

2022年度
小红书 标记我的生活
3C行业月报
2022.7月

小红书

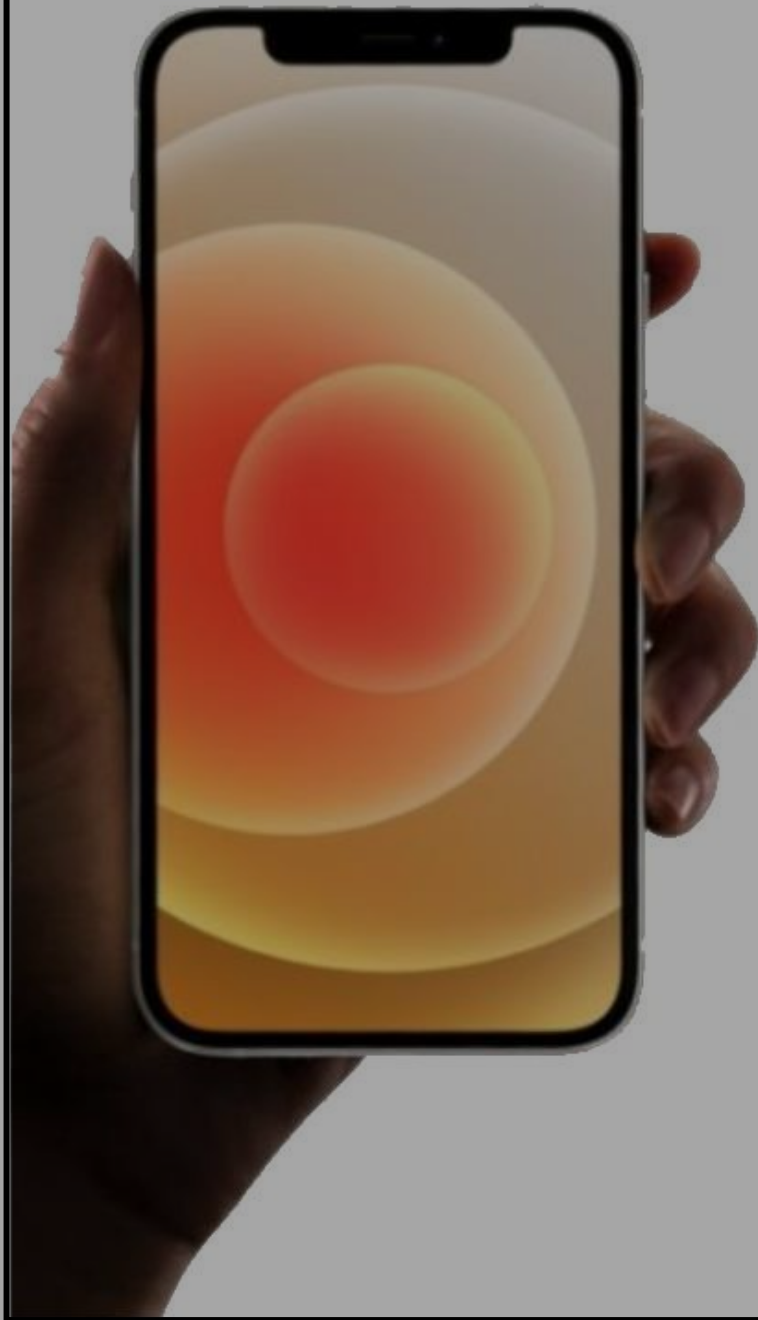
Agenda

一.行业概览

- 1.行业搜索及高活跃用户画像
2. 品类搜索趋势
- 3.品类竞争格局

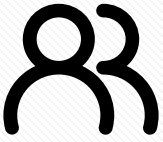
二.细分品类TOP热搜词

三.优质笔记分享



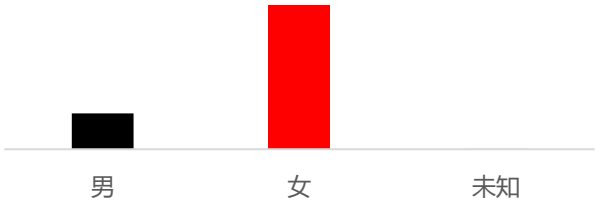
行业概览

小红书3C行业搜索及高活跃用户画像-7月

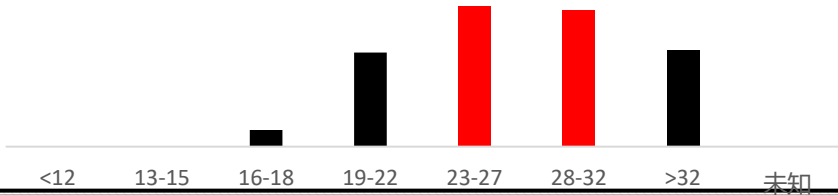


家用电器类目

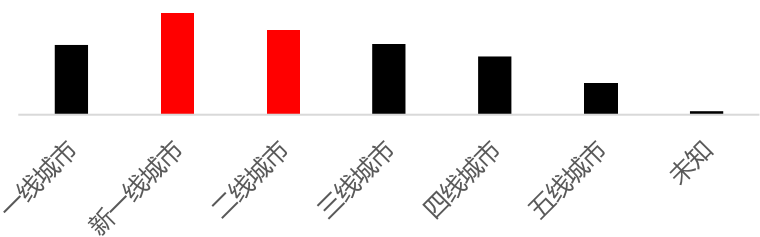
女性用户 **占比超80%**，是主要用户群体



23-32岁用户 **占比超50%**，为家用电器消费主力

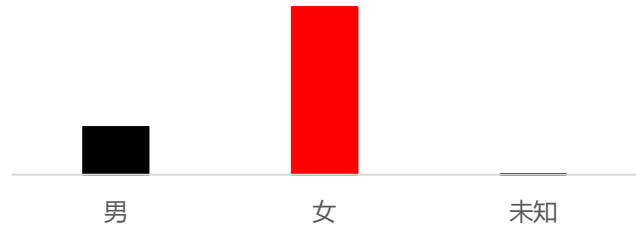


