

2022年度

小红书 标记我的生活

珠宝配饰行业月报

2022.11月

小红书

Agenda

一.行业概览

- 1.行业搜索及高活跃用户画像
- 2.品类搜索量占比
- 3.行业搜索量趋势

二.行业广告投放概览

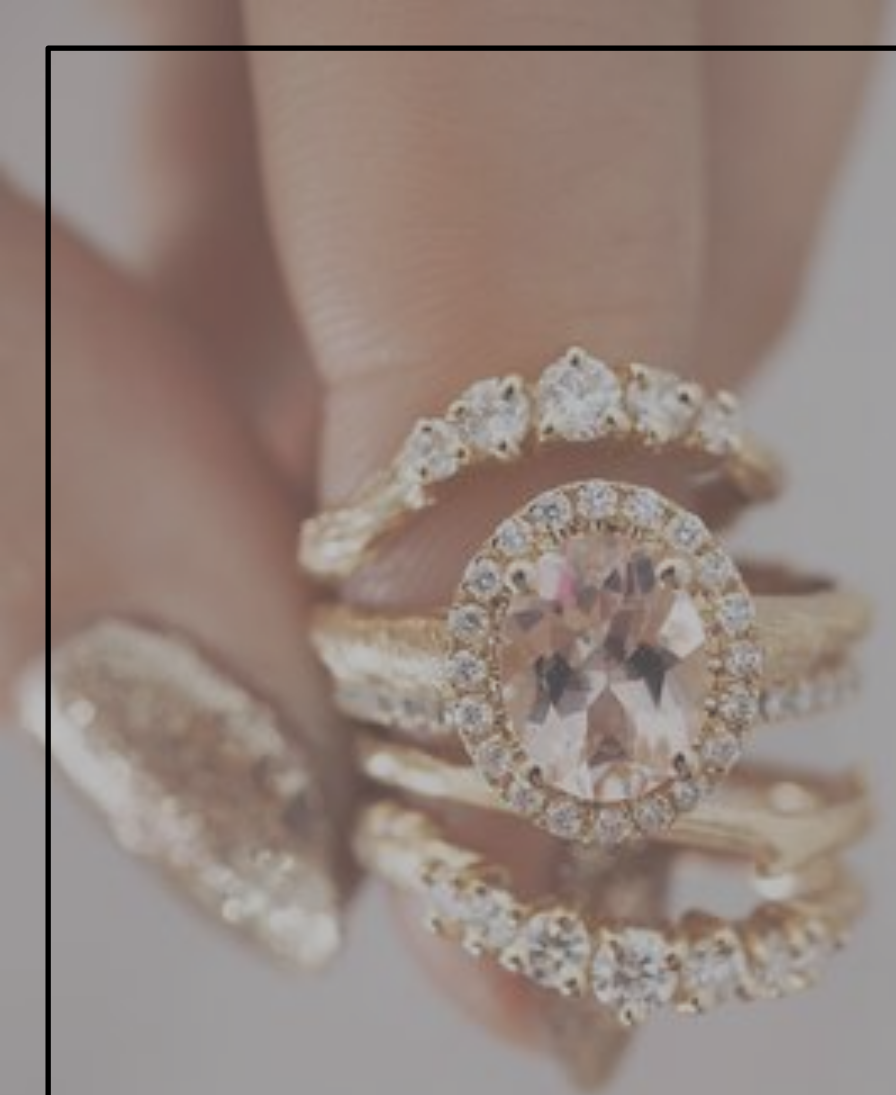
- 1.首饰（含手表）品类竞争格局
- 2.首饰材质竞争格局

三.细分品类排名

- 1.珠宝分品类TOP搜索词
- 2.手表检索趋势和TOP搜索词

四.优质笔记分享

- 1.社区优质笔记
- 2.品合优质笔记
- 3.专业号优质笔记

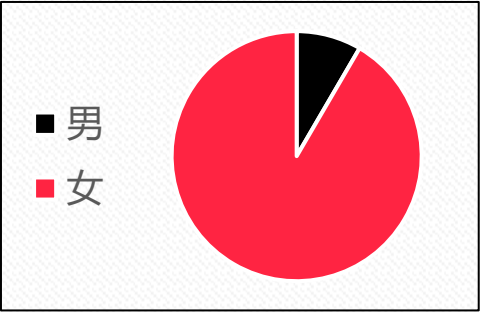


行业概览

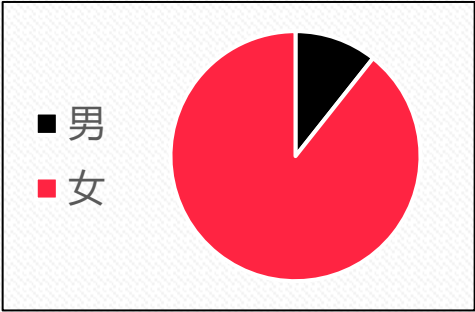
小红书首饰行业（含手表）搜索及高活跃用户画像



