

2022年度

小红书

小红书商业化
助力每一个好产品生长

家居家装行业月报

2022.8月

Chā Jī
侘寂元素
Wabi-Sabi Elements

小红书



目录

CONTENTS

Part 1 行业人群画像

Part 2 行业大盘数据回顾

Part 3 行业效果广告洞察

行业人群画像

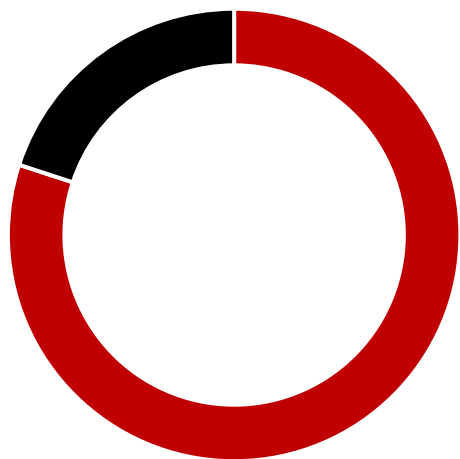


家居家装行业人群画像

小红书



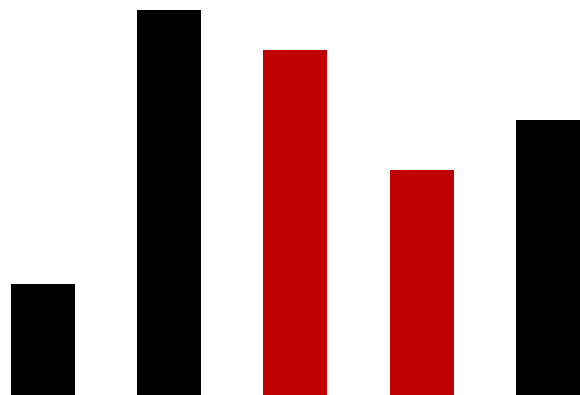
女性用户占比80%



■ 女 ■ 男



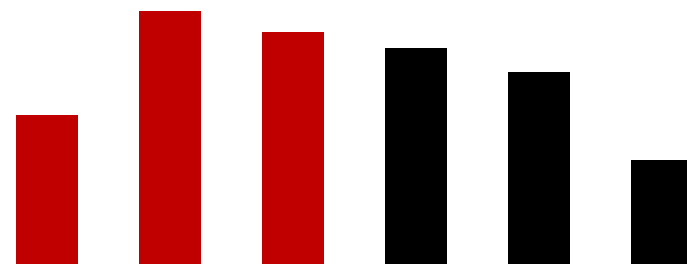
24-32岁用户占比43%



■ < 18 ■ 18-23 ■ 24-28 ■ 29-32 ■ > 32



一二线城市用户占比55%



