配饰品类方面，“眼镜、腕表、珍珠、墨镜”热度高涨，笔记数同比去年增长率分别为**245%+**、**120%+**、**90%+**、**75%+**。同时，热门话题出现 **#高智感穿搭** 浏览量超7800万。

千瓜认为，这类**体现经典感、高级感和知识感的“高智感”**风格，通常追求简约而不失高级的穿搭效果，比“老钱风”多了一丝松弛，比“知识分子”多了一点清冷，**去繁就简又不失高级**的设计，体现当下年轻人**追求松弛、舒适和极简的生活态度**。品牌可抓住“高智感”种草趋势，不论是眼镜、腕表等与知识、高智、精英有强关联的“工具类饰品”，还是气质复古柔和的珍珠饰品，在设计和营销时可侧重营造**“高级、精英、清冷、简约”等“高智感”场景氛围**，实现用户心智种草。

## 笔记品类关键词同比增幅



### #高智感穿搭

话题历史浏览量

# 7800万+

#### 眼镜+珍珠

达人@丽芙Liv

#### 眼镜

达人@圆蕙蕙

#### 眼镜+清冷妆

达人@铁一WENDYZ

### 品牌合作笔记案例

眼镜给的清冷高智感

达人@zoey 品牌：蔡司

**传播效果：**收藏数高出达人平均水平**231%+**；

**内容关键点：**

蔡司泽锐单光眼镜，钻立方铂金膜耐用，硬度高、不易刮花，可保持眼镜使用感和精致感；防UV、减少强光伤害，自由环面设计，减少环境形变的同时提升佩戴美感，金属细框设计，充分展现高智感风格。



## PART 2

# 运动户外

---

# 女性健康美盛行，力量型运动或成营销新入口

运动户外持续增长，热门话题中，“肌肉女孩、撸铁女孩、比赛、健身女孩”浏览增量有明显提升，增幅高达990%+，“力量训练、拳击、体能训练”等热搜词笔记数增长率分别为200%+、260%+、300%+，今年欧洲杯、巴黎奥运会等相关话题浏览量高涨，郑钦文等女性运动员在小红书的爆火进一步升温女性健身市场，引发了“粗腿宽肩是女性的基本盘和靠山，肌肉是最靠谱的养老保险”的女性力量内容讨论。

千瓜观点，对女生来说，运动不再只是追求减肥和形体，大家开始注重力量和肌肉训练，以期提高运动表现、给自己带来安全感，健康力量美正逐渐打破单一“白幼瘦”审美趋势，对品牌来说，可通过Crossfit、拳击、撸铁、抱石等追求力量、肌肉、爆发力的运动场景植入营销产品，实现用户种草。

## 热门话题

话题	浏览增量涨幅	浏览增量	笔记数涨幅
# 肌肉女生	990%+	2.8亿+	590%+
# 撸铁女孩	970%+	7.6亿+	340%+
# 比赛	795%+	4.5亿+	660%+
# 健身女孩	595%+	11.1亿+	285%+
# 健身	160%+	56.9亿+	240%+
# 体育赛事	130%+	8200W+	195%+