一线，新一线，二线 **占比超60%**，是主要分布地区

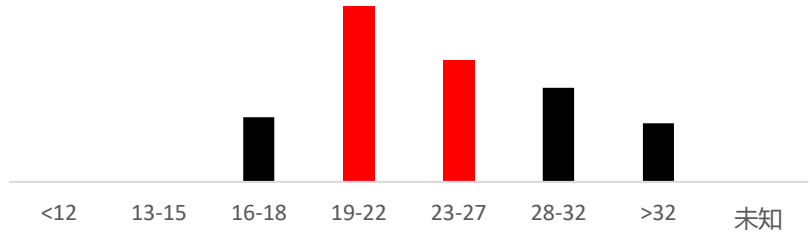


数码科技类目

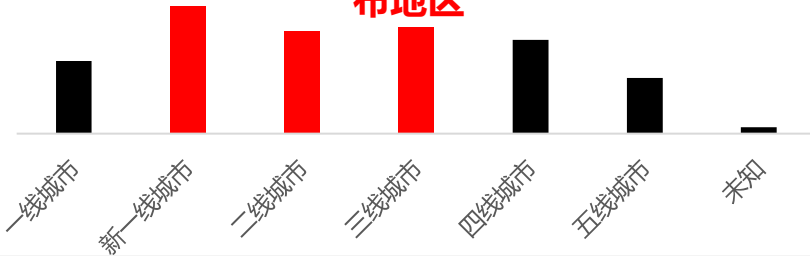
女性用户 **占比超77%**，男性也有一定的关注



19-27岁用户 **占比超56%**，是科技数码的主力军



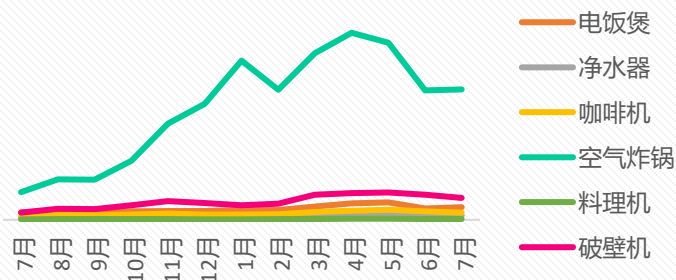
新一线，二线，三线城市用户 **占比超60%**，是主要分布地区



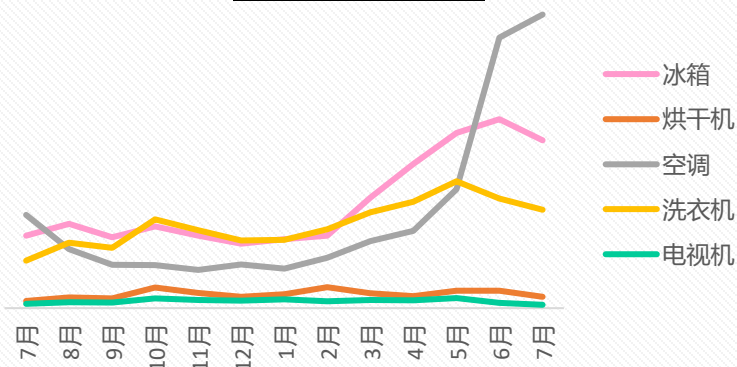
小红书3C行业品类搜索量趋势-2021.7-2022.7

目前大盘更新到2022年7月；厨房小电和厨房小电中**空气炸锅**与**洗碗机**占主要搜索量，其余各品类搜索量趋势稳定；生活大电和生活小电除空调外各品类均有不同程度下滑；个人护理品类**脱毛仪**搜索量下落较多，**剃须刀**搜索回升；数码科技类产品搜索增速稳定，**耳机**搜索增速较高。