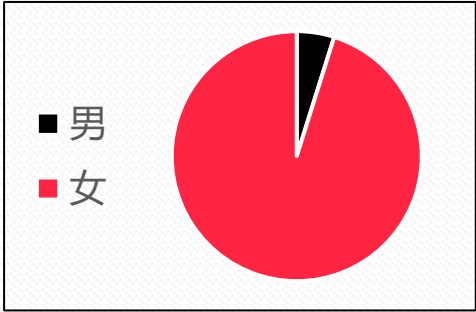
钻戒类目



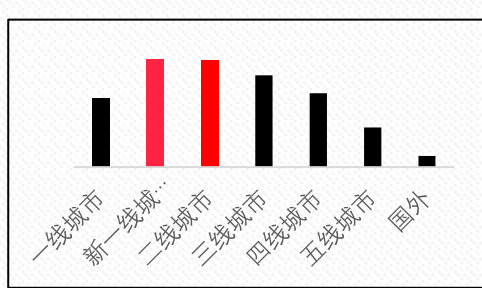
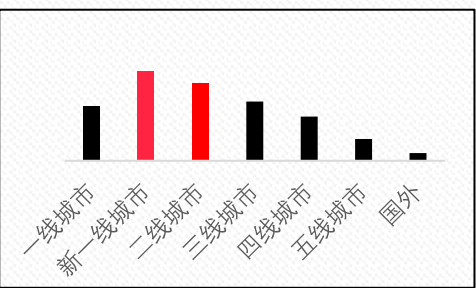
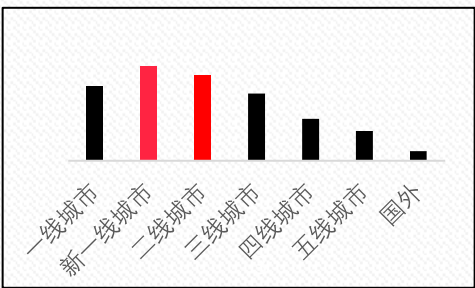
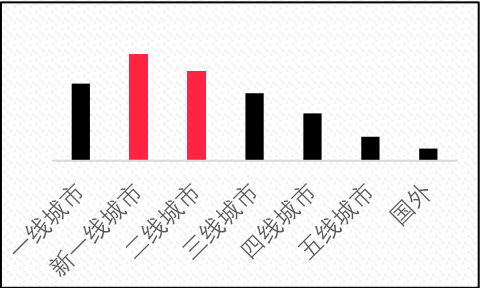
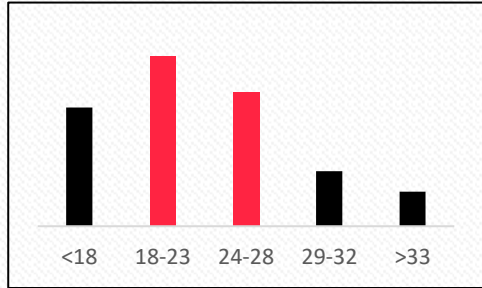
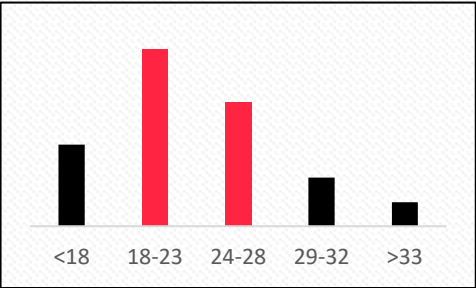
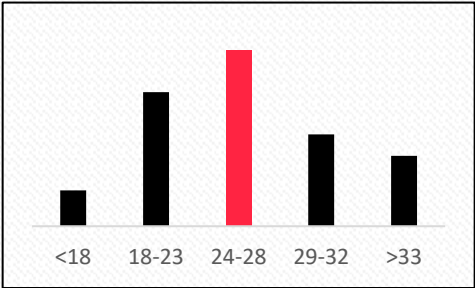
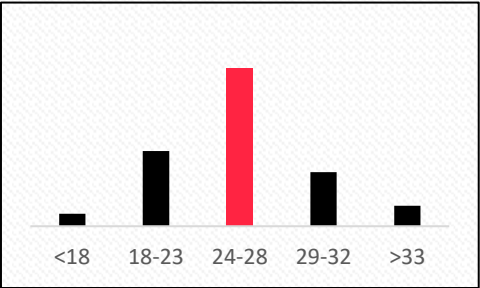
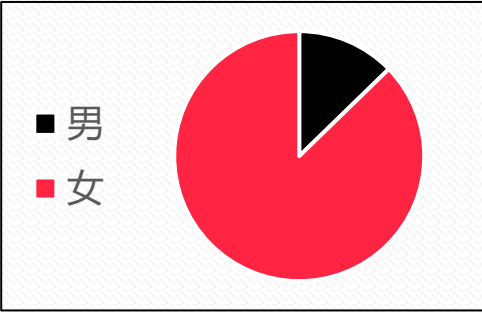
翡翠玉石类