## 热搜词笔记数增长

力量训练	拳击	体能训练
200%+	260%+	300%+

女性增肌减脂，有自己的生理期密码！粗腿是女性的基本盘，宽肩是女性的靠山。

达人@钳钳妈阿曼达呀

你更需要宽肩粗腿。

达人@大牙zoom

出门在外 安全感是自己给的。

达人@孙伊悦

## 品牌合作笔记案例



**传播效果：**点赞数高出达人平均水平1630%+;

**内容关键点：**分享Crossfit（综合性高强度训练）训练心得，在功能训练之外，提高心肺也很重要；安排1-2h户外跑，选择一双不是专业跑者但又有日常跑步需求的跑鞋对运动体验和运动表现十分重要。

达人@杨璐溪lucy 品牌：Nike

# 城市球类运动兴起，“运动局”推动社交新潮流

通过热搜词可以看到，“徒步、攀岩”等热门户外运动项目持续升温，“球类运动”热词频现，关联热搜词包括“羽毛球、网球、高尔夫球”等，相关笔记数涨幅高达265%+。

千瓜观点，在小红书“运动友好社区”的发力下，球类运动发展迅猛，尤其是羽毛球，作为成本低、易上手的组队型对抗运动，吸引众多年轻男女加入，在小红书掀起了一股运动社交潮流。建议品牌可捕捉当下年轻人群的运动社交心理，在营销时可从“羽毛球队友、网球搭子、新人友好”等话题场景切入，吸引运动新手种草关注的同时，也能在运动社交圈引发球友的交流讨论，实现品牌出圈。

## 热搜词



## 热搜词笔记数增长



## 小红书上羽毛球搭子、羽毛球社交流行



点赞较多  
好好好，方协文的风还是刮到了羽球届  
努力学习好好工作 6589

达人@努力学习好好工作



点赞较多  
落日归山海 羽球配少年  
冰牙龙 1.4万

达人@冰牙龙

## 品牌合作笔记案例



达人@雨淞 品牌：英瑞特 1219

达人@雨淞 品牌：英瑞特

**传播效果：**收藏数高出达人平均水平163%+；

### 内容关键点：

经常上羽毛球课，学生党预算有限，一起打球的球友推荐英瑞特羽毛球拍，颜色好看，百元就能买到碳素材质，上手轻、好发力，新人友好，已经种草给身边的球搭子了。



## PART 3

# 医药保健

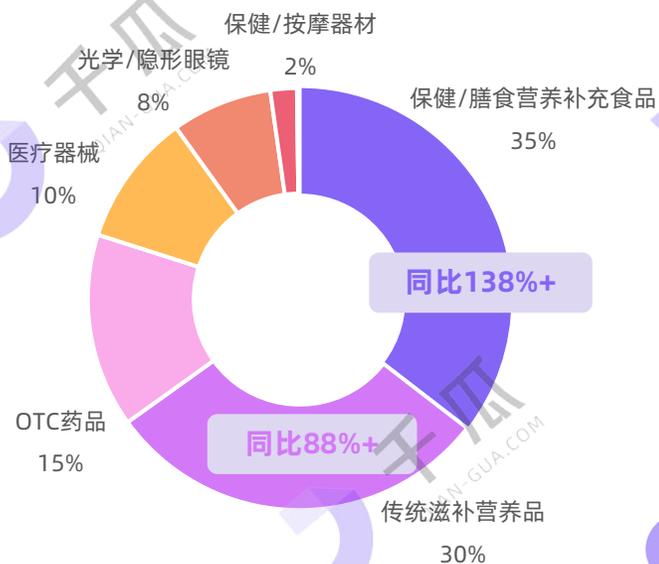
---

# 养生风潮下中医走进日常，“中医+”大有可为

品类数据调研结果显示，保健食品/膳食营养补充食品 and 传统滋补营养品笔记数占比分别为35%、30%，同比去年分别增长138%+、88%+；同时细分品类中，**鹿茸、三七、石斛、灵芝、孢子粉**等传统中医滋补药材相关笔记显著增长，涨幅高达420%+；“**食疗养身、内调、中医养生**”等话题浏览量达数亿量级。

千瓜认为，在到处都是“脆皮年轻人”的当下，手脚冰凉、精力不足、脱发、失眠早已成为普遍问题，随着“**西医治标、中医治本**”观念的流行，年轻人对中医越来越信赖。对品牌来说，可尝试让中医逐渐渗透进人们的日常生活，深入挖掘“**中医+**”跨界融合新机，如**中医+零食、中医+咖啡、中医+夜市、中医+餐饮**等，迎合年轻人“既要（好吃好喝好玩）又要（健康）”消费心理，让**中医养生成为日常生活中随处可见、触手可及的一部分**。