■ 一线城市 ■ 新一线城市 ■ 二线城市
■ 三线城市 ■ 四线城市 ■ 五线城市

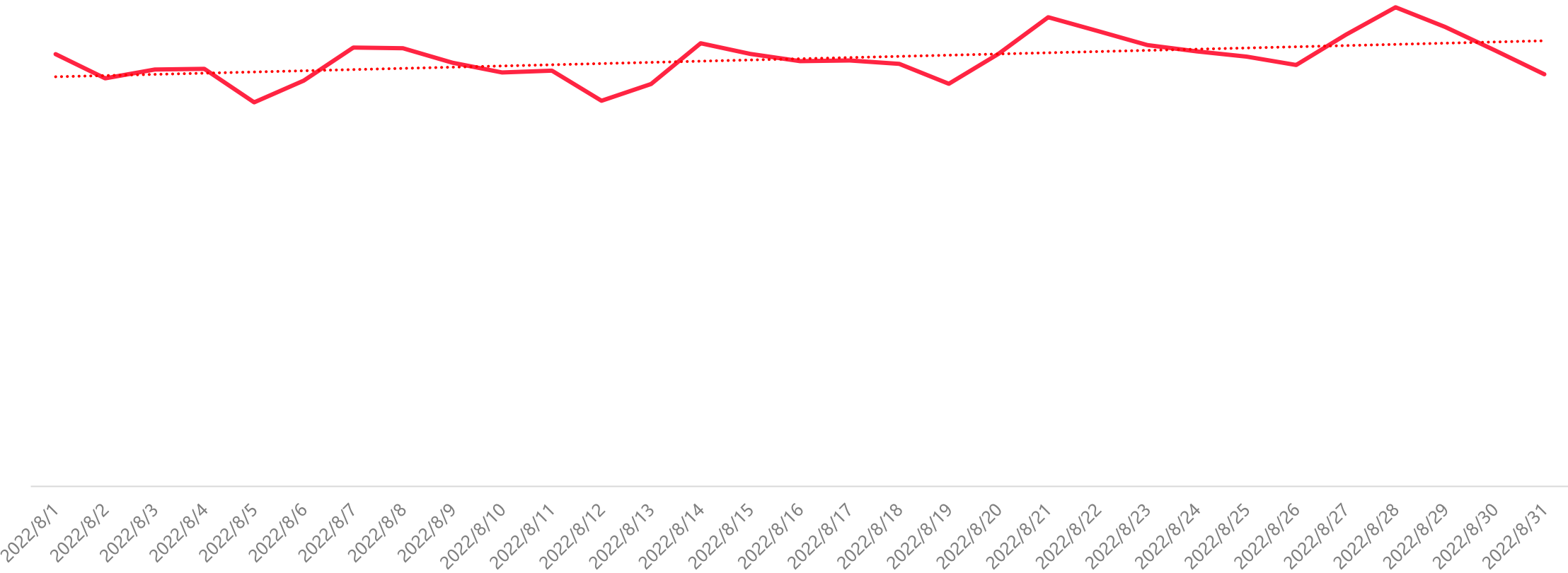
行业大盘数据回顾



行业大盘检索量



➤ 八月检索量整体上涨趋势，周末会有流量小高峰。

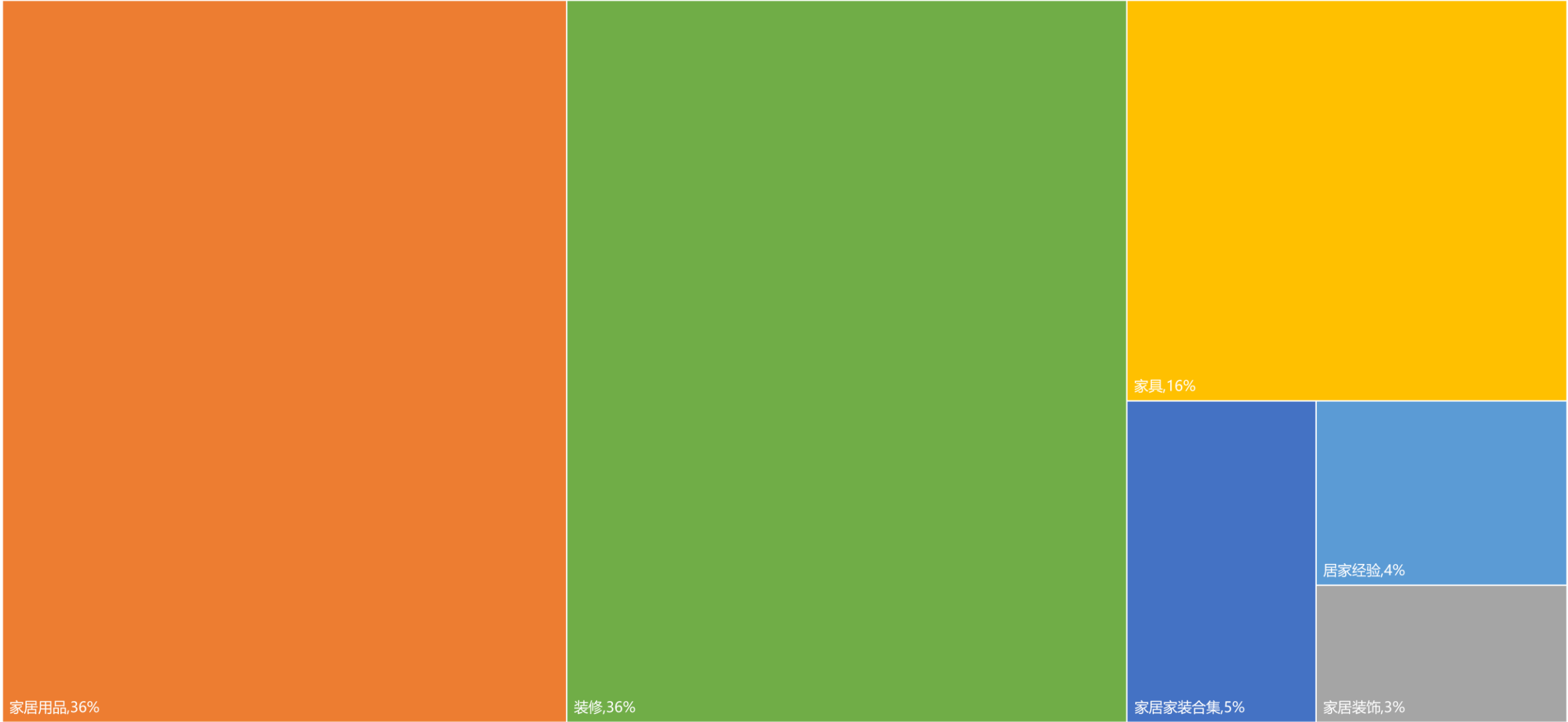


* 数据来源：小红书商业数据中台，2022/8/1-8/31

