

2025上半年 热门行业数据简报

■ 服饰 | 美护 | 美食 | 育儿 | 家居 | 户外（小红书平台）

千瓜行研 | 数据态度 洞见行业温度

数据来源：千瓜数据

数据时间：2025年1月1日-2025年6月5日

■ 前言

2025上半年帷幕已落，新的消费语境与行为下，小红书各行业赛道表现如何？又孕育了哪些值得把握的营销机遇？

本期报告，千瓜将聚焦小红书平台**六大热门行业**（**服饰穿搭、美妆个护、食品饮料、母婴育儿、家居家装、运动户外**），解析平台态势、行业风向、内容趋势，为2025下半年小红书营销提供数据支持，洞见种草先机。



报告 目录

01 服饰穿搭

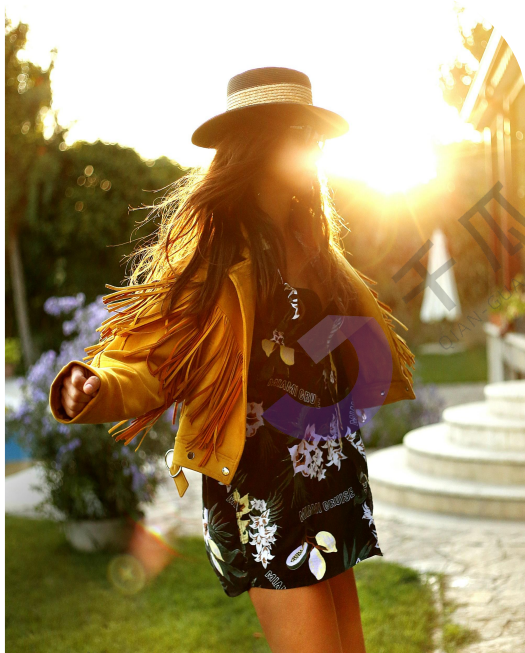
02 美妆个护

03 食品饮料

04 母婴育儿

05 家居家装

06 运动户外



Part 01.

服饰穿搭

月均种草互动达亿级，「配饰、下装」高速增长

调研数据显示，服饰行业种草笔记月均预估互动量高达1.5亿+，商业笔记数增长超20%。品类笔记占比：服装43.50%、珠宝配饰35.08%、箱包14.72%、鞋靴6.70%。细分品类中，珠宝黄金笔记数增长超5倍，服装下装互动量增长为行业中位数的1.5倍，裙装、首饰、耳饰、串珠等互动量增长都高于行业中位数。

千瓜观点，服饰行业种草氛围热烈，上半年小红书官方以“浅春系、可露丽”等时尚新风，引领用户、品牌造势，内容不断发酵、外溢全网；同时黄金、水晶爆火，又为珠宝、配饰市场添了把火。“生活即秀场”，从季节、节点造势，到日常不同的穿搭攻略与风格解法，小红书用户将服饰带出衣橱，作为探索世界、表达生活的载体，使潮流趋势转化为生意增长动力。