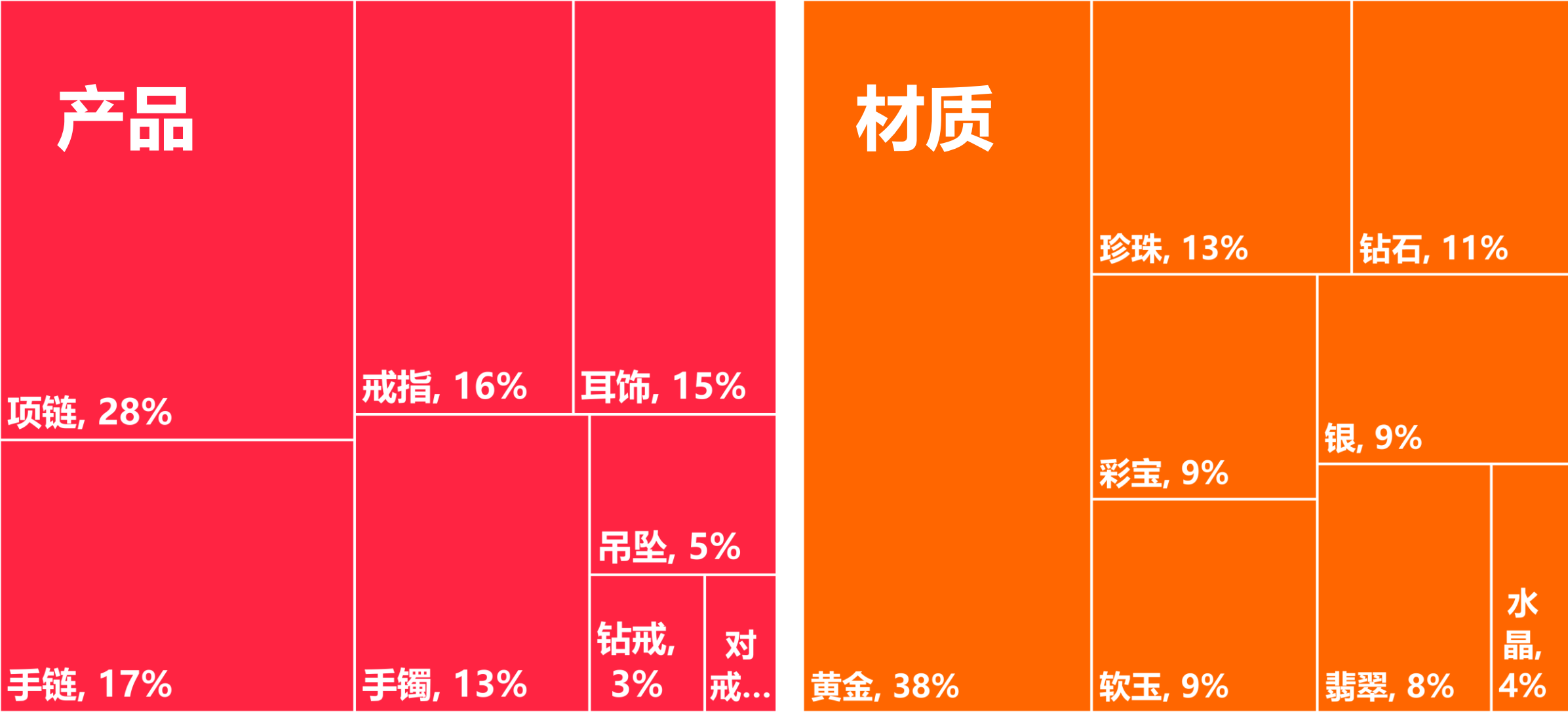
日常配饰类



手表类



小红书首饰行业品类搜索量占比-11月

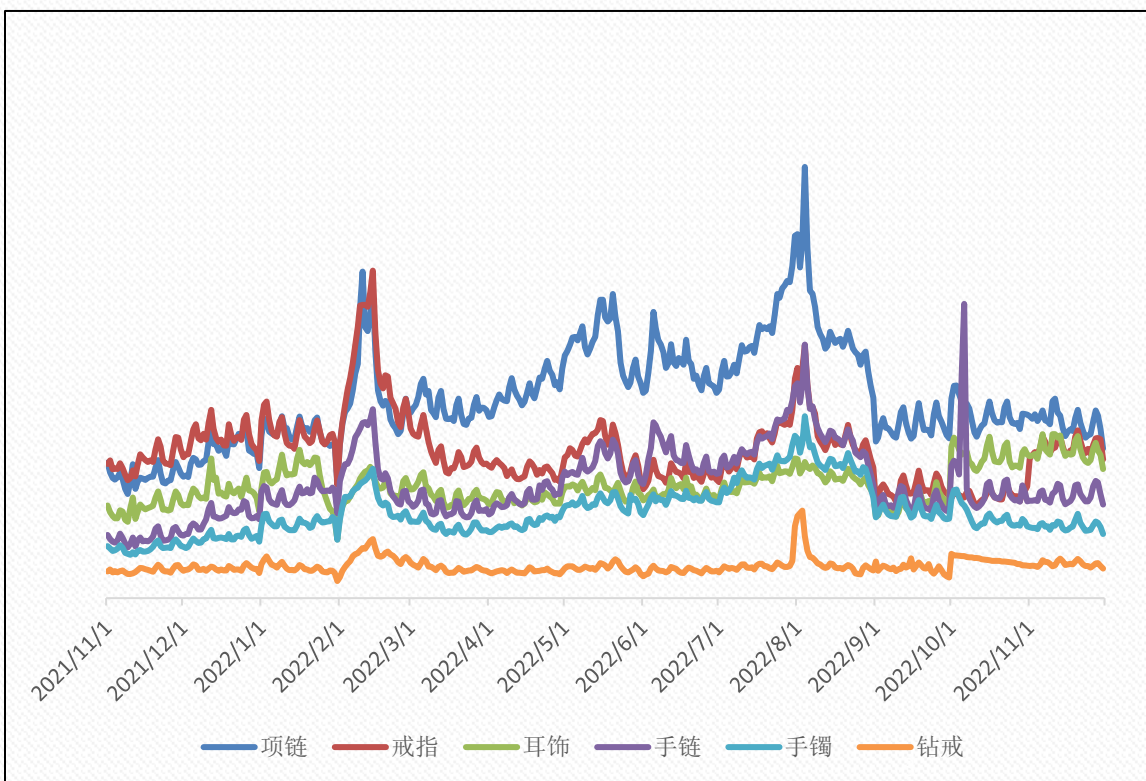


数据来源：小红书商业数据中台：2022.11

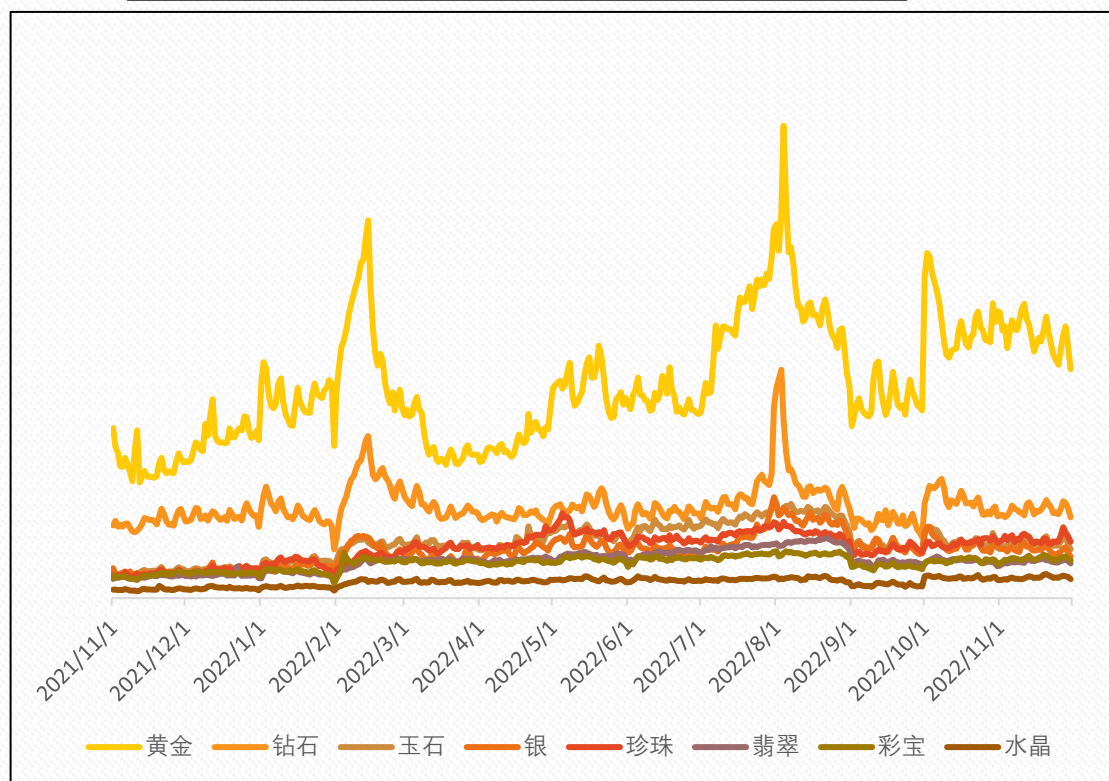