品类笔记占比



热门品类



热门话题浏览量



## 品牌合作笔记案例



达人@麻薯胖呆 品牌：汇仁

**传播效果：**点赞数高出达人平均水平**85%+**；  
**内容关键点：**上班靠咖啡提神续命，刺激肠胃、容易睡不着，**汇仁胜宝软糖酸**甜可口，富含人参、黑枸杞、茯苓、覆盆子、山药、甘草等**6种草本精华**，还有牛磺酸和维C，既提神又滋补身体，**健康养生的办公室零食**。

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1月-6月小红书医药保健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。

# 焦虑之下脾胃问题凸显，治便秘、提气色需求明显

通过热门话题可以看到，“**气血、脾胃**”等话题关注度高涨，话题浏览量增长高达795%+，**#益生菌推荐、#便秘怎么办、#肠道健康**等话题浏览增量涨幅高达470%+，“**失眠、暗沉、皮肤粗糙**”等笔记内容关键词涨幅高达90%+。

千瓜观点，大家对免疫力的认知从**外在防护转移到内在强化**，越来越多的人希望通过**补气血来提升免疫力**，中医讲“思伤脾、脾主运化”，脾弱则虚不受补，**脾胃健康是补气血的关键**。脾作为情绪器官，在**内耗、焦虑等社会普遍情绪影响下**，年轻人脾胃问题日益突出，容易引发皮肤暗沉、消化不良、便秘等问题，品牌营销或可抓住脾虚人群“**去蜡黄、治便秘**”的核心诉求，从症状场景切入，通过日常**脾胃养生方法和BA图**（Before-After对比图）的形式激发用户共鸣和需求、实现种草。

## 热门话题

话题	浏览增量涨幅	历史浏览量
# 喝出好气色	795%+	20亿+
# 气血不足	705%+	13.7亿+
# 脾胃	630%+	16.7亿+
# 补气血	610%+	19亿+
# 调理脾胃	500%+	11.6亿+
# 女性健康	485%+	64.6亿+
# 益生菌推荐	470%+	3.7亿+
# 便秘怎么办	340%+	10亿+
# 肠道健康	280%+	4.4亿+
# 月经	415%+	14.1亿+

## 种草笔记内容关键词

失眠 90%+    暗沉 58%+

皮肤粗糙 37%+



同类较多  
拒绝内耗！中医博士教你4招抗焦虑妙招！  
阿飞泡枸杞 5022

达人@阿飞泡枸杞



脾虚人真的会变丑！6个简单实用养脾胃好习惯  
刘如一 1.7万

达人@刘如一

## 品牌合作笔记案例



脾胃好肠通畅的快乐谁懂？内调还能变美！  
王亚平 2.3万

达人@王亚平  
品牌：lifespace

Lifespace  
广谱益生菌

熬夜、便秘，脸蜡黄、肚子大；苹果红枣内调汤养脾胃+lifespace广谱益生菌调肠道，轻松变美气色提升

1126%+

收藏数比达人平均水平高



04女大祛湿真的会让人越来越漂亮  
小皮 1万

达人@小皮  
品牌：仟谷堂

仟谷堂八珍粉

熬夜、皮肤暗沉黄气重、肚子堆肉；直接买袋装八珍粉，每天喝一杯，脾胃改善、湿气赶走，气色越来越好，肚子肉也少了

2530%+

收藏数比达人平均水平高



## PART 4

# 宠物

---

# 全生命周期养宠，场景延伸至娱乐、社交和出行

通过行业细分品类可以看到宠物经济已迈入“育儿式”阶段，宠物出行、医疗、服饰和零食相关笔记数增幅普遍在300%+；“酒店、旅行、出门”等笔记内容关键词增长高达200%+；“幼猫猫粮、老年犬狗粮”等热搜词笔记数增长高达645%+。