■ 种草&商业笔记声量

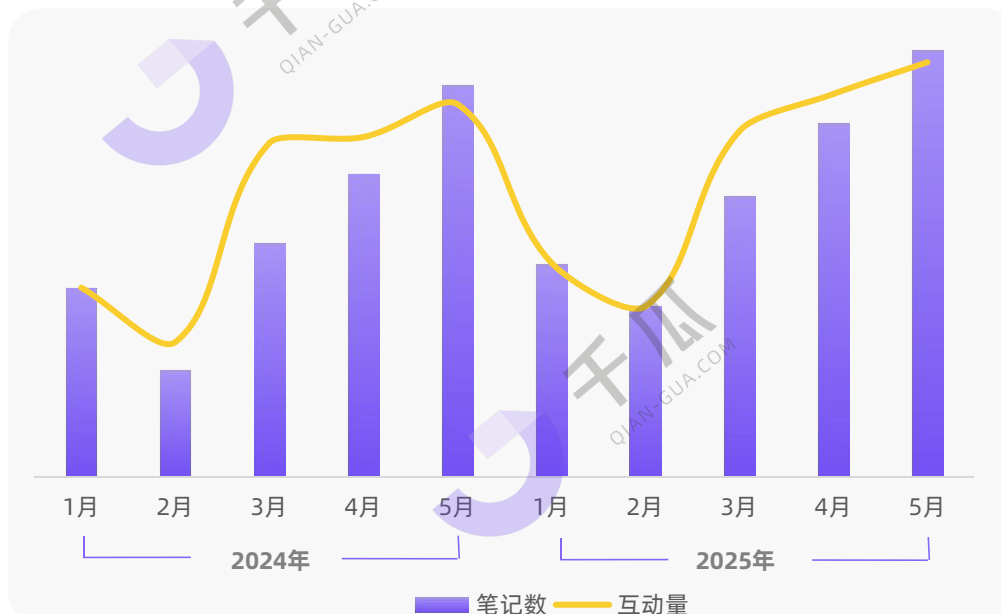
种草笔记月均互动量

1.5亿+

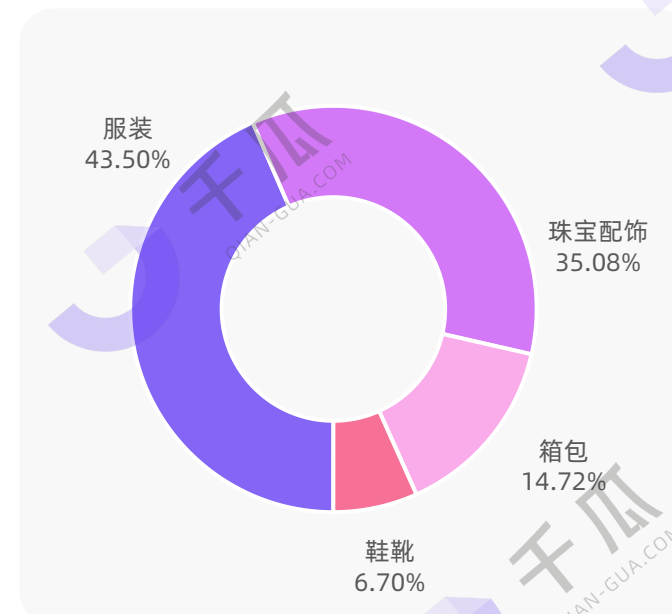
商业笔记数

20%+

■ 商业笔记趋势图



■ 品类笔记占比



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2025年1月1日-6月5日小红书服饰穿搭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。

「轻氧感、流动感」穿搭，一键切换“度假风”

上半年穿搭趋势以“轻盈、灵动”为主线，除了浅春系，官方还推出 #flowfit、#呼吸感穿搭，浏览量高达3亿+、6000万+。内容热词同步涌现“度假风、波嬉风、南法”风格词，“亚麻、长裙、针织衫、耳环、手链”等品类词。“海岛穿搭、柔软针织、透气亚麻、镂空、流苏”等，笔记数与互动量增长均高于行业中位数。千瓜观点，浪漫率性的波嬉风、轻松优雅的南法风……今年小红书用户热衷于营造“随时随地在度假”的氛围感，既能走进办公室，又能出发远方。品牌可从两个角度解锁“度假ootd”的氛围感密码：（1）产品面料与元素，运用亚麻、镂空、编织、配饰等，或凸显亲肤感、透气性；（2）捕捉“流动感”场景，通过“海岛、花火”等假日意象，令衣袖裙摆幻化成风的形状，凝练度假风美学。

#flowfit 3亿+

流动感的场景穿搭
如音乐节、海岛、花火



达人：潮流薯

#呼吸感穿搭 6000万+

镂空、编织等呼吸感元素
营造悠闲度假的氛围



达人：时尚薯

*话题浏览量

种草笔记内容热词

度假风

南法 60%+

波嬉风

针织衫

亚麻 46%+

长裙

耳环

手链

*笔记数增长率

行业笔记内容明星词

柔软挺阔 透气网布 透气亚麻
宽松针织 灵动精致 海岛穿搭
针织牛仔 轻薄不闷 自带凉感 柔软弹性
纱面料 天然亚麻 网眼
柔软针织 柔软轻薄 冰丝针织
轻盈灵动 亲肤不闷 镂空 流苏
随性优雅 雪纺 假期出游
流线型 纯棉 清凉
针织条纹 棉麻面料 纯棉 清凉
轻便透气 舒服柔软
柔软有型 针织蕾丝 针织羊毛

*笔记数、互动量增长率高于行业中位数

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2025年1月1日-6月5日小红书服饰穿搭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。



Part 02.

美妆个护

爆款内容增长超45%，品类创新或成破局点

行业调研数据显示：种草月均预估互动量高达1亿+、月均爆文率增长超45%。品类大类占比：彩妆47.05%+，护肤28.86%+，个护清洁24.09%+；细分品类占比：美甲19%+、面部护理19%+、面部彩妆13%+、美发护发12%+，互动声量较高。

千瓜观点，2025年上半年美妆赛道竞争依然十分激烈，除了面部护肤、彩妆传统大类，美发、美甲等品类也在小红书获得高度关注。未来市场竞争或将**聚焦于产品创新、价值感塑造（轻盈皮肤&身心）**，**精细化品类增长潜力可期**。现阶段，消费者决策持续理性化，品牌保证扎实产品力的同时，需探索新兴需求，实现精细化、情感化沟通与体验升级，方能在白热化竞争中赢得信任，实现有效增长。