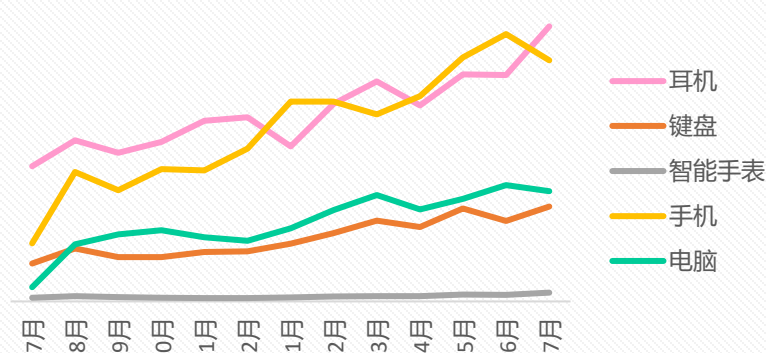
厨房小电



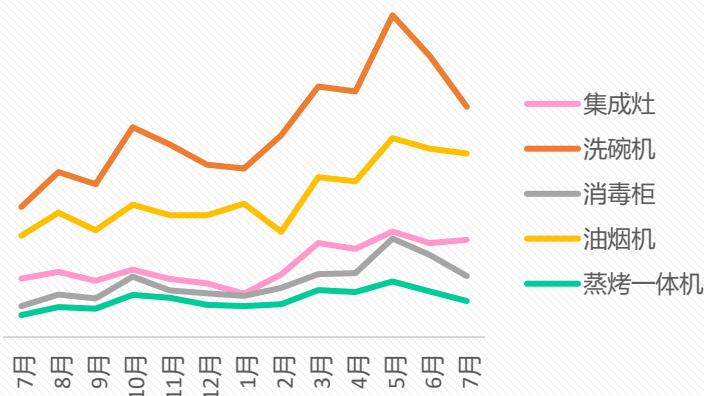
生活大电



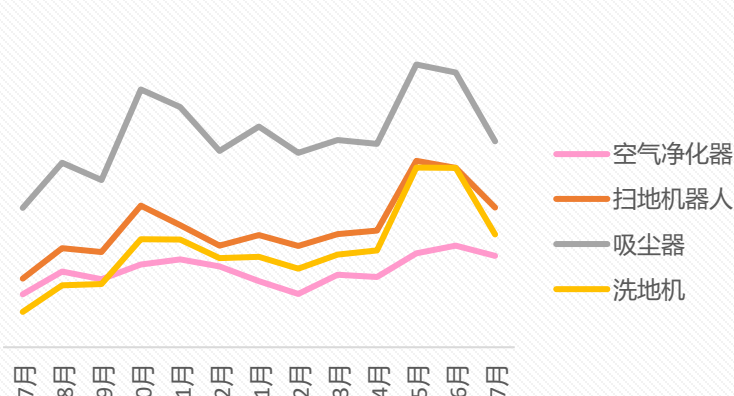
数码科技



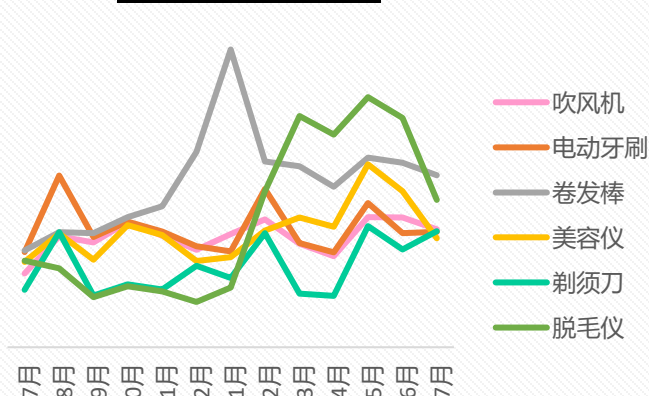
厨房大电



生活小电



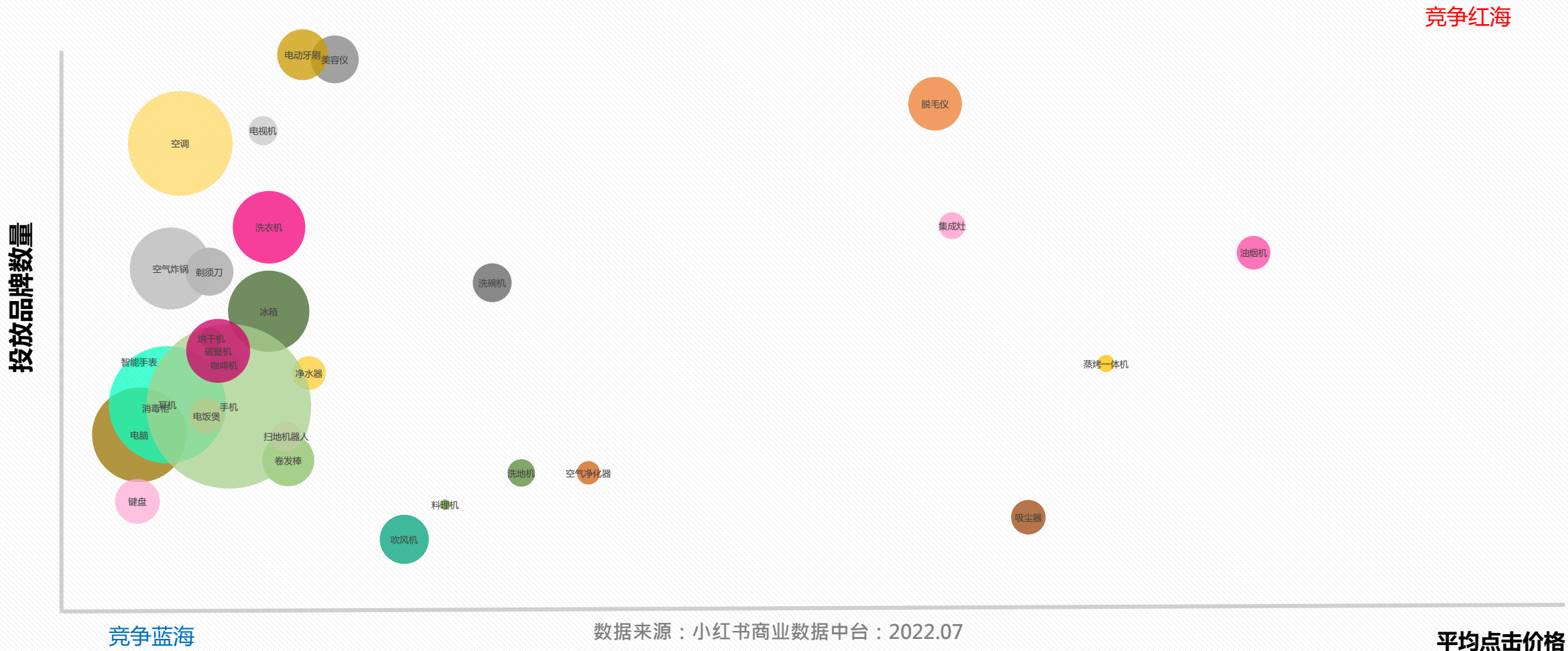
个人护理

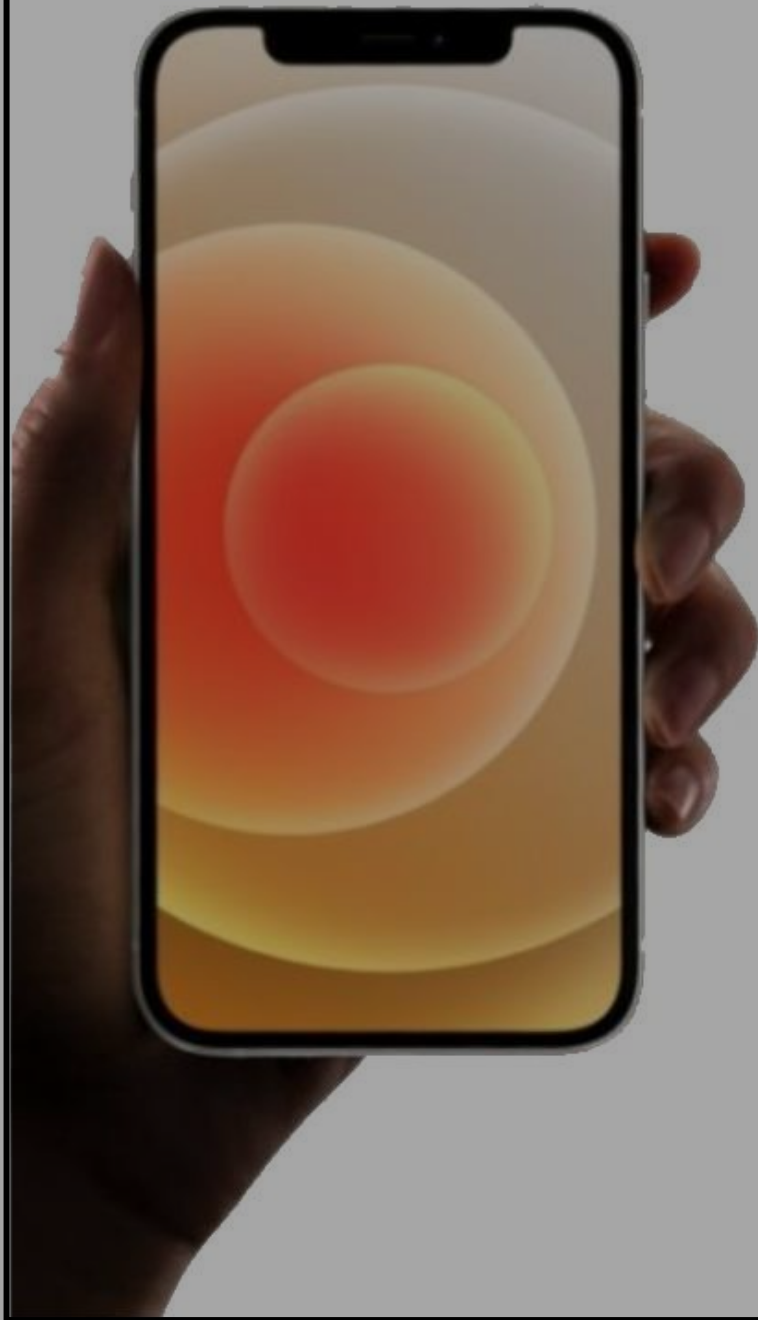


数据周期：2022.7.01-2022.7.31

竞争格局：2022年7月3C行业竞争概况

智能手机、咖啡机、破壁机、冰箱、净水器、卷发棒、扫地机器人、键盘、烘干机、耳机、电脑、消毒柜、智能手表、手机处于**机会蓝海**，竞争压力相对较小；空气炸锅、剃须刀、洗衣机、空调、电视机、电动牙刷、美容仪入局企业增加；洗碗机、吹风机、料理机、洗地机、空气净化器竞争压力不大，但竞争成本较高；脱毛仪、集成灶、油烟机、蒸烤一体机、吸尘器竞争激烈，处于**风险红海**。7月总体而言，小红书整个3C行业的品类竞争程度变化较大，但大部分品类依旧处于**红利期**。





