
XX

XX

小红书团队粉丝群体深度洞察课件

小无名 DOCS

01

小红书平台简介及发展现状



小红书平台发展历程及市场定位



2013年创立，以社交分享购物体验为核心

- 初期定位：境外购物分享平台
- 目标用户：追求品质生活的年轻女性



2014年扩大用户群体，引入境内购物分享

- 扩大内容类型：旅行、美食、养生等
- 吸引更多年轻用户，形成独特社区氛围



2015年至今，持续优化产品功能，提升用户体验

- 推出小红书商城，实现购物闭环
- 增加短视频、直播等功能，丰富内容形式
- 定位：生活方式分享平台，覆盖购物、旅游、美食等领域

小红书平台用户规模及增长趋势



用户规模持续扩大，增长速度稳定

- 2018年用户数突破1亿
- 2019年用户数突破2亿
- 2020年用户数突破3亿



用户群体以年轻女性为主，覆盖多年龄段

- 18-24岁用户占比最高，达到40%
- 25-30岁用户占比30%，30岁以上用户占比30%



用户活跃度较高，形成稳定的社区生态

- 日活跃用户数超过2000万
- 平均每位用户每天使用时长超过30分钟

小红书平台核心功能及特色

核心功能：内容分享、购物推荐、社交互动

- 内容分享：用户上传图片、文字、视频等形式的内容，分享生活体验
- 购物推荐：根据用户兴趣和浏览记录，推荐商品和商家
- 社交互动：用户之间可以关注、评论、点赞、私信等方式互动