种草笔记声量

种草笔记月均互动量

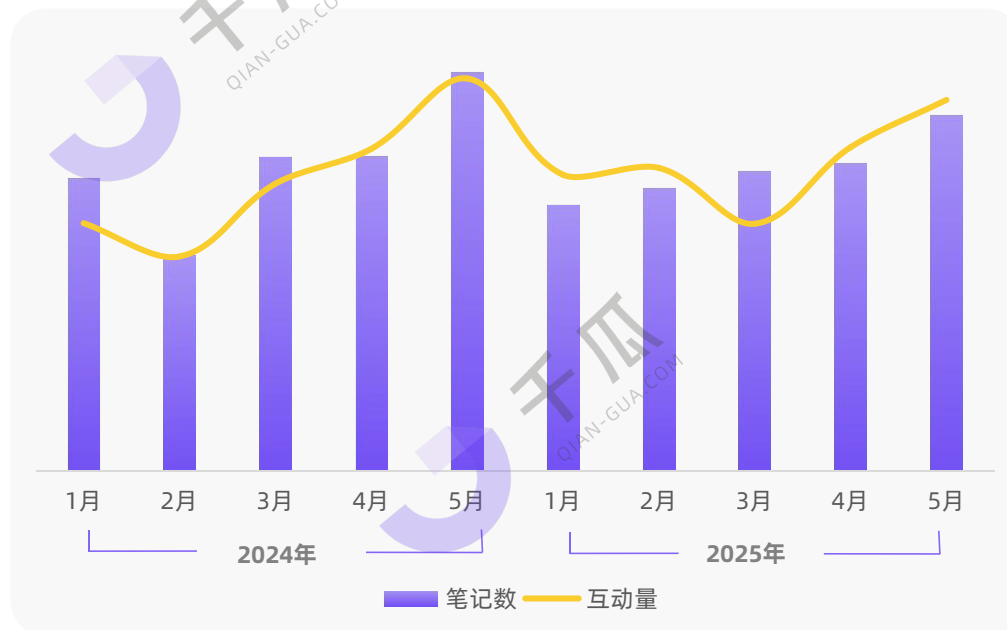
1亿+

种草笔记月均爆文率

45%+

*爆文：笔记点赞≥1000

商业笔记趋势图



品类笔记互动量占比TOP8

品类分类	互动量占比
美甲	19%+
面部护理	19%+
面部彩妆	13%+
美发护发	12%+
唇妆	6%+
身体护理	5%+
眼妆	4%+
彩妆工具	4%+

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2025年1月1日-6月5日小红书美妆个护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。

「轻妆感、彩妆挂件」，用户体验正重塑

行业涵盖热门话题与热词：**#妆越淡人越美**、**#淡人本命妆** 话题浏览量分别为1.7亿+、9400万+，“自然、通透、低饱和、零负担”妆效词，带动无粉底妆、呼吸感妆、轻盈无妆感等走红。另外值得关注的是，内容关键词还出现“随手、方便、吊坠、挂件”等，“配饰”相关笔记数增长133%+，催生彩妆挂件、口红钥匙扣等产品新形态，品牌新品种草包括：intoyou软管唇蜜、AZTK随行唇冻等。

千瓜认为，“轻妆感、无粉感”的趋势，反映用户对妆容松弛感与皮肤自由度的追求；彩妆挂件则通过产品形态的扩容（轻便易携带、表达个性的“时尚配件”），将美妆融入碎片化生活。对品牌而言，可以从“减法思维”重塑产品逻辑，如配方、使用步骤、存在感等，以“无负担体验”赢得理性消费者的长期青睐。

热门话题浏览量

#妆越淡人越美

1.7亿+

#淡人本命妆

9400万+

内容关键词笔记数

配饰

133%+

热门内容词云

纹理 低饱和 精简
通透 质感 自然
妆感自然 零负担 皮肤

无粉底妆

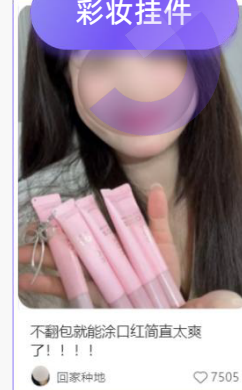


呼吸感妆

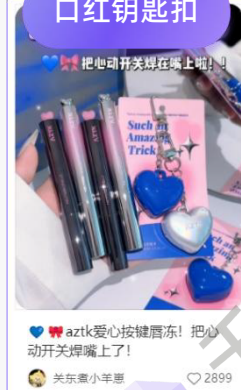


出门 不翻包 吊坠 携带 随手
挂件 挂坠 方便 省心 钥匙扣 顺便

彩妆挂件



口红钥匙扣





Part 03.

食品饮料

种草声量上亿，“科学减负vs感官满足”建立新平衡

食品饮料行业种草笔记月均互动量达2.8亿+，商业笔记数同比增长40%+，品类占比分别为：生鲜果蔬28.46%，休闲零食24.44%，粮油干货23.86%，咖啡/麦片/冲饮品16.80%；生鲜果蔬品类稳居榜首，投放热度持续上涨，商业笔记预估互动量同比增长25%+。

千瓜观点，当前的美食市场，正经历一场由健康意识觉醒引领的深刻变革，健康的重要性被提升至更高维度。小红书用户对食物的期待已从单纯满足口腹之欲，转向追求更深层次的健康价值与身心平衡。同时，破解“健康=难吃”的认知困局成为关键，未来种草发力点将为风味与健康的平衡、功能与情感的双重需求。