细分品类排名

生活小电品类TOP搜索热词

7月生活小电中，空气净化器，扫地机器人，洗地机，吸尘器品类声量最高的品牌依次是：小米、石头、添可、戴森

空气净化器top热词



扫地机器人top热词



洗地机top热词

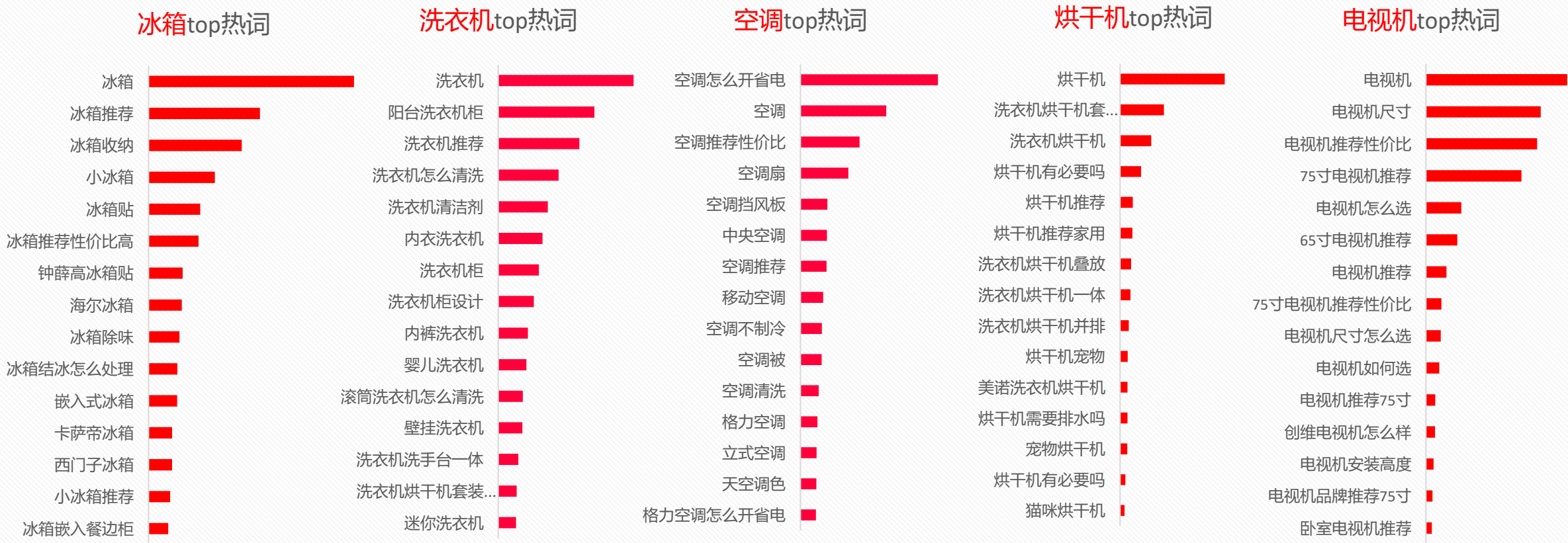


吸尘器top热词



生活大电品类TOP搜索热词

7月生活大电中，冰箱，洗衣机，空调，烘干机，电视机品类声量最高的品牌依次是：海尔、小天鹅、格力、美诺、创维



厨房小电品类TOP搜索热词

7月厨房小电中，空气炸锅，破壁机，咖啡机，净水器，电饭煲品类声量最高的品牌依次是：九阳、九阳、德龙、史密斯、小米

空气炸锅top热词



破壁机top热词



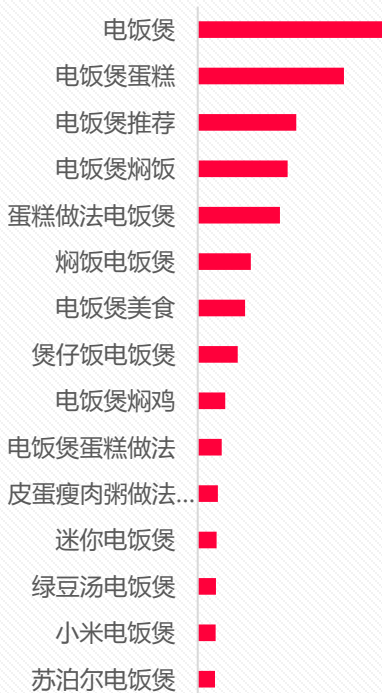