特色功能：小红书笔记、小红书商城、小红卡等

- 小红书笔记：用户分享购物心得、产品评测等内容，形成口碑传播
- 小红书商城：提供正品保障、价格优惠的购物体验
- 小红卡：为用户提供线上线下消费的优惠和特权

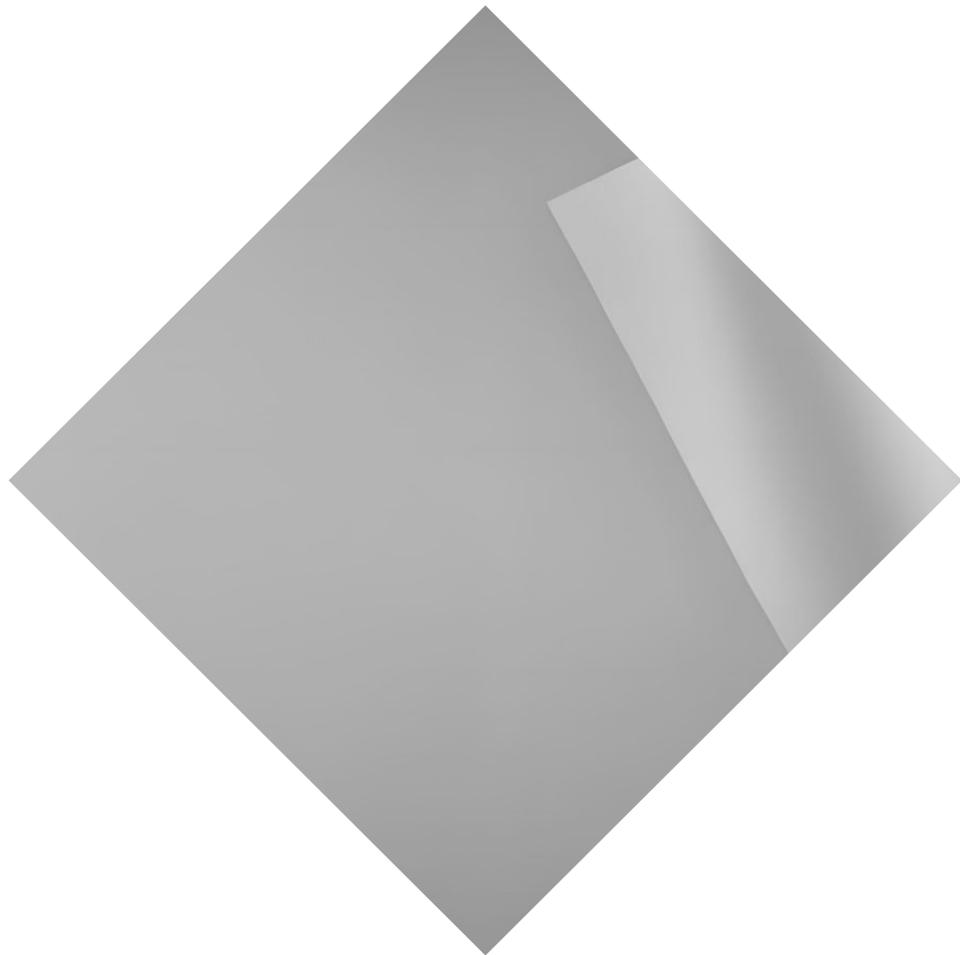


02

小红书粉丝群体特征分析



粉丝群体年龄、性别及地域分布



地域分布：一线城市和新一线城市用户占比较高

- 一线城市用户占比40%
- 新一线城市用户占比30%
- 二线城市用户占比20%
- 三线及以下城市用户占比10%

年龄分布：以18-30岁年轻人群为主

- 18-24岁用户占比40%
- 25-30岁用户占比30%
- 30岁以上用户占比30%

性别分布：女性用户占比较高，达到80%

- 男性用户占比20%

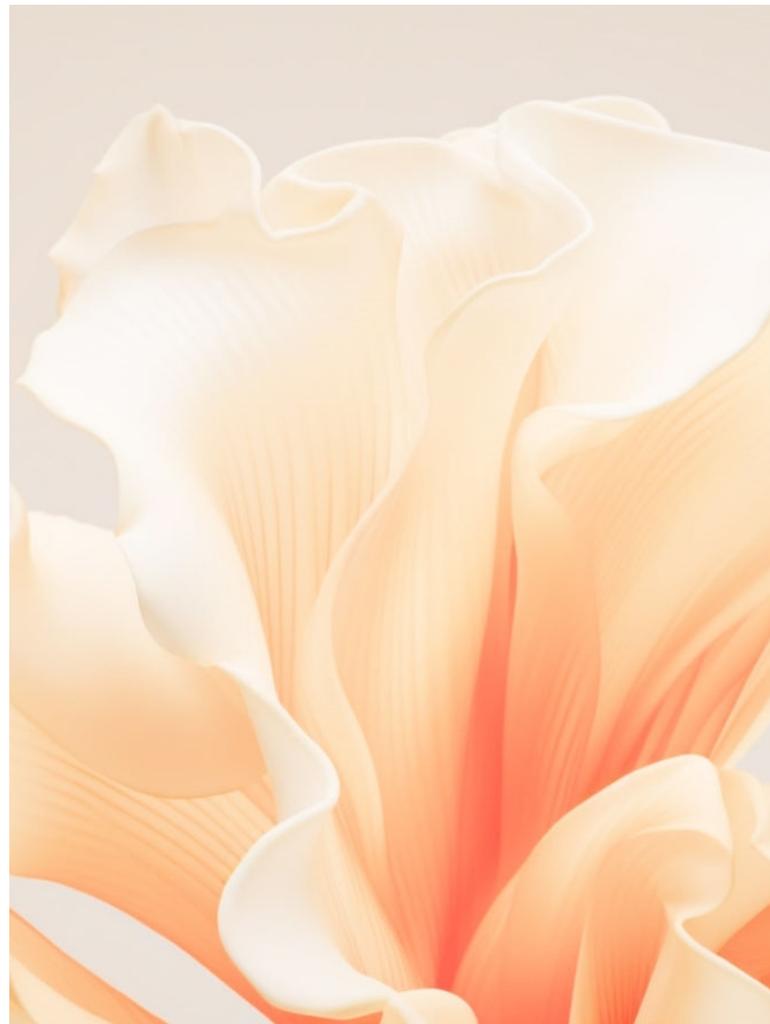
粉丝群体兴趣偏好及消费习惯

兴趣偏好：关注时尚、美妆、旅行、美食等领域

- 时尚：潮流穿搭、时尚品牌、购物攻略等
- 美妆：化妆品评测、护肤技巧、美妆教程等
- 旅行：旅行攻略、景点推荐、酒店预订等
- 美食：美食推荐、餐厅评测、烹饪技巧等