行业效果广告洞察



细分类目搜索量占比

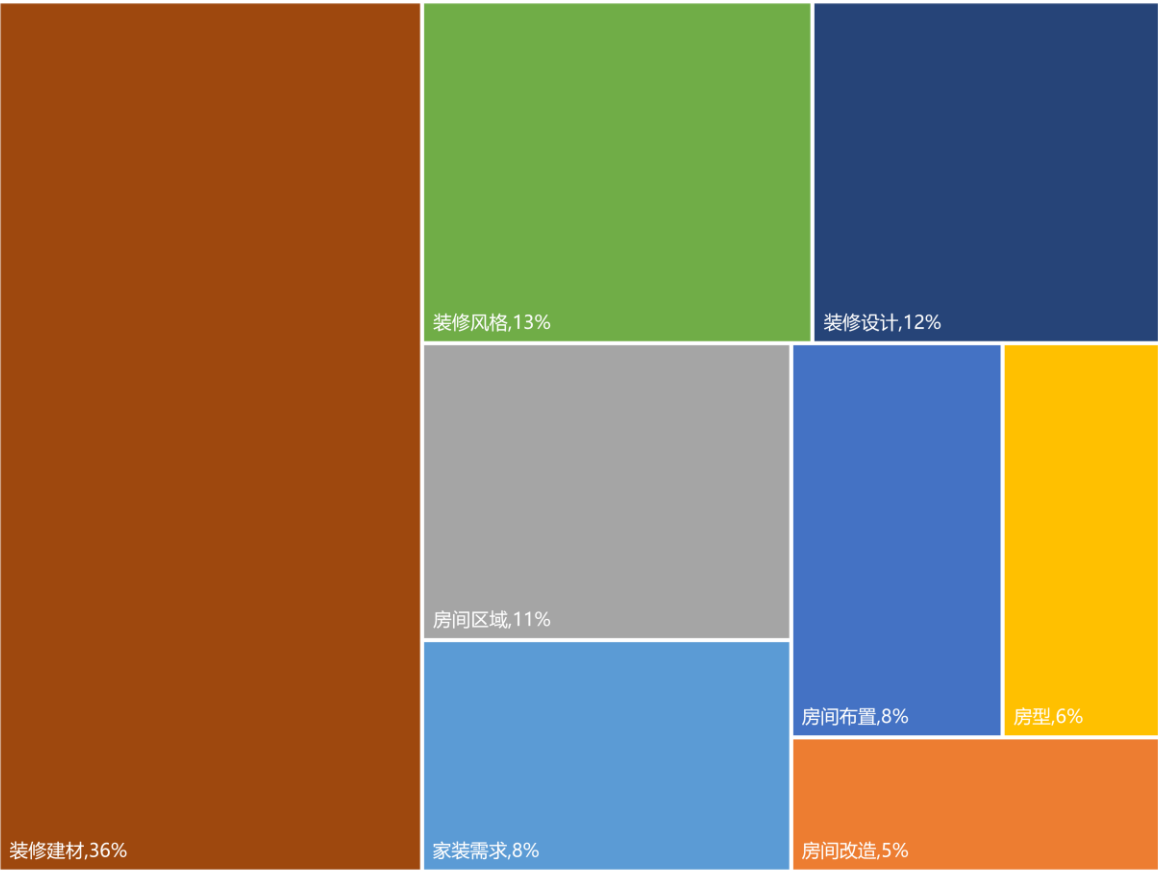


* 数据来源：小红书商业数据中台，2022/8/1-8/31

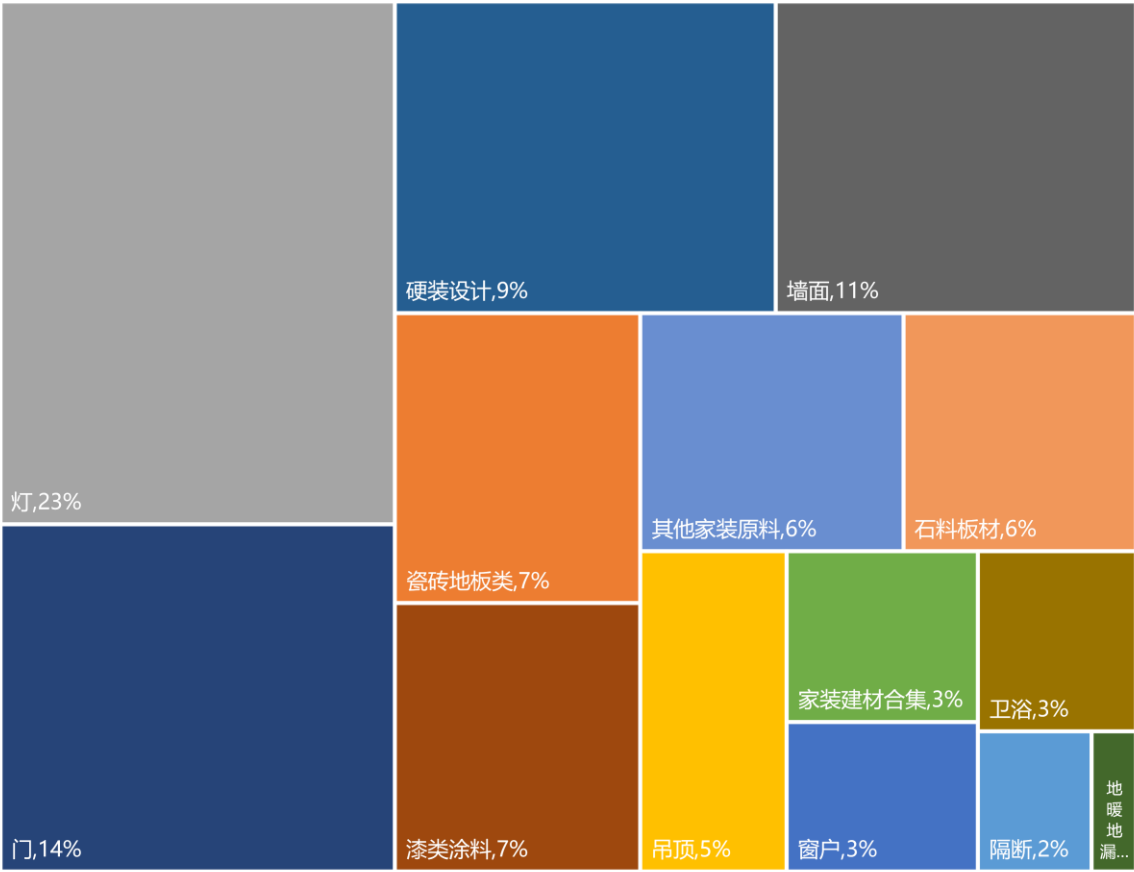
装修行业分词性搜索量占比

小红书

装修需求词类占比



装修建材词类占比

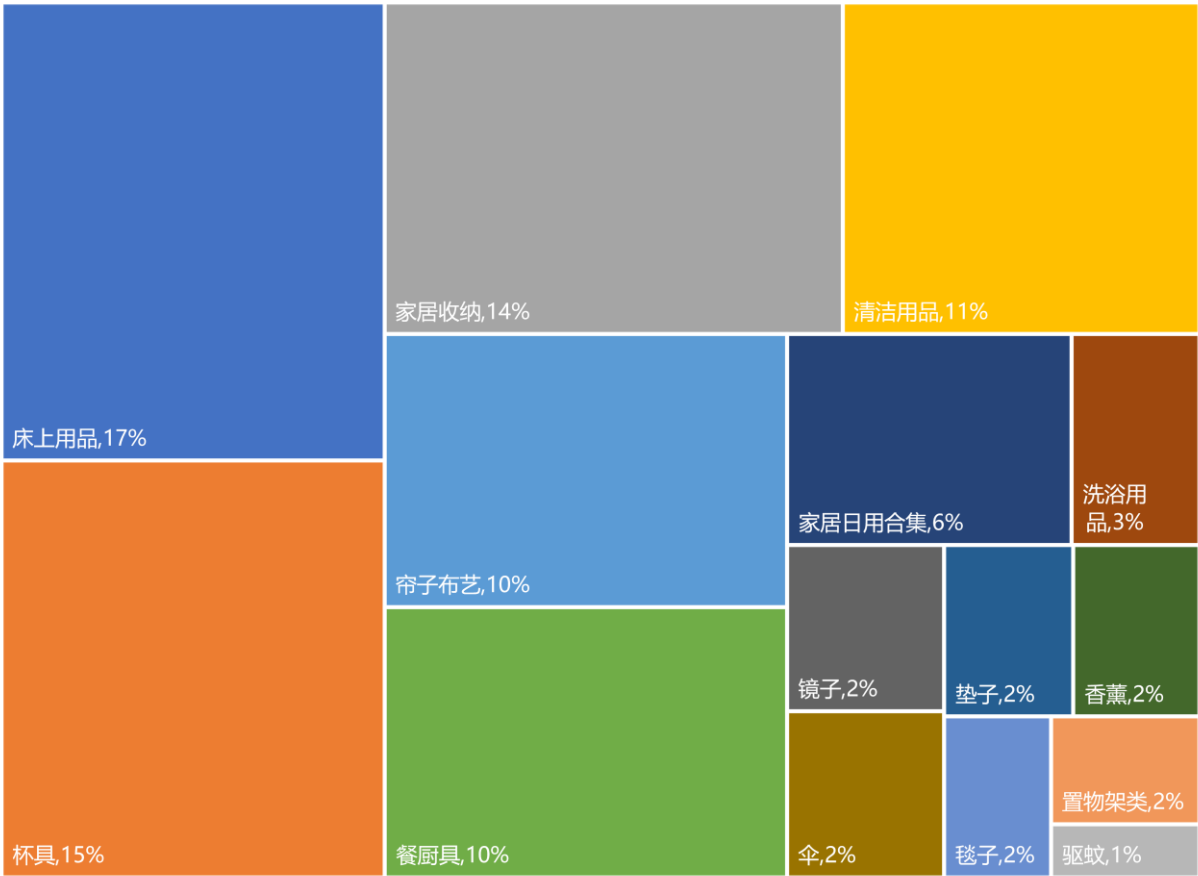