小红书首饰行业搜索量趋势-2021.11-2022.11

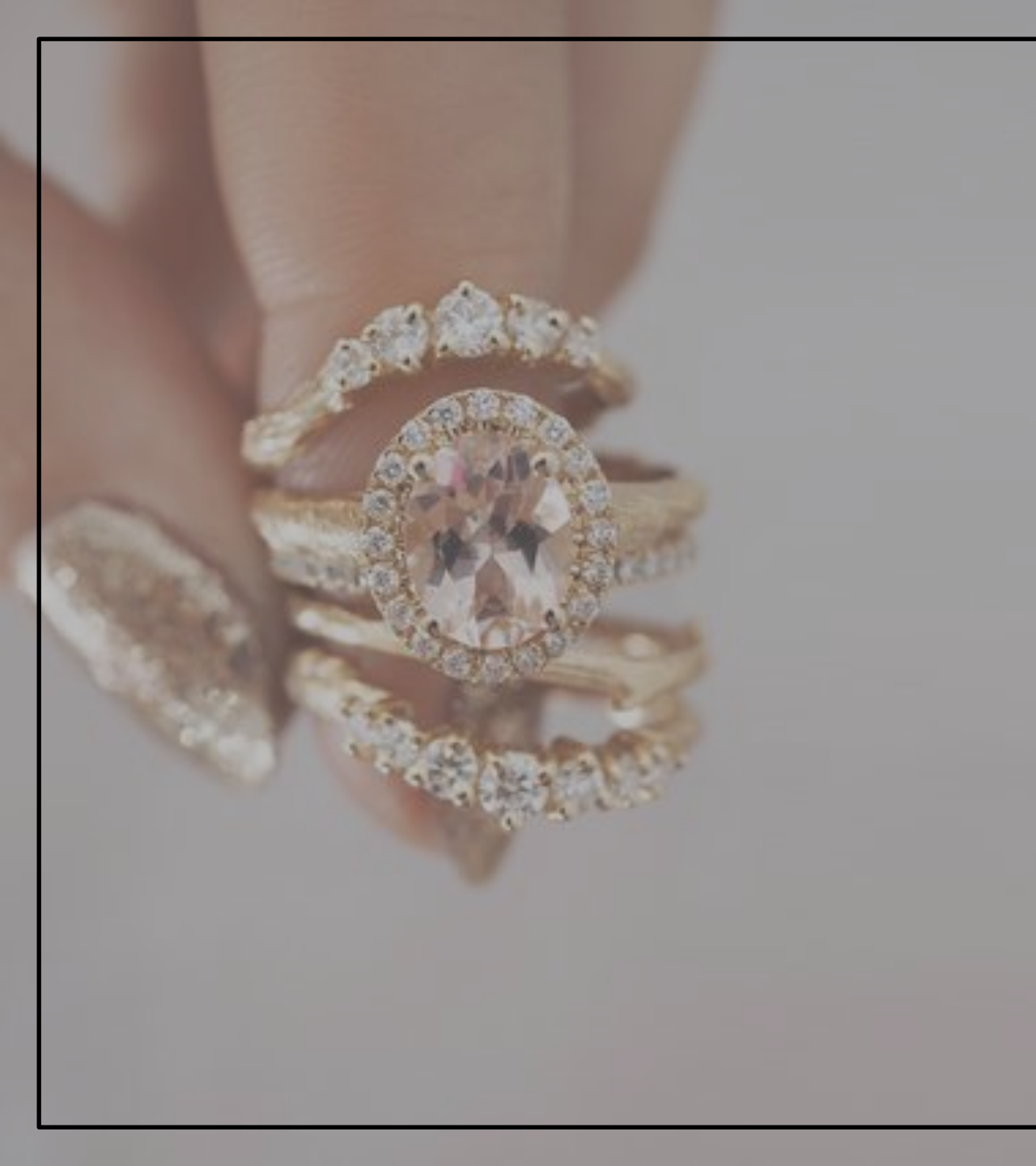
小红书珠宝配饰行业检索量整体呈持续上涨的趋势，今年的峰值分别出现在“七夕”和“情人节”。“十一”期间搜索量出现峰值，而后则有所回落；临近双旦，黄金的心智持续走强。