咖啡机top热词



净水器top热词



电饭煲top热词



厨房大电品类TOP搜索热词

7月厨房大电中，集成灶，油烟机，消毒柜，洗碗机，蒸烤一体机品类声量最高的品牌依次是：火星人、方太、小白熊、西门子、凯度

集成灶top热词



油烟机top热词



消毒柜top热词



洗碗机top热词



蒸烤一体机top热词



数码科技品类TOP搜索热词

7月数码科技中，耳机，电脑，手机，键盘，智能手表品类声量最高的品牌依次是：苹果、苹果、华为、苹果、华为

耳机top热词



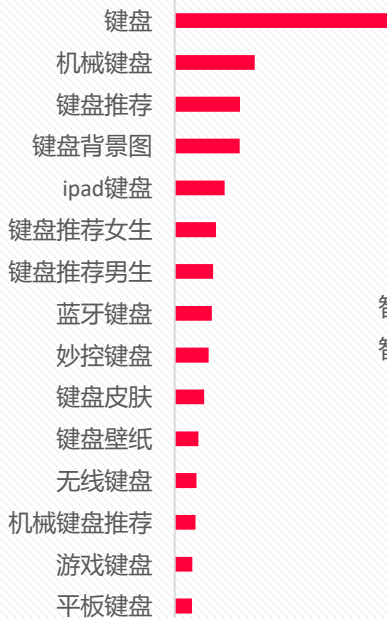
电脑top热词



手机top热词



键盘top热词

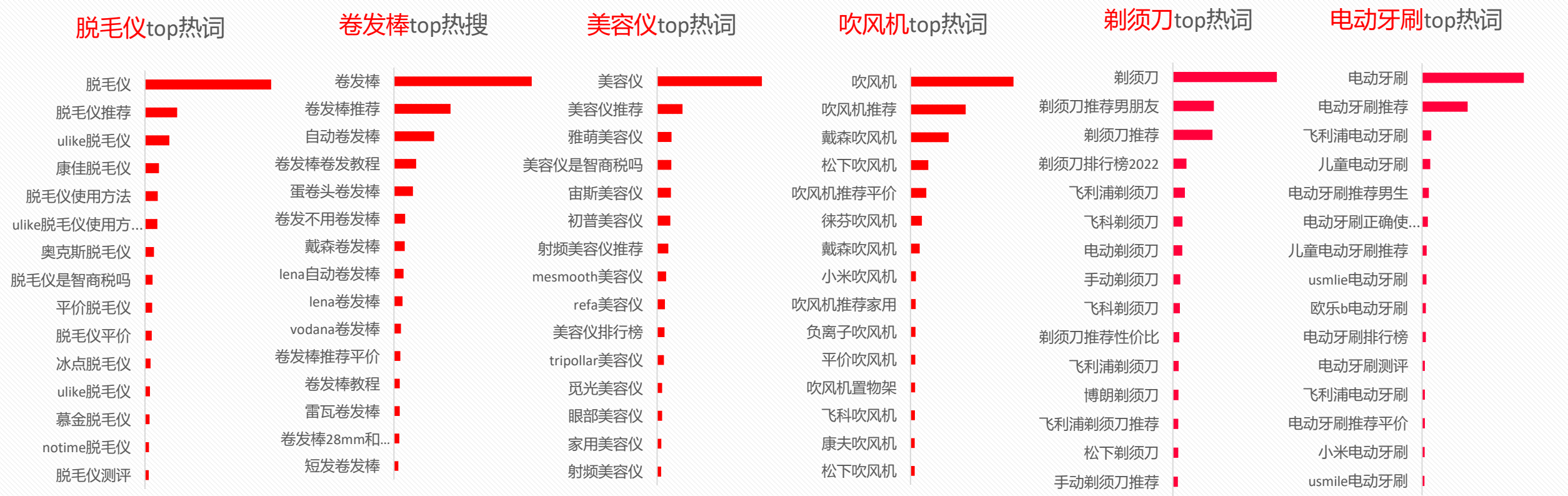


