



# 什么是小红书





## 什么是小红书

小红书是年轻人的生活方式平台，由毛文超和瞿芳于2013年在上海创立。小红书以“Inspire Lives 分享和发现世界的精彩”为使命，用户可以通过短视频、图文等形式记录生活点滴，分享生活方式，并基于兴趣形成互动。截至到2019年10月，小红书月活跃用户数已经过亿，其中70%用户是90后，并持续快速增长。



我们可以看一下官方自己的介绍，年轻人的生活方式平台。也是中国最大的生活方式分享社区。

13年成立小红书平台，5年时间，用户量近1亿，18年后开始爆发式成长，截止到去年，月活就已超过2亿。

知己知彼才能百战百胜！！



根据《2022年小红书活跃用户画像趋势报告》来看：

小红书目前月活过2亿、 90后用户占比72%、 一二线城市用户占比50%、 分享者（创作者）也超过了4300W+； 男性比例也提升至30%。

活跃用户呈年轻化趋势， 年龄主要集中在18-24岁较为活跃， 占比46.39%； 25-34岁占比36.08%。

活跃城市前5是： 广东、 上海、 北京、 浙江、 江苏

关注焦点话题从高到低依次为：

彩妆、 穿搭、 护肤、 美食教程、 减肥运动、 发型、 正餐、 摄影技巧、 健身、 美甲



我们创作者可以借助它，通过文字、图片、视频等笔记分享方式进行创作，当粉丝达到一定量，可以开通相应变现功能。

小红书也是口碑营销社区，是消费者购物决策入口。越来越多的品牌方发现了小红书的“香”，开始在小红书铺量做投放。

也是内容电商平台，和知乎、抖音、快手类似，内容为核心，种草带货赚佣金。



21年大领域关注的内容：

彩妆领域更加关注：眼妆、腮红、口红；

护肤内容中，更加关注：唇膏、抗老精华、祛痘

洗护香氛中，更加关注：发根蓬松、美甲裸色、贴甲片

美食中，更加关注：冰淇淋、海底捞、零食测评、饭菜谱、奶茶

母婴中，更加关注：新手宝妈、制作婴童食品、育儿经验、云养娃

家居中，更加关注：装修灵感、家居推荐、租房改造

穿搭中，更加关注：辣妹穿搭、平价穿搭、约会穿搭等

宠物中，更加关注：小猫咪、狗狗、宠物喂养

健身减肥中，更加关注：高效瘦腿、减脂餐、减肥日常

总结为：她经济、颜值经济、懒宅经济，促进新的消费场景，精致美妆、新式茶饮、宅家健身等。



## 小红书平台的流量入口：

- 关注： 粉丝观看
- 发现： 优质高赞内容
- 同城： 同城优质内容， 多为探店
- 二级： 关键词标签
- 搜索： 主动搜索（站外引流）
- 购物： 商家用的更多



前期准备



## 博主准备：

做小红书， 你需要具备运营思维。

它不是像发朋友圈， 随手拍随手记录， 也不像微博， 后花园的自留地， 什么都可以发。

小红书它是社区氛围感极强的APP， 发布内容的时候， 必须针对某一簇群体， 如果内容有用， 有价值， 就能给你带去粉丝、 关注、 点赞、 收藏、 评论。

任何平台的运营思维都是一样的， 内容链接用户， 用户觉得你内容好就会关注你。

你们可以思考一下自己的行为， 你关注一个博主， 是不是也是因为这个博主的内容， 不管他是什么内容领域， 但确实对你胃口。



# 思维导图

## 小红书笔记

### 笔记标题

- 关键词
  - 放前面
  - 仔细选择
- 目标人群
  - 定位
  - 倾斜
- 简洁明了
  - 风格突出
  - 吸引人

### 笔记封面

- 拼图
  - 同类产品不同图片
  - 不同的地点的实拍风景图
  - 不同电视剧的剧照
- 图片+文字
  - 背景图色彩淡
  - 文字鲜明
- 抠图
  - 图片背景干净
  - 素材背景对比鲜明

### 笔记内容

- 热点话题
  - 时机
  - 热点转化
  - 热点解读
- 优质内容
  - 内容有趣
  - 文字声音
  - 配图话术
  - 体验感受

我们有运营思维后， 需要做的就是立目标 - 拆分目标 - 执行  
它是一个动态成长的过程~

比如说你的目标是： 涨粉、 护肤领域

拆分就要问自己：

- 1.如何展现护肤领域内容
- 2.要让用户看见我的笔记并主动点击收藏关注

接着就是执行：

针对每一步做内容规划

- 1.图文还是视频、 全领域还是细分领域、 差异化是什么？
- 2.看见笔记别违规， 收藏关注内容要有价值。 怎样笔记才不违规？ 什么样的内容有价值？ 都是要问自己的。



一步步解决了上述问题后，就可以稳定更新，在更新的过程中，不断的优化内容。

账号只要不违规，权重没什么问题的话，坚持更新，目标总会达到，也会取得一个不错的效果。

小红书的文案时1000字，大家写文案的时候要注意排版，精美，段落有序，读者读起来视觉舒适，不累。



账号准备:

账号

头像

昵称

简介



账号：注册有5种方式，手机、微信、QQ、微博、苹果ID（手机号注册为大号、其他注册方式均为小号），大小号是用来互相引流的，小号也需要绑手机号，注册多个手机号即可，一个身份证可下5个手机号。