千瓜观点，在什么都不确定的当下，年轻人倾向于选择“确定性”的爱，养宠盛行的背后是人们对陪伴的渴望，人宠陪伴场景从家延伸到娱乐、社交、出行，养育模式也从简单的“吃喝拉撒”延伸到更多方面，小到宠物项圈、大到宠物保险。对品牌来说，一方面可聚焦宠物友好酒店、宠物出行座、GPS项圈等人宠出行&社交场景，实现用户种草；另一方面，要洞察宠物全生命周期的养育要点，如“70岁”猫咪的养老饮食、保险要从小买起等，站在用户角度引发共鸣。

## 细分品类笔记

细分品类	笔记增幅	预估互动量
宠物出行	440%+	267W+
宠物服装	420%+	4446W+
宠物奶粉	390%+	935W+
宠物提包/背包	340%+	249W+
宠物挂饰/挂牌	340%+	604W+
项圈	330%+	237W+
宠物日用品	310%+	4417W+
狗零食	305%+	6974W+
宠物笼/箱	285%+	3376W+
牵引用品	275%+	1114W+

## 内容关键词笔记数增长

酒店 155%+

旅行 200%+

出门 89%+

## 热搜词笔记增长

幼猫猫粮

205%+

老年犬狗粮

645%+

## 小红书全生命周期宠物养育笔记案例

猫咪初老症状  
宠物养老口粮  
宠物医疗保险  
宠物友好酒店  
宠物智能项圈

达人@养猫养狗美女子 300%+  
达人@比伯家犬舍 46%+  
达人@小熊布丁 1008%+  
达人@我们油油和珍珠 613%+

# 宠物升级成家人，训练和学习实现更高质量陪伴

通过笔记内容关键词可以看到，“学习、训练、治愈”涨幅高达370%+；小红书热门笔记内容包括：**宠物社会化训练、互动教学和宠物幼儿园等**，养宠人士开始进行宠物训练以提高它们的社会适应能力、减少应激反应，也尝试将宠物送到幼稚园让他们感受和伙伴玩耍的快乐，而不是在主人上班后独守空房。

千瓜认为，“育儿式”养宠盛行的背后，是因为**宠物对人们来说已是家人般的存在**，宠物精神消费正逐渐崛起，人们开始**关注宠物的心理和精神状态**，并希望通过**宠物学习和培训**，实现人宠间更高质量的相处和陪伴。对品牌而言，产品和营销的出发点不应只停留在“**喂养、照料**”等基础生活场景，可以从“**学习、进步、快乐、治愈**”等更高层级、更拟人化的角度切入，满足养宠的情感需求。