种草&商业笔记声量

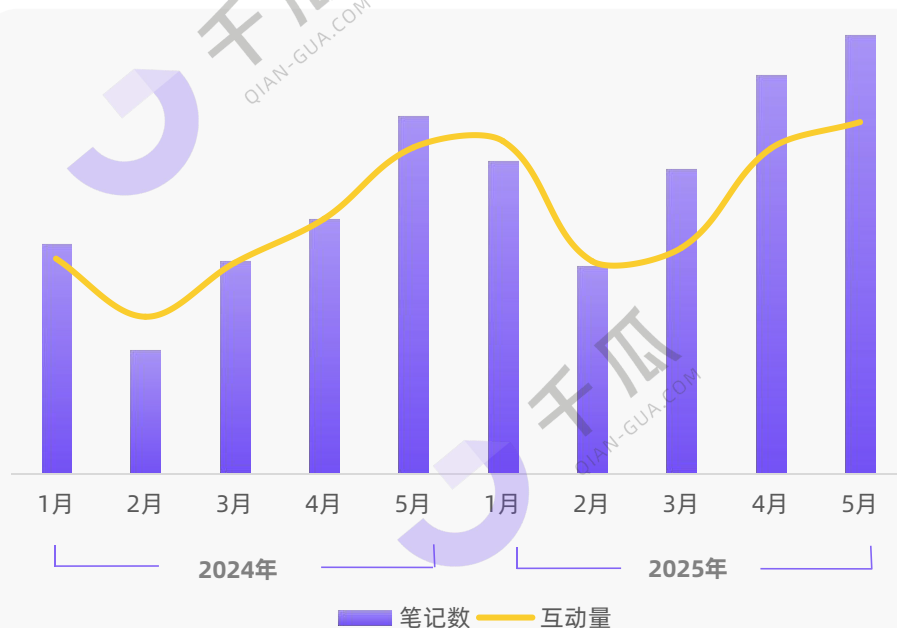
种草笔记月均互动量

2.8亿+

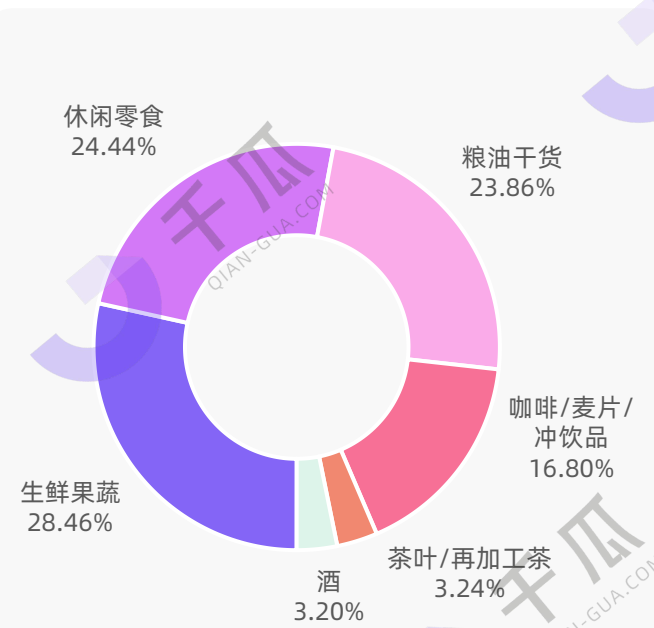
商业笔记数

40%+

商业笔记趋势图



品类笔记占比



「植物草本、风味地图」，加码赛道增长

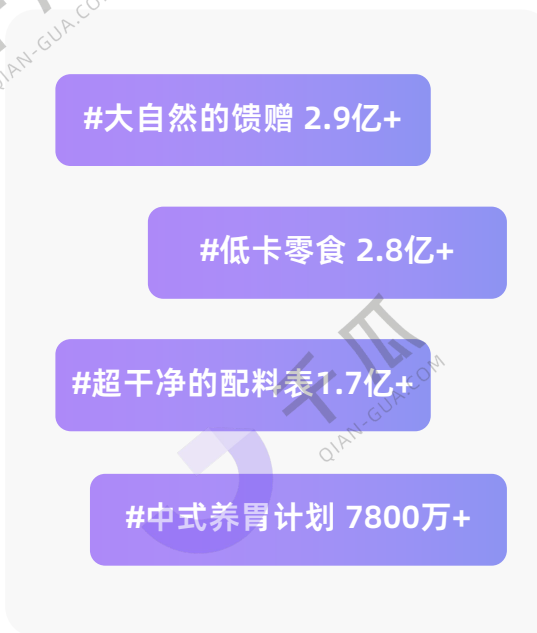
种草笔记内容数据显示，成分词TOP500中，“植物”位居TOP26，同时高频出现“肉桂、甘草、佛手柑”等，并涵盖地域词与草本食材：宁夏-枸杞、甘肃-当归、云南-三七等。热门话题#大自然的馈赠、#低卡零食、#超干净的配料表 等浏览量均破亿，白桦树汁、枸杞原浆等新品崛起，单篇笔记点赞破万。

千瓜观点，美食行业的核心诉求可以总结为“健康、轻负担、治愈”，草本食材成为完成这些诉求的新着力点（天然、养生功效等）。而来自特定地域的食材，除了健康属性，更承载着深厚的文化底蕴，本质上是对品质、功效和文化价值的综合信任。探索植物食材成分的同时，品牌或可尝试用地域风物讲述健康故事，唤醒消费者的文化认同与情感共鸣，建立品牌信仰的“绿色护城河”。

种草笔记内容关键词



热门话题浏览量



热门品牌产品





Part 04.