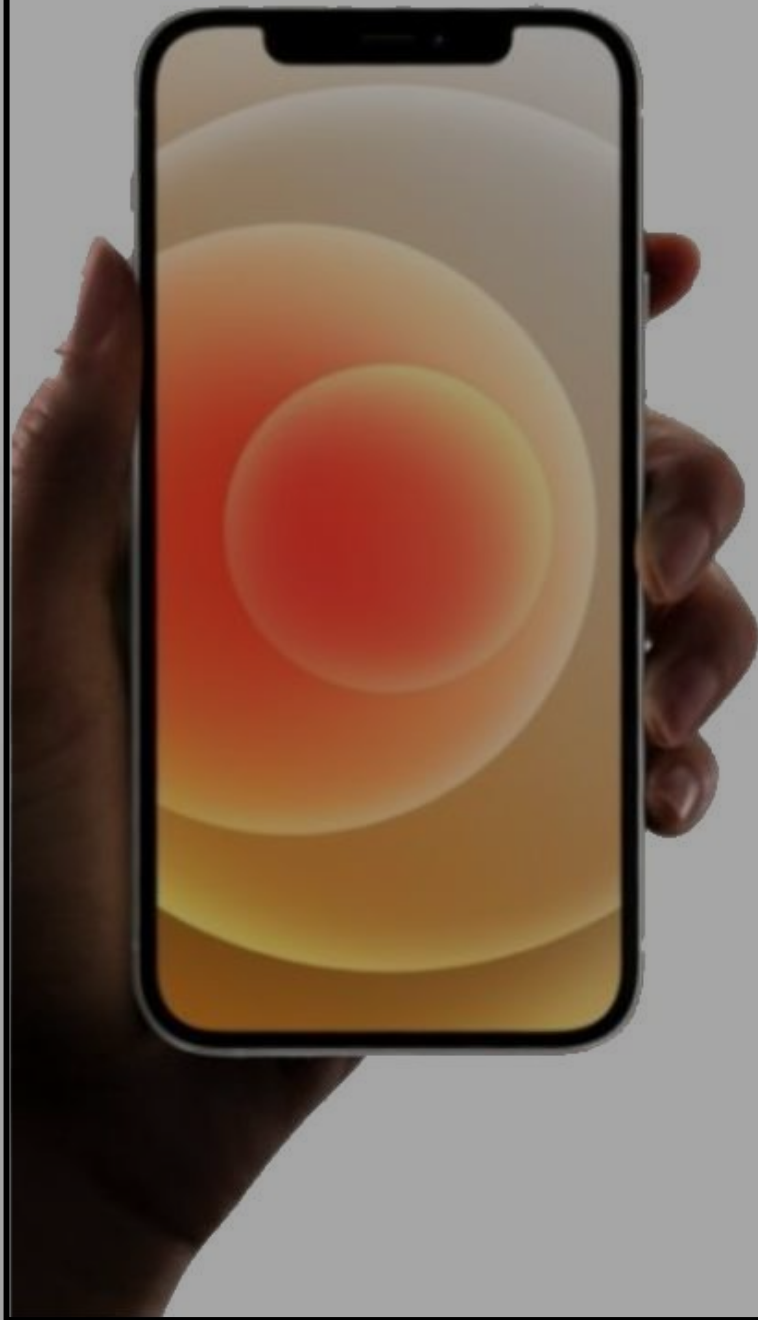
智能手表top热词



个人护理品类TOP搜索热词

7月个人护理中，脱毛仪，卷发棒，美容仪，吹风机，剃须刀，电动牙刷品类声量最高的品牌依次是：**ulike、戴森、雅萌、戴森、飞利浦、飞利浦**

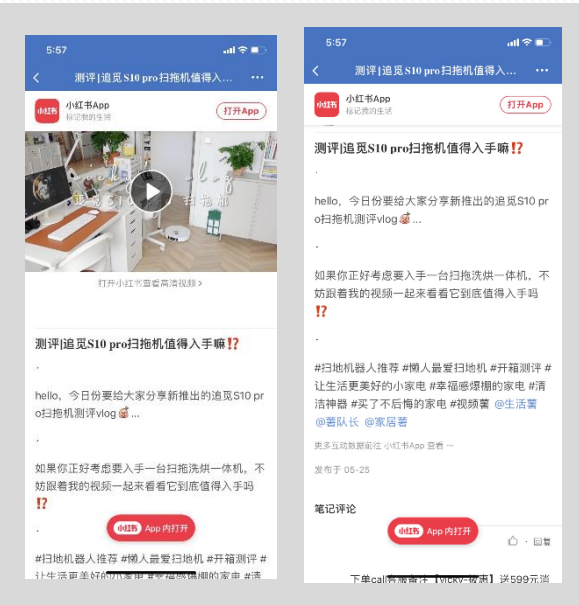
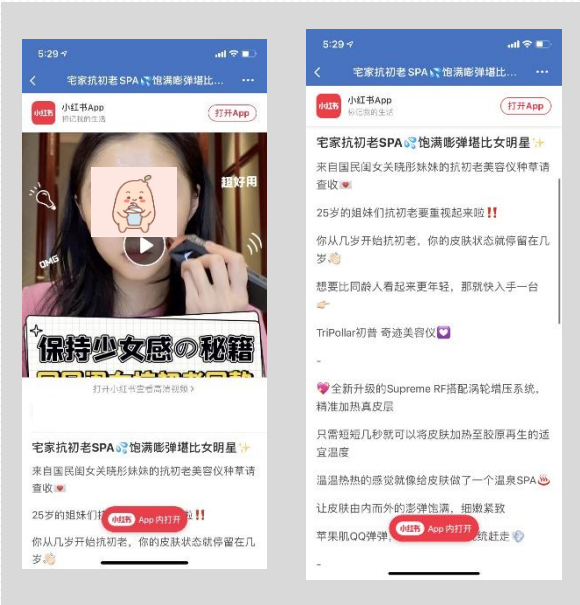
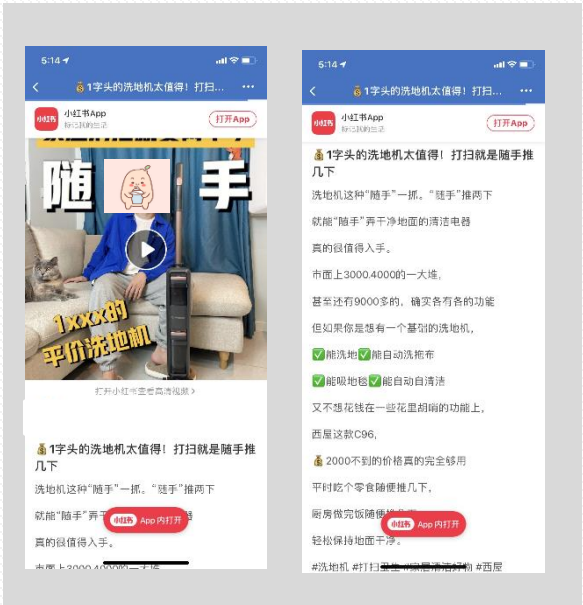




优质笔记分享

3C行业优质笔记-7月

操作演示



【首图】产品出镜+大字压图
【标题】价格吸睛+真实体验
【正文】从实际体验感出发，突出“随手”打扫清洁的便利感；与市面高价竞品进行对比，突出产品高性价比的特点，紧扣主题。