## 内容关键词笔记数增长

学习 370%+

训练 80%+

治愈 115%+

### 宠物社会化训练



点赞较多  
幼猫一定要社会化训练，才会听话又粘人 😊

👤 可可爱的你 ❤️ 1万

点赞数比达人平均水平高 **766%+**

达人@可可爱的你

### 宠物互动教学



兽医：请开始你的表演

👤 黑白双喵S&Co ❤️ 2149

点赞数比达人平均水平高 **106%+**

达人@黑白双喵S&Co

### 宠物幼儿园



狗狗幼稚园 深圳南山

👤 嘎叽嘎咕狗狗幼稚园 ❤️ 1345

点赞数比达人平均水平高 **3655%+**

达人@嘎叽嘎咕狗狗幼稚园

### 品牌合作笔记案例



社会化训练的第一天

👤 三金是话痨 ❤️ 1.6万

达人@三金是话痨 品牌：维尼塔

#### 茶树油宠物喷雾

传播效果：点赞数高出达人平均水平**500%+**；

内容关键点：  
使用在猫咪及猫咪贴身用品上，在**社会化训练前提前做好防护、避免虫子上身**；产品配方安全、气味温和，猫咪接受度高。



## PART 5

# 家用清洁

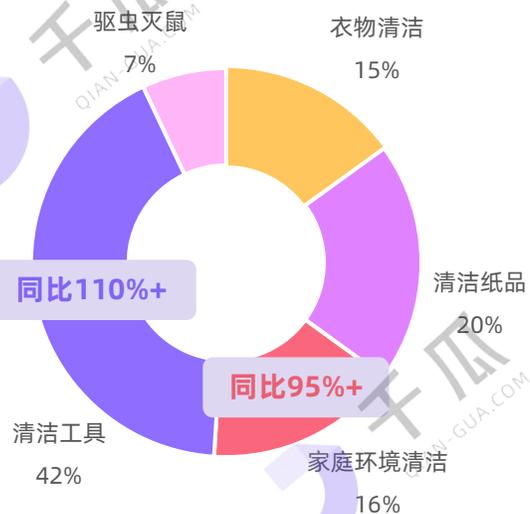
---

# 洞察细微清洁痛点，通过打扫空间完成心灵解压

通过清洁用品5大细分品类可以看到，清洁工具和家庭环境清洁笔记数合计占比58%，同比去年涨幅分别达110%+、95%+；同时，**#提升幸福感的小物** 话题浏览量达1.7亿+，笔记数同比增长820%+，“**幸福、治愈**”等评论关键词涨幅高达425%+。

千瓜观点，人们希望通过**实用、好用的清洁小工具提升清洁效率、提高清洁质量**，营造干净舒心、健康卫生的空间生态环境。品牌需洞察用户日常**容易忽略或难以解决的清洁痛点**，尤其是厨卫空间的细小角落，**从脏乱差到整洁有序，打扫空间也等于清扫心灵、重构秩序感**，因此在产品打磨和营销时，需抓住**“多功能、可替换、易收纳”**等要点，构建**细致入微的清洁场景**，打造**清洁小物、清洁神器**，让用户**“身临其境”**感受产品功效，提升幸福感、实现种草。

清洁用品细分品类笔记占比



相关话题浏览量



笔记评论关键词



## 品牌合作笔记案例



达人@一只小艾艾 品牌: NEFULL

**传播效果:** 收藏数高出达人平均水平 **1224%+**;

**内容关键点:**

NEFULL管道疏通剂可溶解各种食物残渣、毛发、纸屑，有效疏通和养护马桶、厨房下水道、浴室地漏，还分享纳米海绵擦、浴缸刷、缝隙清洁刮刀、吸水黑抹布、三角地缝刷等日常多功能清洁小工具，通过**细致的清洁场景**实现用户种草，用户表示**“解压、治愈、求分享”**。

## 评论区种草

“太太太治愈了，舒服死了”

“看完真解压”

“马桶刷有链接吗？感觉它刷角度很方便”

“求同款清洁套装求分享”

# 年轻人“享福”心态之下，智能产品全面渗透

家用清洁笔记评论词调研结果显示：“**智能家电、扫地机器人、效率高、解放双手**”等高频出现，其中“**扫地机器人**”出现频率增长164%+、“**解放双手**”出现频率增长69%+，同时，笔记内容关键词中，“**智能**”相关笔记数增长超63%。

千瓜观点，不同于父母那个年代“亲力亲为”的家务观念，对“**没福也要硬享**”的年轻人来说，他们倾向于**使用智能产品来减少家务劳动对时间及精力的占用**。随着科技的生活化渗透，家用清洁也迈向智能时代，清洁工具通过智能化设计帮助用户“**解放双手**”，**完成用户从劳动者到操控者的身份转变**，营造有秩序、更舒适的居家生态环境。因此品牌方可洞察各种家务场景下的**用户清洁痛点**，尤其在**扫地拖地、洗碗、洗衣服等“大家务”**方面，通过**更精准、更全面、更便捷**的智能植入打动用户，如**关注细节的仿生双机械臂、懒人福音的自清洁、便捷的手机/语音双操控、更干净的高能气泡洗**等，维持和守护家庭生态环境秩序。