母婴育儿

月均分享增长超5成，「服饰、读物、食品」声量跃升

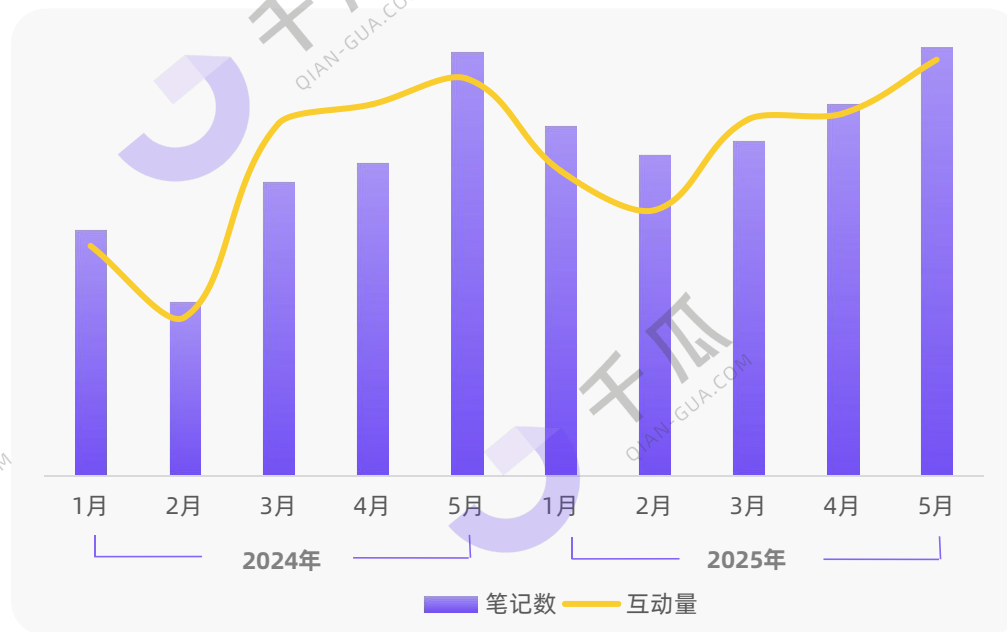
母婴育儿行业投放热度稳步增长，较去年同期，商业笔记数增长25%+，月均分享数增长57%+。品类笔记占比数据显示，婴童玩具、婴童服饰、儿童读物、婴童食品，位列TOP4。细分品类中，儿童绘本、音乐玩具、婴童家居服、暖奶器、辅食机、奶粉等笔记数，互动量增长高于行业中位数。

千瓜观点，母婴行业用户内容的分享热情愈高，整体市场表现为：刚需稳固，精神需求崛起。“服饰、食品”保持高位，带动相关电器及智能产品增长，“儿童读物”占位靠前，反映出当代爸妈育儿观念的演变，正投入更多精力关注和培育孩子的精神世界。未来，品牌除了深耕细分场景，还需强化产品的“益智与情感”属性，突出对孩童认知发展、创造力培养、情感交流的益处，契合“精神培育”趋势。

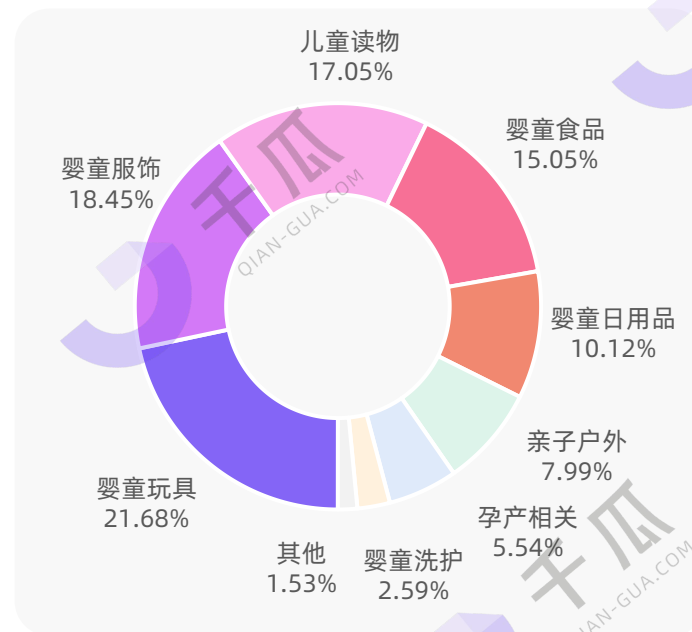
商业笔记声量



商业笔记趋势图



品类笔记占比



奉行「精简育儿」，养娃开始做“减法”

调研笔记内容，频现“简单、减少、精选、有必要、高品质”等关键词，同时调研品类词：“奶粉、辅食、纸尿裤、童装”热度靠前，“绘本、宝宝面霜、推车”互动也较高。美素佳儿、世喜、孕贝等品牌，都投放了“精简育儿”笔记，以“纯净喂养、育儿清单”等内容，倡导给育儿做减法。

千瓜观点，从精细育儿到精简育儿，父母们认为养娃不再是面面俱到，而是找到主线任务，即“做真正重要的事、用真正需要的产品”。同时“精简育儿”并非一味减少消费，而是审慎地选择真正必要、能解决核心问题、带来高价值体验的产品。因此，品牌需要走出普适性的解决思路，以“高质价比”的产品，精准回应个体化育儿的真实需要，洞察用户“追求适度养育、聚焦核心任务”的本质诉求，将产品开发和种草与之对齐。

笔记内容热词&品类词互动热度



涵盖品牌&商业笔记案例



Part 05.