* 数据来源：小红书商业数据中台，2022/8/1-8/31

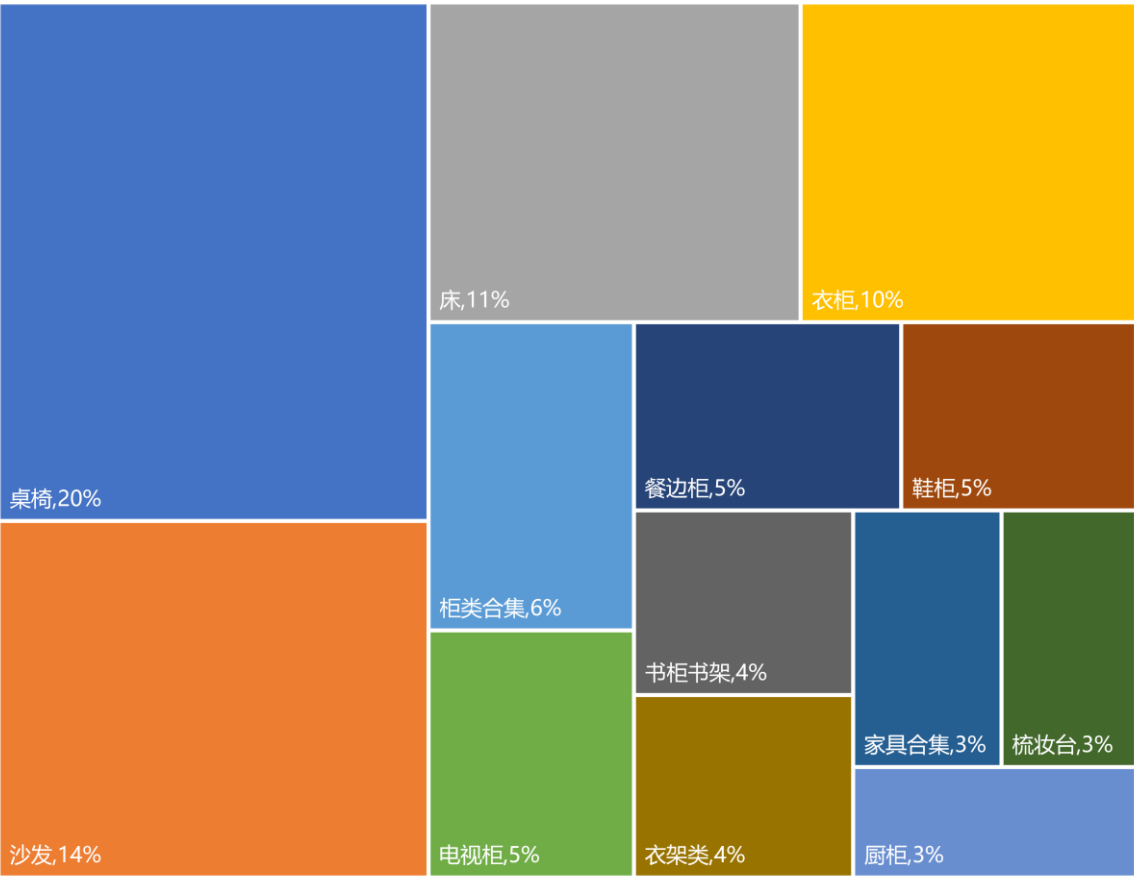
家居用品家具行业搜索量占比

小红书

家居用品占比



家具词类占比

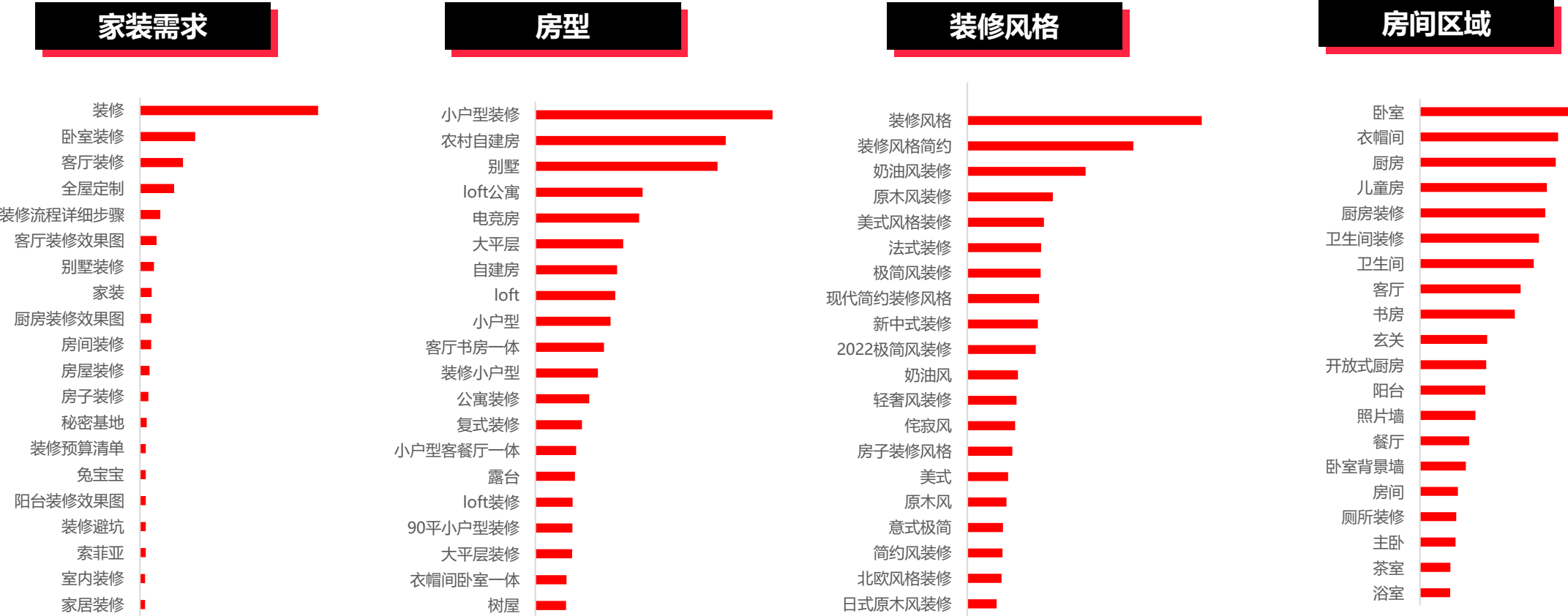


* 数据来源：小红书商业数据中台，2022/8/1-8/31