头像：个人IP的话，用自己的头像；行业类的话，展示行业头像即可。

昵称：个人IP的话，用自己的IP名称；行业的用行业相关即可。

简介：领域的介绍、人设、一句话能提供的价值、其他想说的理念

这一系列动作都是为了体现自己的专业度、提供的价值增量、增加信任、引导  
用户关注。

账号注册好之后就是养号：

养号是让算法了解你的一个过程， 算法不懂你， 但懂你的用户行为。

每天分时间段浏览小红书不少于15分钟， 查看热门话题、 搜索同行博主、 发现页查看你感兴趣的内容， 收藏、 评论、 点赞、 关注， 都走点心~

养号的时候， 多账号的话用流量来养， 单号用无线即可。 持续7-15天， 养号成功的表现就是发现页给你推很多你要做的领域内的笔记。

说到关注， 可以关注一些小红书官方账号， 比如小红书视频号、 直播薯、 小红书创作学院等。



2022年什么领域还有机会



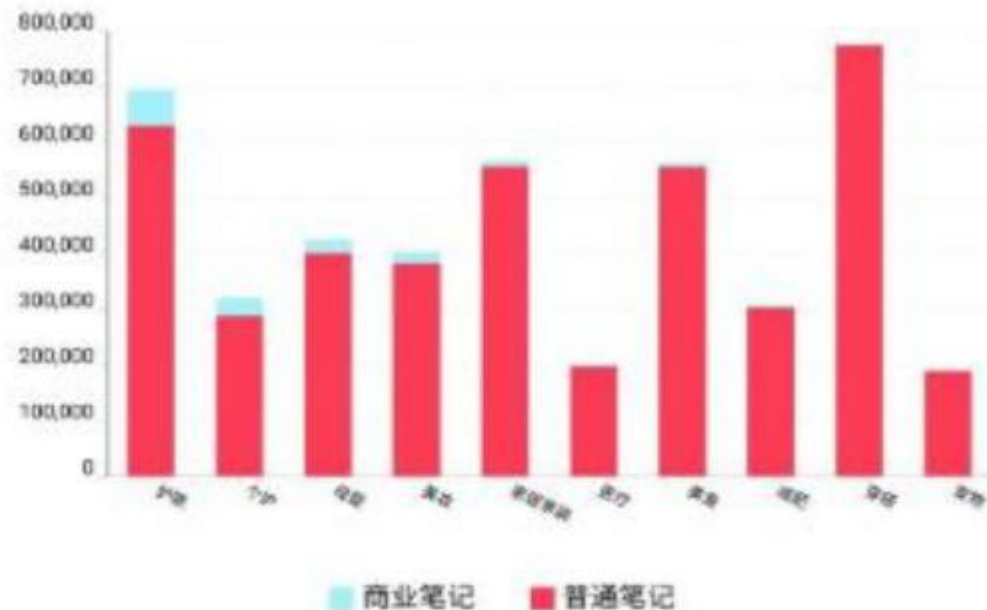


其实任何领域都有机会，难的优质内容的坚持输出和运营能力。

根据ifans数据给到的小红书数据来看，护肤笔记商业化最高，家居、宠物类目群潜力巨大。

护肤笔记商业化最高  
家居、宠物类目潜力巨大

2021年小红书重磅更新



\*此数据仅统计在ifans数据中收录到的笔记数据





美妆类： 底层博主机会多 (口红、 眼影、 仿妆、 香水、 新手)

护肤类： 爬坡成长、 优质内容为主 (精华、 成分、 面膜、 面霜、 敏感肌)

穿搭类： 合集、 测评更容易被关注； 底层博主机会多、 准入门槛低 (内衣、 小个子穿搭、 日常、 显瘦、 大码穿搭)

美食类： 美食教程更容易被关注， 腰部达人为商业笔记主力军、 探店翻车性大， 博主考验较大 (居家烹饪、 吃播、 厨具测评、 美食探店、 减肥减脂美食教程)

母婴类： 三台政策影响， 市场空间大、 头部达人专业性强、 普通博主难入局 (宝宝辅食、 科学育儿、 宝宝穿搭、 母婴好物)



家居家装类：内容专业性较强，品牌运营空间大，个人家居改造达人可从租房改造、家居好物推荐入手（装修、家居、设计、收纳、租房改造）

宠物类：猫猫的讨论最高，其次是狗狗、小香猪、仓鼠鸭鸭、兔兔、羊驼也收获了不少关注，更适合视频笔记，搞笑逗趣类更容易被关注（布偶猫、柴犬、柯基、金渐层）

医疗健康类：专业背景支持（健康养生、益生菌、养生日常、胶原蛋白、细分家庭健康、美容养颜、养生滋补、美体塑身、妇科）





1. 服装搭配
2. 化妆技巧
3. 护肤知识
4. P图技巧
5. 美甲美发
6. 头像壁纸
7. 瘦身减肥
8. 明星电视剧
9. 宝宝
10. 宠物





只要开始做账号

就不要停

先坚持3个月

不断优化内容方向

让结果自然而然的发生

小红书目前是对新人最友好的平台啦



从你最感兴趣/喜爱的领域出发  
创建一个吸引粉丝的内容分享机制  
借助优质内容的力量  
只要你吸引到一群信任你的粉丝