家居家装



月均种草互动超3亿，「家居饰品」位列TOP1

家居行业数据显示，种草内容月均预估互动量超3亿，商业笔记数增长45%+，月均预估互动量超千万。品类中，家居家装笔记占比60%+，家电数码笔记占比39%+。其中，家居饰品声量位列TOP1，互动量占比超20%；厨具、家具、智能/影音设备、清洁用品等，互动声量跻身TOP8。

千瓜观点，从品类互动数据来看，上半年用户焦点在于“家的装扮、家的清洁、家的智能化”，背后蕴含的“悦己美学、健康驱动、智能体验”，也是新生代定义的“理想家”模样。品牌要深度对话年轻家庭决策者，可把握这三大趋势脉搏，推动用户主导家庭生活空间规划、用品采购与生活方式营造，鼓励分享自己的“家”故事和成果，与品牌形成互动，强化归属感，建立长效共鸣。

种草&商业笔记声量

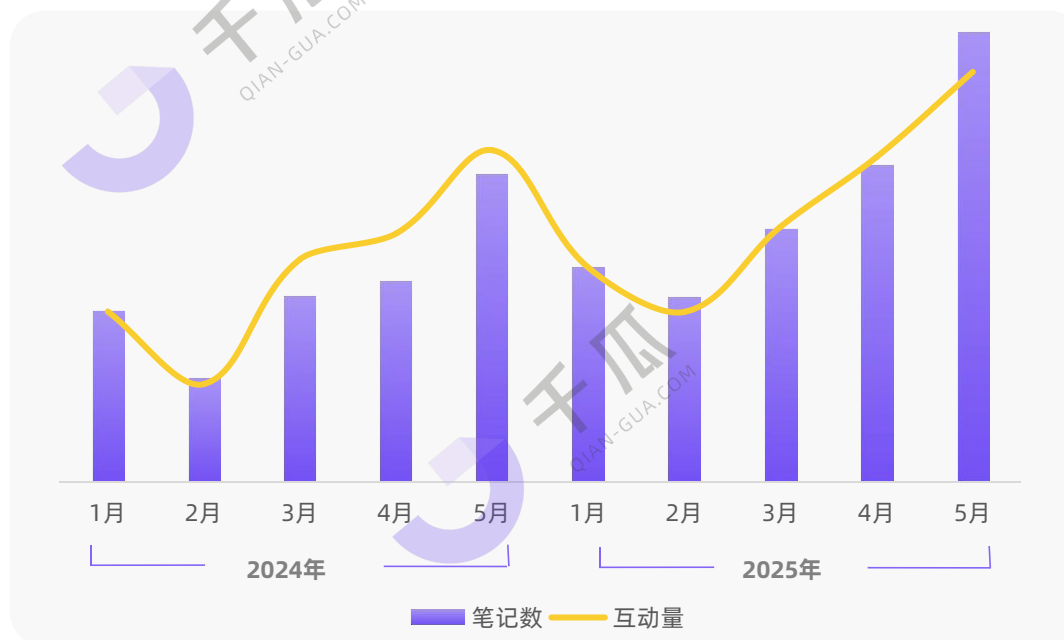
种草笔记月均互动量

3亿+

商业笔记数

45%+

商业笔记趋势图



品类笔记互动量占比TOP8

品类分类	互动量占比
家居饰品	20%+
厨具	11%+
家具	9%+
智能/影音设备	9%+
居家日用	9%+
大家电	4%+
清洁用品	3%+
厨房小电	3%+

「情感软装」，「健康守护」，打造身心共养空间

热门话题调研结果显示，**#软装搭配**浏览量超10亿，**#与植物一起生活**、**#家居清洁好物**等浏览量均达亿级。综合行业热词与AI智能解析结果，“装饰画、摆件、艺术”、“健康、环保、净化、除菌”等内容热度较高，分别关联“植物软装、宠物收纳、潮玩摆件”、“空气健康、用水健康、洗护健康”等主题笔记。

千瓜观点，上半年家居家装核心主题可总结为两点：（1）**情感软装**：消费者已不满足于基础的功能性家居，而是寻求承载情感或兴趣的个性化软装物品，绿植花卉、装饰/陪伴属性尤为突出；（2）**健康守护**：家居环境的健康标准日益提升，从泛泛的“清洁”到特定领域的防护管理（空气、水、织物等）。未来的家场景种草，品牌可基于“生活意趣”洞察幸福感/表达欲/精神慰藉，也可以围绕“健康守护”探索细分场景方案。