装修细分属性Top搜索词



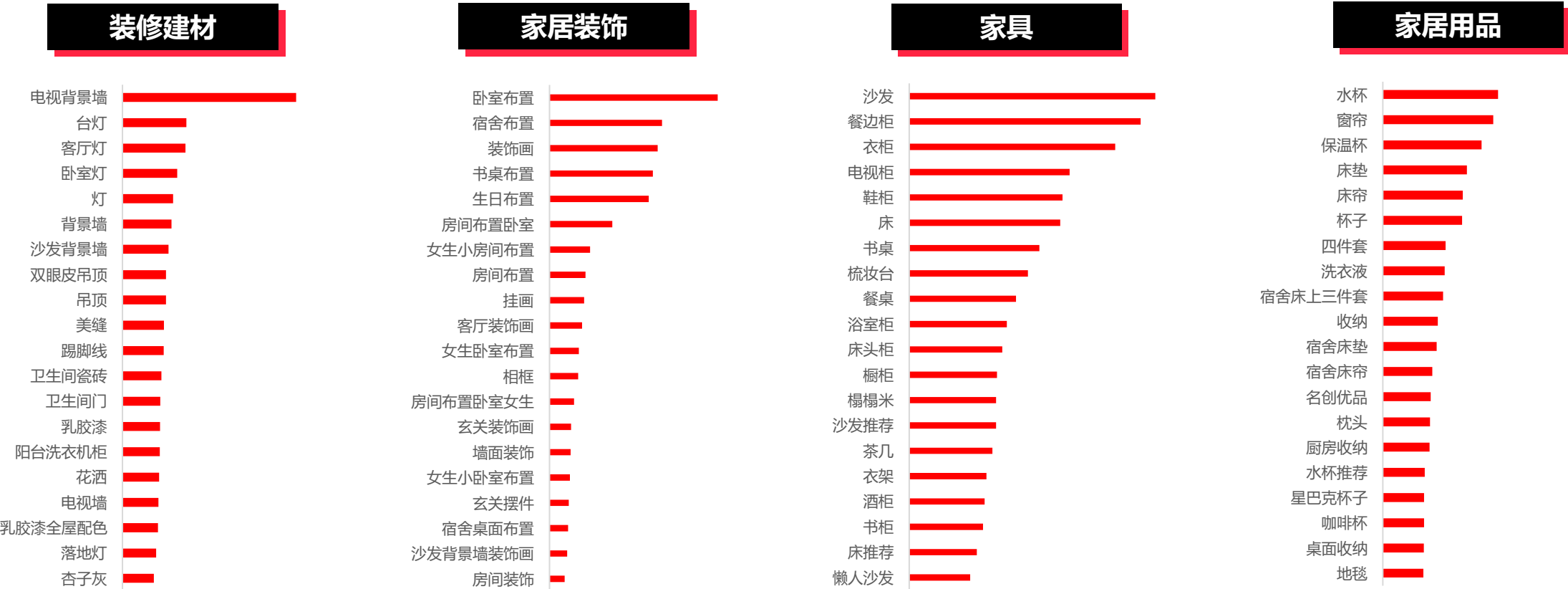
- 家装需求词的检索量主要集中在“**装修、卧室装修、全屋定制**”等上，用户对“**效果图**”类词给予了较多关注；房型上“**小户型装修、农村自建房、别墅**”仍位于用户检索前列。
- 风格词上，**简约、奶油风、原木风**热度不减；**房间区域上，卧室、衣帽间和厨房**的搜索量较靠前。