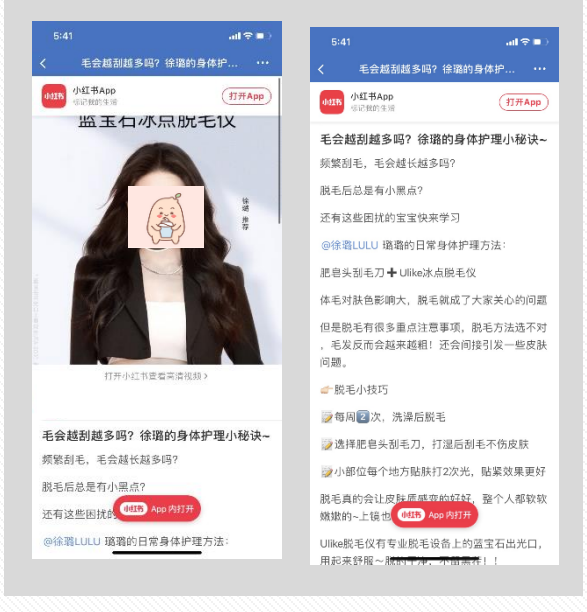
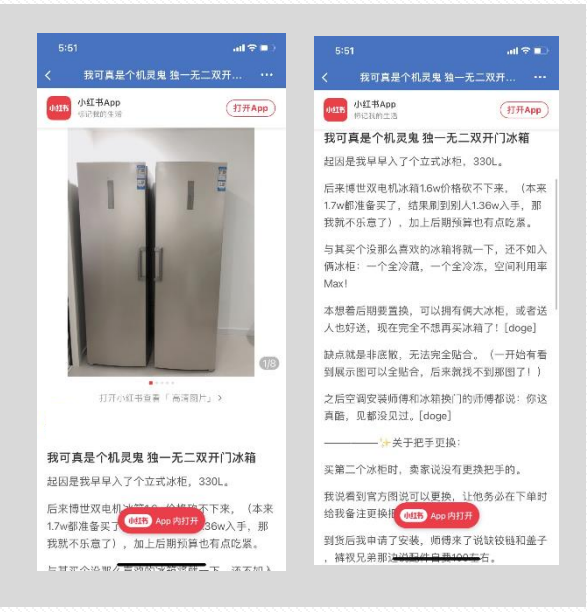
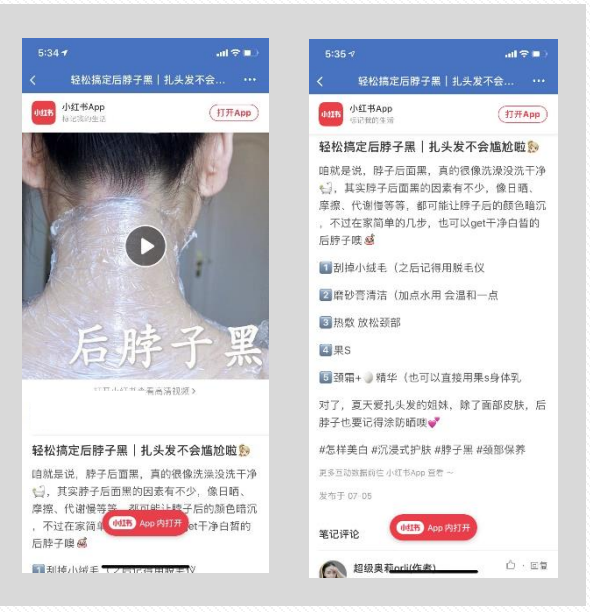
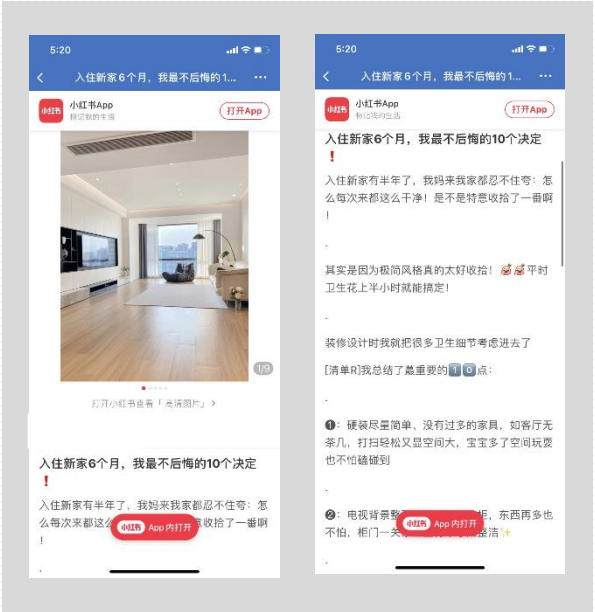
【首图】明星出镜+功能卖点
【标题】“女明星”吸睛+产品功效
【正文】以明星作为产品背书，强调抗初老的重要性，搭配产品实际功能点突出使用感受，提高用户种草心智。

【首图】产品出镜+家居场景
【标题】产品名称+测评疑问吸睛
【正文】以真实测评及亲身体验为出发点，提升内容真实感。从3D立体避障系统、LDS激光雷达、强劲吸力等功效点进行演示和讲解，全面展示产品功能。

【首图】产品名+质疑点
【标题】产品名+测评吸睛
【正文】从150天的真实使用心得出发，增强用户信任感，结合产品功能卖点测评，对比效果突出产品功效，培养用户种草心智。

3C行业优质笔记-7月

真实体验



【首图】家居场景
【标题】“不后悔”吸睛
【正文】以家装建议为主线，分段陈述10条经验之谈，突出真实感，拉近与用户的距离，搭配对比图突出产品功能卖点。

【首图】使用场景+大字压图
【标题】击中“脖子黑”痛点
【正文】分步骤阐述如何解决后脖子黑的问题，自然植入产品功能卖点，以真实使用的视角为切入点，清晰全面地展示产品功效。

【首图】产品全貌露出
【标题】产品类型+自夸吸睛
【正文】以真实用户视角阐述从购买到使用的感受，用数据直观讲述产品容量及价格，图片真实无滤镜，更加具有真实感和说服力

【首图】明星出境+产品名大字
【标题】产品疑问点+明星吸睛
【正文】从消费者疑虑点出发，引入明星身体护理干货，自然植入产品，在护理教程中全面展现产品功效点，打消用户疑虑。

2022年度

小红书

标记我的
生活

3 C 行业月报

期待携手共赢！

小红书