热门话题

种草&商业笔记内容关键词

热门话题	浏览量
#软装搭配	10亿+
#智能家居	5亿+
#布置自己的小房间	5亿+
#我的养花日常	5亿+
#中古风装修	5亿+
#与植物一起生活	3亿+
#年度幸福感好物	3亿+
#家居清洁好物	1亿+
#清洁神器	1亿+

达人：@小宝宝的理想家
品牌：美的



退休躺平计划
新风净化除菌
加湿静音
呼吸健康空气
00后退休躺平计划！空气健康保卫战启动
小宝的理想家 3345

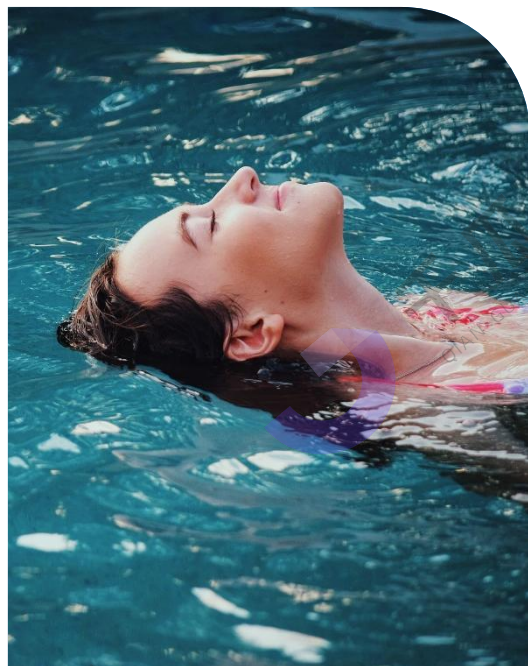
达人：ninini
品牌：源氏木语



傍晚时分，我在我的原木童话小屋过家家
ninini_ 3640

游戏盲盒 装饰画 健身 审美 兴趣 摆件 宠物 艺术

植物软装 花艺软装 宠物收纳柜 空气净化 洗护健康 用水健康 桌面绿植 潮玩摆件 ... 厨房健康 居家清洁 ...



Part 06.

运动户外

入局品牌增长超107%，商业竞逐日益激烈

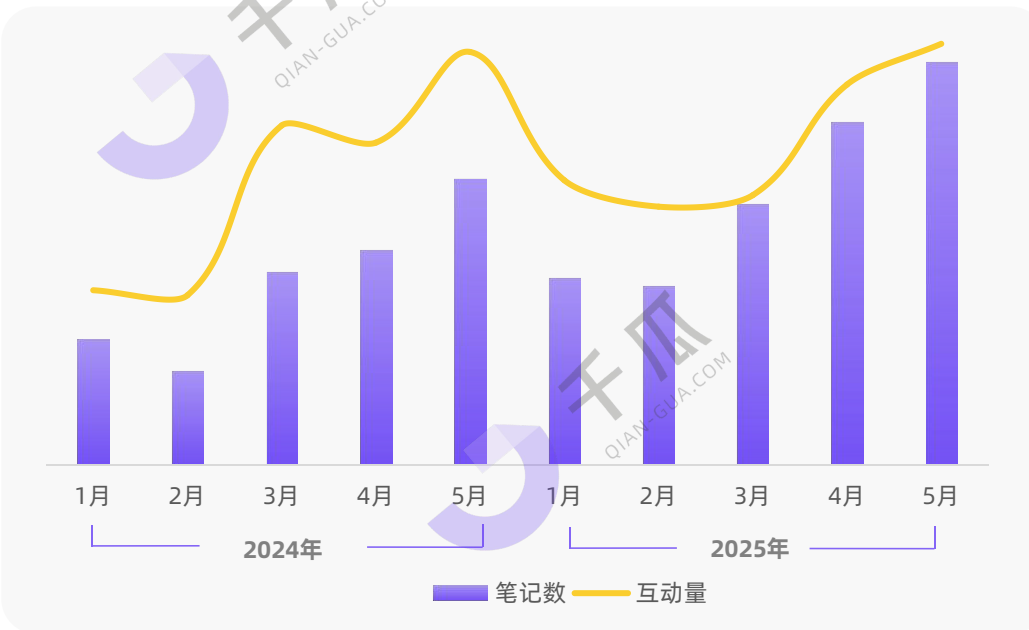
运动户外行业品牌投放数据显示，商业笔记数增长50%+，月均投放品牌数增长107%+。品类笔记数占比TOP3为：健身/训练42.95%+、运动鞋靴22.74%+、户外装备17.28%+；其中骑行、跑步鞋、网球、露营/野炊装备等细分品类笔记数占比位列TOP10，增长远高于行业中位数。

千瓜观点，多元运动户外趋势在小红书迎风生长，众多玩家入局、加码，品牌投放日益激烈。随着运动户外与日常生活联系愈发紧密，市场也从粗放式往精细化、个性化发展。小红书平台汇聚了越来越多的专业、垂类分享者，专项训练、专业装备、多元玩法的普及，推动用户认知提升。品牌需关注新兴/细分赛道，尤其低门槛、高反馈项目（如骑行、跑步、登山...），并结合运动体验、技巧分享、生活方式等内容场景打动用户。