按品类



按材质

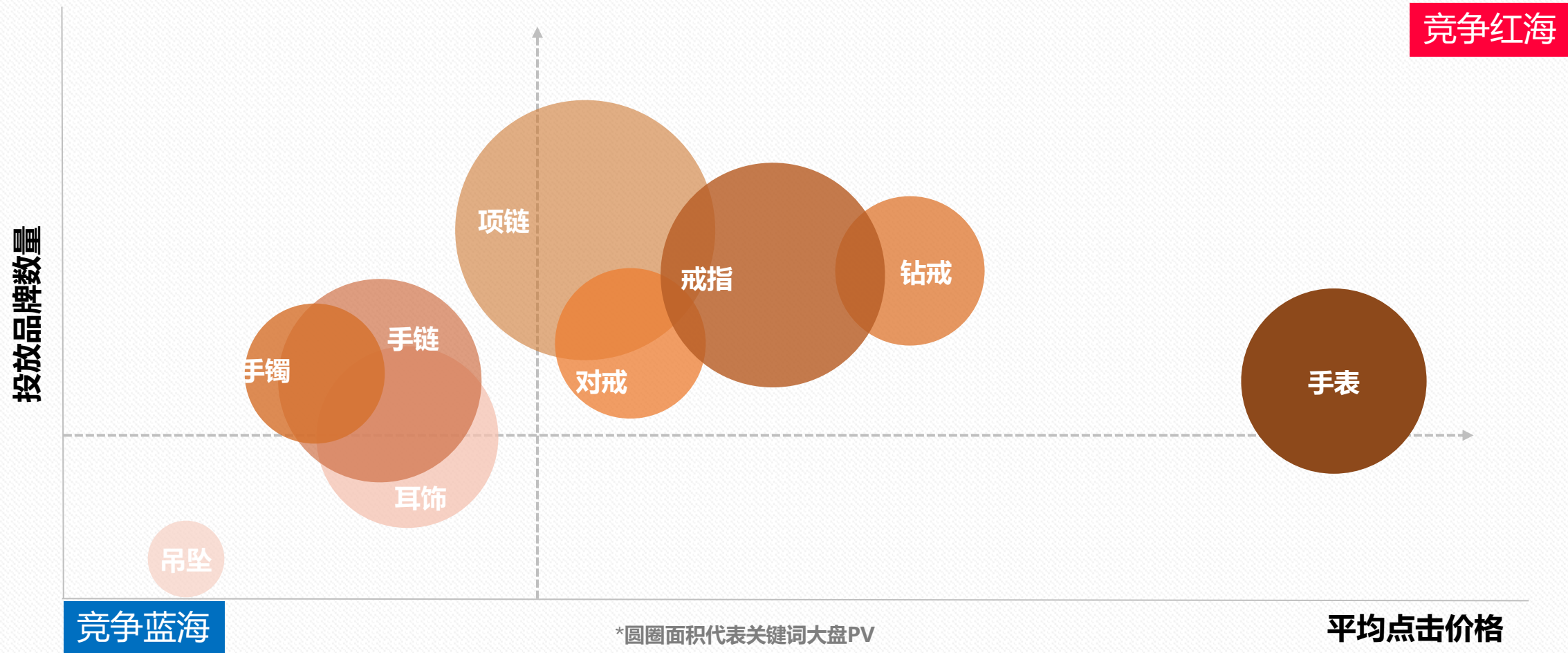




行业广告投放概览

竞争格局：2022年11月首饰行业（含手表）竞争概况

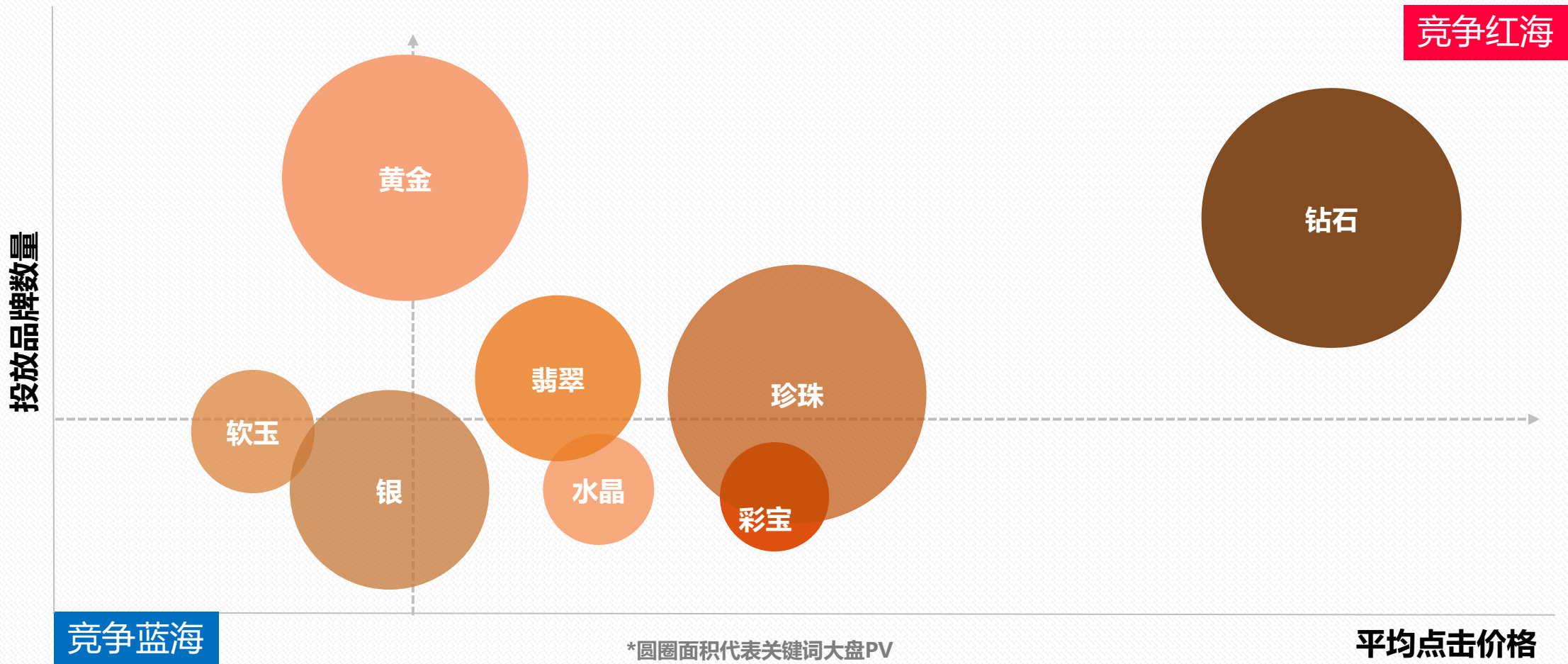
11月手表赛道竞争激烈，平均cpc提升较多；相反，其他各赛道竞争程度均有一定程度的下降，钻戒cpc下降最明显