* 数据来源：小红书商业数据中台，2022/8/1-8/31

其他细分行业Top搜索词

- 装修建材方面，用户整体的检索量较高，其中**灯具**、**背景墙**等偏硬装设计类词汇可重点关注。
- 家居装饰上，“**布置**”和“**装饰画**”为重点检索方向；**家具**上，**沙发**、**餐边柜**、**衣柜**占据较高搜索比例；**家居用品**上，用户需求较分散。



* 数据来源：小红书商业数据中台，2022/8/1-8/31

家居行业优质物料&定向组合

小红书

前链图：



ctr 2.77% cvr 3.89%

落地页：

定向：相对精准，ctr和cvr高于大盘。

前链图：

- 图片：装修风格+大字压图，多为站内热门风格图（如原木风/简约风/轻奢风等），以“提供户型图领取装修方案”等为利益点，大字压图形式，吸引用户点击。
- 文案：非常用户视角，以“让家变大20平”这种装修需求点吸引用户点击。

落地页：

- 整体：一屏半见底，头图与前链图利益点/空间场景一致，保持连续性。

定向：多城、家具相关行业词（短语匹配）

家居行业优质物料&定向组合

小红书

前链图：



ctr 3.85% cvr 2.78%

落地页：



定向：仅上海、装修报价相关行业词（短语匹配）

定向：相对精准，ctr和cvr高于大盘，但只定向上海，曝光量级一般。

前链图：

- 图片：拼图+大字压图，多空间实景图拼图(客厅/阳台/餐厅等)或改造前后对比图拼图(改造前/改造后)，以“2022最新装修报”。
- 文案：以“2022年最新报价”或“上海各区”等利益点吸引用户。