消费习惯：注重品质、追求性价比、喜欢尝试新品

- 购买渠道：线上商城、品牌官网、代购等
- 消费品类：化妆品、护肤品、服饰、旅游产品等
- 消费频次：每月购买1-2次，每次消费金额在1000-3000元之间



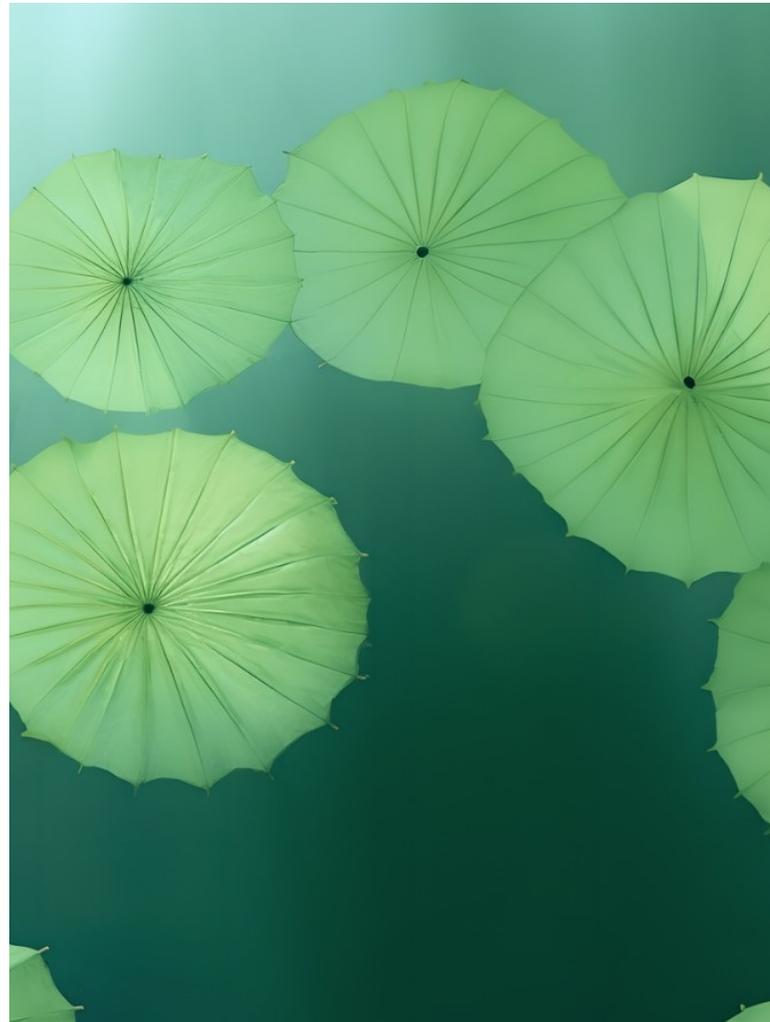
粉丝群体活跃度及忠诚度分析

活跃度：每天使用时长超过30分钟，高频次互动

- 日活跃用户数超过2000万
- 平均每位用户每天使用时长超过30分钟
- 用户每天产生大量评论、点赞、分享等行为

忠诚度：对小红书平台有较高粘性，愿意为平台付费

- 付费用户占比：10%
- 付费用户平均每月消费金额：500-1000元
- 用户留存率：较高，用户在平台上的活跃时间较长



03

小红书粉丝群体需求洞察

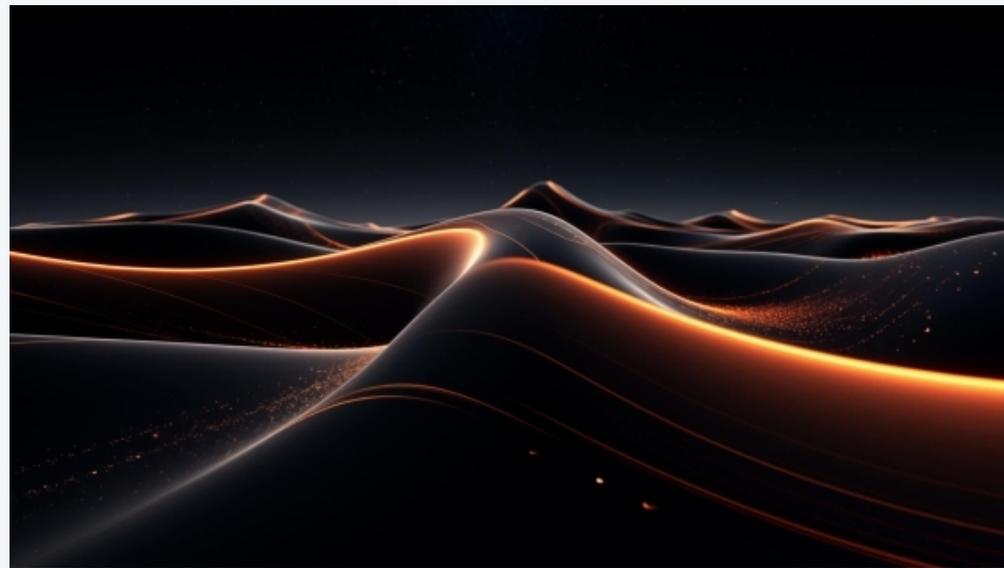


粉丝群体内容需求及偏好



内容需求：追求品质、实用性强的内容

- 时尚穿搭、美妆教程等实用性强的内容
- 旅行攻略、美食推荐等丰富生活体验的内容
- 产品评测、购物攻略等购物指导内容



内容偏好：图文并茂、视频化的内容形式

- 图片：精美、高清的图片，展示产品和使用效果
- 文字：简洁、明了的文字，介绍产品和使用心得
- 视频：直观的视频，展示产品和使用过程

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/348073140045006127>