数据来源：小红书商业数据中台：2022.11

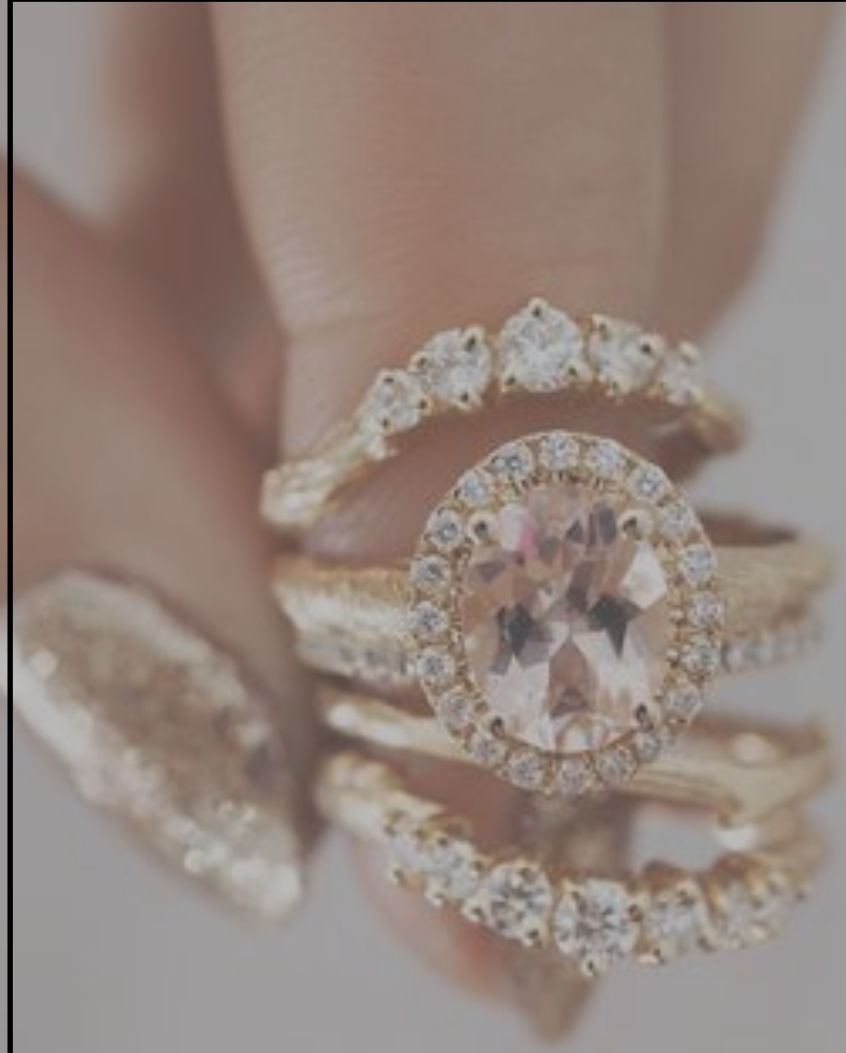
竞争格局：2022年10月首饰行业分材质竞争概况

11月黄金虽然投放品牌数量上升，但平均cpc有所下降；钻石平均cpc明显下降



*圆圈面积代表关键词大盘PV

数据来源：小红书商业数据中台：2022.10



细分品类排名

首饰分品类TOP搜索词(1/2)