## 笔记评论关键词云



## 笔记评论关键词



## 内容关键词笔记数增长



## 品牌合作笔记案例



奶油风就复制我家吧🥰都是浅色如何保持干净

阿茶小思妹

2028

达人@阿茶小思妹

品牌：追觅

### 追觅S30 Pro Ultra增强版扫地机器人

- **懒人福音**：一体式喷淋刮洗自清洁，不用动手取底盘；
- **关注细节**：仿生双机械臂+割毛滚刷3.0，防毛发缠绕；
- **智能控制**：语音+手机双操控，只需动嘴/动手指就能让家恢复干净整洁。

分享数比达人平均水平高

157%+



这哪是洗碗机？明明是万能清洗机！

欧欧包子

2379

达人@欧欧包子

品牌：方太

### 方太水槽洗碗机C4T

- **节省空间**：水槽+洗碗机一体设计，免弯腰、节省收纳空间；
- **多种场景**：高能气泡洗，洗碗更干净、果蔬去农残，还能洗玩具、小龙虾/螃蟹；
- **智能操控**：链接方太智能生态系统，可通过手机查看运行状态/远程操控洗碗。

点赞数比达人平均水平高

193%+

# 趋势总结 营销建议

---

PART 3

# 千瓜 | 商业推广建议



## ■ 基于五大高增长行业研究数据，千瓜总结以下品牌营销趋势：

- **珠宝配饰：** 珠宝配饰逐渐成为人们日常职场穿搭和节日送礼的重要一环，市场需求持续升级；“蝴蝶玄学”爆火、“新中式”盛行、“高智感”涌现，对品牌来说，应抓住使用场景转型契机，做好时尚、年轻、潮流的设计创新，同时结合玄学元素赋予首饰更多内涵寓意，加强种草。
- **运动户外：** 在女性运动观念转变及国际赛事、运动精神的推动下，“肌肉女孩、撸铁女孩”等话题热度高涨，女性健康力量美盛行，品牌或可尝试从Crossfit、拳击、抱石等力量型运动切入营销；城市球类运动兴起，品牌营销时可抓住运动社交趋势，从社交场景切入，引发话题讨论、实现品牌出圈。
- **医药保健：** 亚健康焦虑下年轻人开始相信老祖宗的智慧，品牌可通过“中医+”跨界玩法，如中医+零食、中医+咖啡等，培养用户习惯，让中医养生渗透进日常生活；在内耗、焦虑普遍存在的当下，年轻人脾胃问题日益突出，品牌或可抓住“去蜡黄、治便秘”等诉求，从症状场景切入、加强用户种草。
- **宠物：** 人宠陪伴场景已延伸至娱乐、社交和出行等方面，模式也从简单的“吃喝拉撒”延伸到全生命周期养育，同时宠物精神消费崛起，对品牌来说，一方面可通过具体陪伴场景和全生命周期养育要点切入，另一方面可从“学习、进步、快乐、治愈”等高层级拟人视角切入，激发共鸣、实现种草。
- **家用清洁：** 随着生活品质提升和智能产品普及，一方面品牌需洞察日常清洁的细微痛点，通过脏乱差到整洁干净的场景变化，展现空间打扫对心灵解压、提升幸福感的作用；而在“大家务”方面（如地面清洁、洗碗洗衣等），品牌需通过更精准全面的“智能内卷”，助力用户维持家庭生态、摆脱劳动苦累。

市场瞬息万变的当下，五大高增长赛道也在不断孕育营销新机，未来消费市场趋势还将如何演变？千瓜将与各品牌共同关注，携手探索更多市场机会。

## 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1月1日-2024年6月30日小红书珠宝配饰、运动户外、医药保健、宠物、家用清洁五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。

## 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千瓜  
QIAN-GUA.COM

飞瓜 抖音版



飞瓜 快手版



飞瓜 B站版



飞瓜智投



西瓜数据



集瓜



云略



果集·定制研报

 联系&合作  
CONTACT&COOPERATION