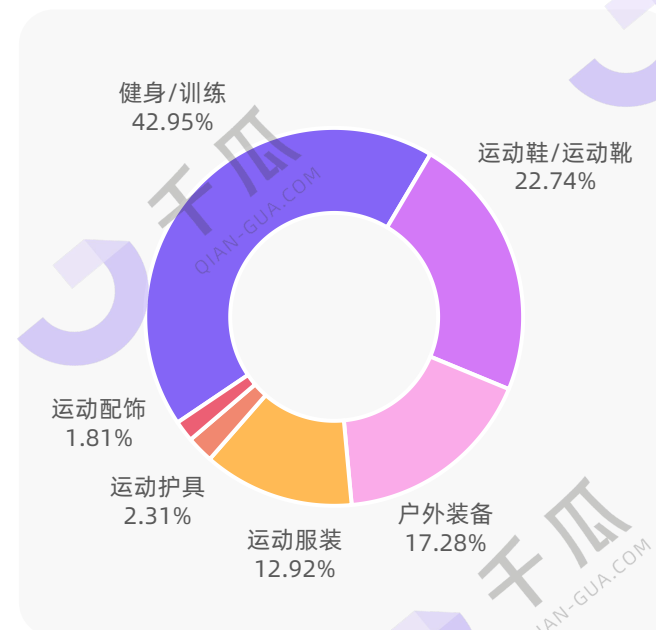
商业笔记声量



商业笔记趋势图



品类笔记占比



「游泳、跑山」兴起，运动疗愈衍生细分需求

调研高热、高增长话题，出现#羽毛球、#游泳、#滑雪、#马拉松、#越野跑；内容品类词中，“公路车、骑行服、头盔、慢跑鞋、越野跑鞋、竞速泳衣”热度靠前，其中，慢跑鞋增长244%+、泳衣增长217%+。

千瓜观点，今年上半年“游泳、跑山”成为小红书新晋热门项目。二者皆在更深层次地满足现代人对积极生理体验的渴求：“游泳”给人回归母体的安全感，高度专注于呼吸与动作协调，诱发心流体验；“跑山”侧重自然野趣疗愈，沿途风景与多变地形，让简单跑步变为挑战游戏，收获成就感与征服感。营销种草需抓住两条主线：专业化、精细化消费，提升产品的运动表现、安全性和舒适度；身心疗愈价值，深度的精神放松，有效“释放身心”的项目将持续受到青睐。

热门话题

话题名	浏览量	预估互动增长
#羽毛球	18亿+	147%+
#游泳	10亿+	52%+
#跑步	9亿+	38%+
#滑雪	9亿+	81%+
#马拉松	6亿+	110%+
#越野跑	8800万+	129%+

种草笔记关键词-品类词

手表 机能鞋 滑雪装备
背包 羽毛球鞋 竞速泳衣
碳板跑鞋 骑行服
公路车 慢跑鞋
护腰带 越野跑鞋
泳镜 泳衣 山地车
头盔 骑行装备 眼镜

慢跑鞋
244%+

头盔
240%+

骑行服
217%+

泳衣
217%+

*预估互动增长率

品牌商业笔记案例



品牌：Shokz韶音
达人：crystal晶晶



品牌：凯乐石FUGA
达人：Outman山叔



SUMMARY

商业推广建议

千瓜 | 商业推广建议



■ 基于2025上半年六大热门行业数据研究，千瓜总结以下品牌营销趋势：

- **服饰穿搭：**平台掀起「度假风」热潮，用户追求“办公室到远方”的无缝切换，主打随时随地度假的氛围感。种草需聚焦：“南法风、海岛穿搭”等相关穿搭风格，以及“亚麻、针织”等面料元素，增强亲肤透气性，通过场景流动感，海岛、花火等意象，构建度假美学。
- **美妆个护：**需求指向「轻妆感」与「彩妆挂件」，“无粉感妆容”与“便携化品类”，以无负担体验绑定消费者，将成为品类创新与场景种草的突破口。
- **食品饮料：**健康轻负担需求推动「植物草本」食材崛起，契合大众化的养生认知；同时地域性食材勾勒出「风味地图」，凭借独特的健康属性与文化底蕴，赢得消费者信任。品牌可将“植物+地域风物”绑定健康与情感，打造差异化竞争力。
- **母婴育儿：**由精细育儿进阶「精简育儿」，倾向解决核心问题、提供高价值体验的“高质价比”产品，种草关键在于抓住育儿主线任务，匹配个体化需求。
- **家居家装：**围绕「情感软装」，以绿植花卉、装饰品等承载兴趣与精神慰藉；借「健康守护」拓宽家的细分场景，深化产品价值，或是未来新的增长点。
- **运动户外：**「游泳、跑山」热度高涨，二者满足现代人对身体与精神释放的双重需求。品牌种草需兼顾：专业化装备（安全/舒适/运动表现）与疗愈价值（深度身心放松），强化产品吸引力。

回望上半年行业趋势，描绘下半场营销新航向，2025年小红书各行业种草还将迎来哪些新趋势？千瓜与您一同关注。

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（包括图表及文字内容）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2025年1月1日-6月5日小红书行业、品牌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。