项链 热搜词



耳饰 热搜词



手链 热搜词



手镯 热搜词



首饰分品类TOP搜索词(2/2)

钻戒 热搜词



对戒 热搜词



戒指 热搜词



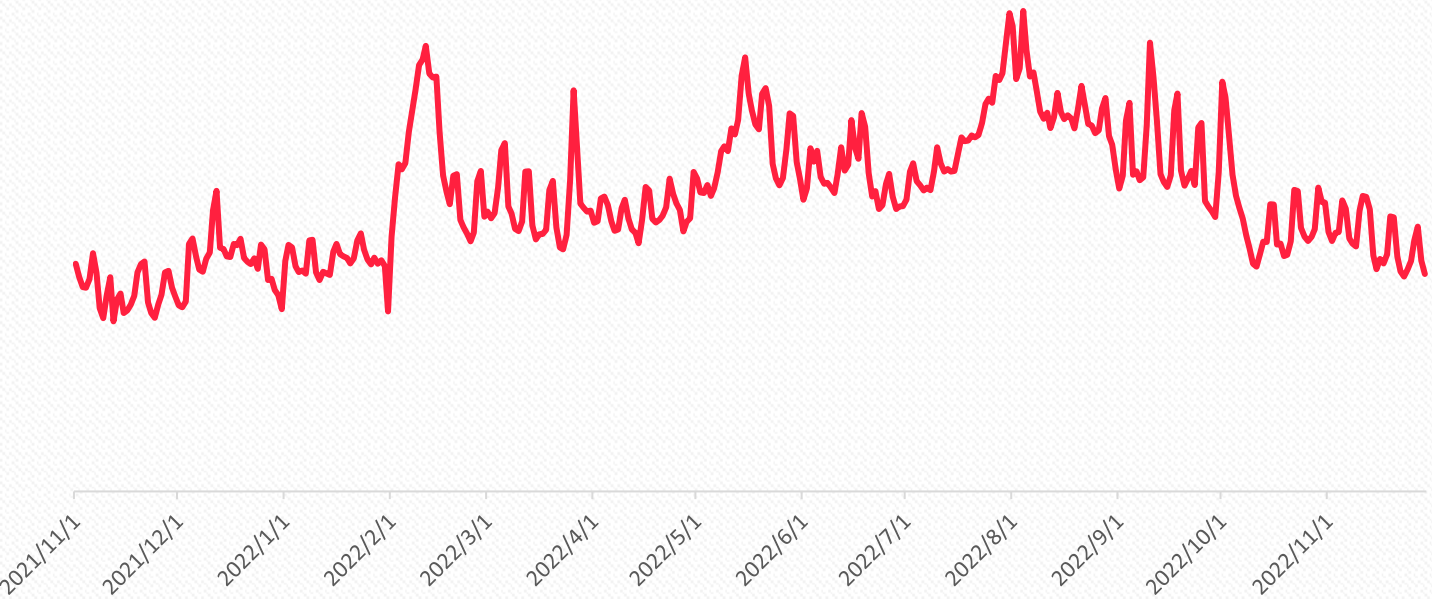
吊坠 热搜词



手表检索趋势和TOP搜索词

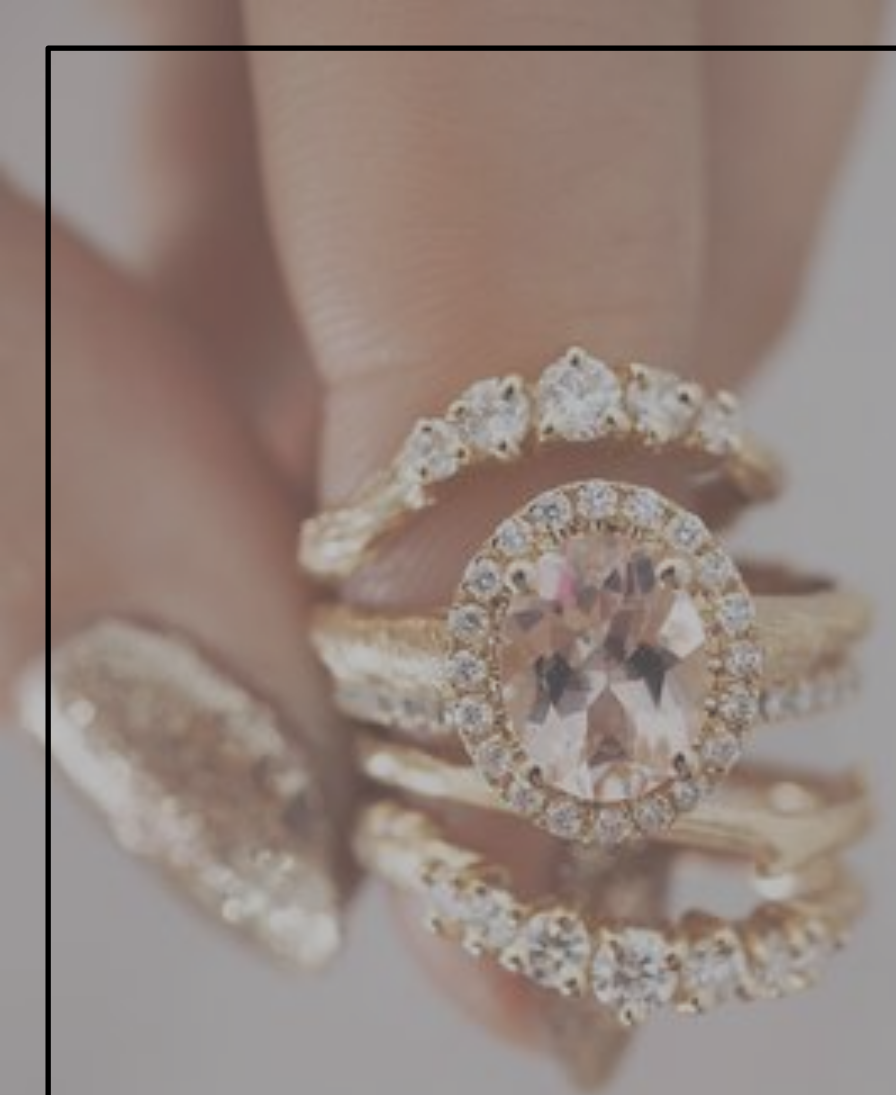
小红书手表行业检索量整体呈持续上涨的趋势，到“七夕”期间达到全年高峰，“十一”期间手表搜索量略有回升，但整体搜索量略低于九月。