落地页：

- 整体：两屏半见底，头图与前链图利益点/色调/空间场景一致，保持连续性。

行业优质笔记（高互动-自然流量）

小红书

家具建材类干货视频



【首图】大字压图“沙发怎么选，记住这7点”，以干货预告吸引用户点击；

【标题】首图字样配合表情标识，进一步抓住用户眼球，为后文铺垫；

【正文】真人出境解说塑造沉浸感，拉近与观众距离。沙发材质、样式选择等对比图呈现制造反差感，增强种草效果。

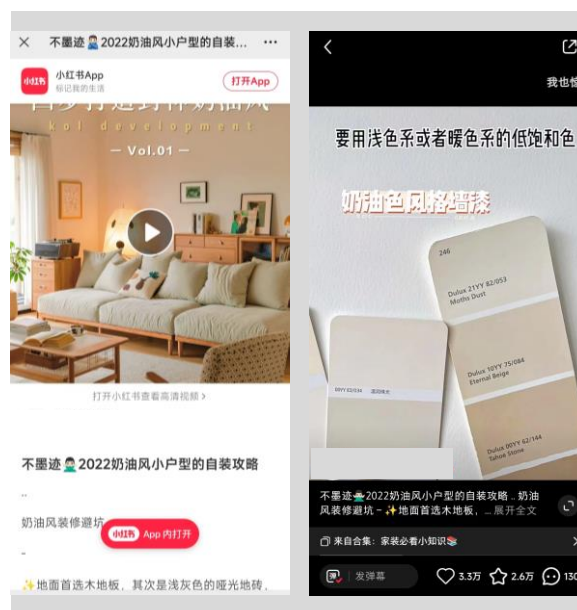


【首图】大字压图“门窗行业，猛料揭秘”设置悬念激发用户好奇心，吸引点击；

【标题】“断桥铝门窗”明确需求，“参考”“经验”等软性推荐词增强说服效果；

【正文】分四点依次介绍门窗选材和质量，对应实物视频，层次清晰且内容丰富，在一定程度上有利于推动用户互动和回搜。

装修风格教学视频



【首图】暖色系室内装修效果图营造温馨感，“奶油风”压图突出用户需求；

【标题】再次强调“奶油风”，配合“小户型”精确匹配需求人群，吸引点击；

【正文】从地板、墙面、顶面、灯光和家具展开介绍，对应效果图片，内容直接易懂，种草效果显著。

装修改造效果展示



【首图】明亮空间营造舒适氛围感，多角度视觉呈现，吸引用户点击；

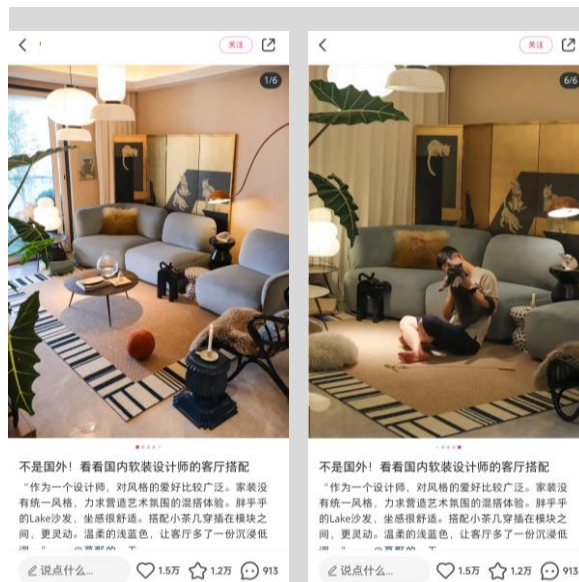
【标题】“我妈说：”给予用户情景代入感，“养老”进一步提升话题吸引力；

【正文】通过尺寸和面积等数字，直观介绍书房布置及家具选择，内容详细充实，有利于占据用户心智。

行业优质笔记（高互动-广告流量）

小红书

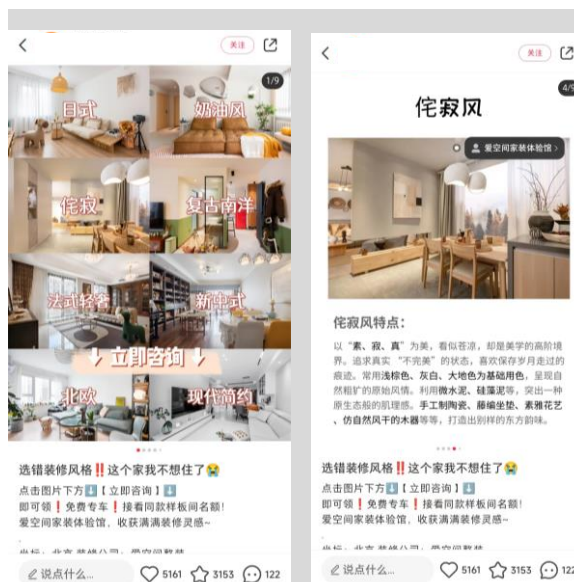
装修改造效果图展示



【首图】卧室装修图温馨大方，海报级构图赋予产品高级品质感，吸引用户点击；
【标题】“星空顶”“无主灯”“微水泥”点名装修材料，锁定目标用户群；
【正文】强调做减法，降低用户改造门槛，灯具“参数”的罗列进一步调动用户的参与意愿，利于引发后续讨论和购买。

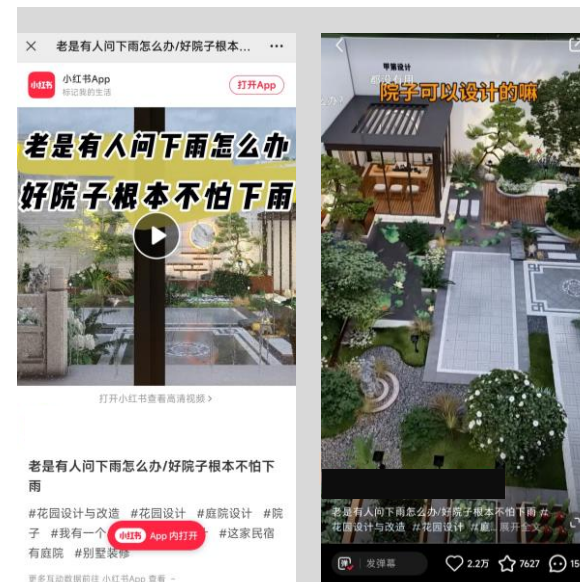
【首图】客厅布置元素丰富却不失格调，多样且统一的色彩搭配让用户眼前一亮；
【标题】“不是国外！”与首图装修风格对比制造反差，进一步吸引用户点击了解；
【正文】诗意的语言风格与年轻群体不被定义，随心而行的个性相称，在赋予家的美以新内涵的同时，实现别样的种草效果。

装修风格展示图



【首图】拼图式图片呈现搭配装修风格介绍，信息量丰富，吸引用户点击；
【标题】“选错装修风格！！”以强烈的语气吸引注意，从而引入正文内容；
【正文】全方位介绍8种装修风格的设计特点，内容详实。私信可领取专车接送名额等福利通过利益点吸引用户参与。

庭院装修介绍视频



【首图】大字压图，配合下雨场景营造故事化风格，吸引用户观看；
【标题】“好院子根本不怕下雨”点明院子这一家装区域，同时为后续内容铺垫；
【正文】语言风格化明显，内容介绍自然幽默。奠定整体诙谐基调的同时，还制造洗脑效果，利于病毒式传播。

2022年度 小红书 家居家装行业月报 期待携手共赢！

小红书商业化
助力每一个好产品生长

小红书