“女表”相关搜索词依旧居高位，除此以外，“电子表”、“机械表”也是用户关注的类型。



手表 热搜词





优质笔记分享

社区优质笔记

配饰搭配分享



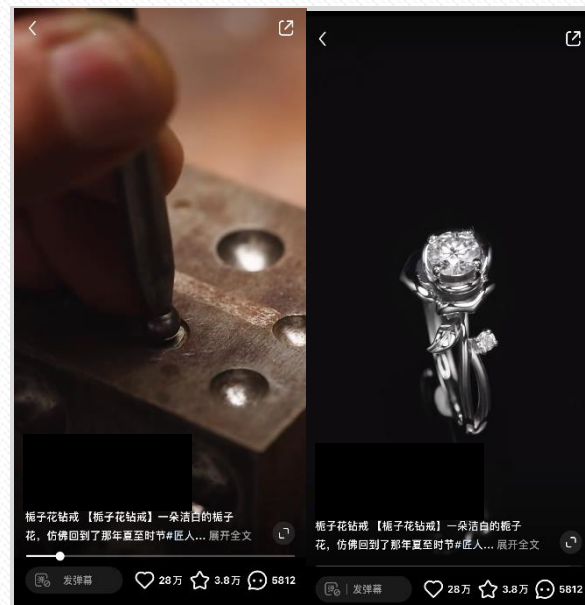
搭配技巧合集



博主试戴合集



场景实拍



【视频】作者以不同的服装风格搭配不同的配饰，详细描述不同配饰适合的穿搭类型和应用场景。

【标题】“高贵但不贵”言简意赅，体现出首饰的性价比

【图文】将所有搭配技巧融入在一张图片中，以生活中不同款式的领口距离，教用户如何搭配。

【标题】“无效穿搭？一图看懂不同领口如何搭配项链”

【文案】文案是图片的详细描述，用文字强调了穿搭时的注意事项。干货满满。

【视频】长视频，饰品分享类内容，博主主要着重描述产品本身的细节，站在用户的角度帮用户分析，饰品的适用人群，内容利他性极强。

【文案】精致百搭的小耳钉分享。

【视频】视频展现一枚钻戒的诞生过程，精工细作，将匠人精神淋漓尽致的体现了出来。

【标题】“栀子花钻戒”。

【文案】文案简单描述钻戒的寓意，评论区与用户互动紧密。

品合优质笔记

杂志感拍摄



情侣真实分享



项链集合口播



原生感拍摄



【图片】图片配色复古，KOL表情夸张，极具生命力。

【标题】标题风格鬼马“一起搞怪到八十岁!”，呼应正文中的珠宝风格

【正文】简单介绍品牌及其风格优雅+时髦，诠释了配饰的多种可能性。

【图文】从第一视角以图片形式展示了女孩收到钻戒后的喜悦，与TA强共情。

【标题】“分享人生中收到的第一枚戒指”，真情实意。

【正文】女孩真情实感的碎碎念，让爱情和品牌钻戒捆绑的更深，并细致的描绘了钻戒的款式和品相。

【视频】以极近景展示产品的颜色和特征，极简的背景搭配精致的妆发，凸显出配饰的闪耀。试戴产品的同时，简述穿搭技巧，内容利他。

【标题】“饰品集合分享，一步让穿搭更加分!”

【图片】画面简洁，强调拍摄产品的上手效果，给予用户多角度细节图。

【标题】“叠戴太绝了! 花丝戒直接美哭我”用词夸张

【正文】强调产品的做工工艺精致，上手效果好。

专业号优质笔记

首饰展示



提问时间：一套珠宝首饰的适配能力有多强？

首饰

精致圆形钻石搭配严酷爪镶丁字

购买商品 ¥2888

提问时间：一套珠宝首饰的适配能力有多强？

首饰

精致圆形钻石搭配严酷爪镶丁字

购买商品 ¥2888

产品实拍



我愿称之为甜妹必杀技！戴出小鞠的氛围感！

这套项链+手链可太甜了
范琦的设计师太会用爱心和钻石的元素了
粉粉闪闪的感觉上了头
哪个女孩子受得了这样的甜美冲击
小鞠同款氛围感真的可以戴出来

来自 @细 hlinn 的绝美拍摄

购买商品 ¥313

我愿称之为甜妹必杀技！戴出小鞠的氛围感！

这套项链+手链可太甜了
范琦的设计师太会用爱心和钻石的元素了
粉粉闪闪的感觉上了头
哪个女孩子受得了这样的甜美冲击
小鞠同款氛围感真的可以戴出来

来自 @细 hlinn 的绝美拍摄

购买商品 ¥313

氛围感剪辑



提问时间：一套珠宝首饰的适配能力有多强？

首饰

精致圆形钻石搭配严酷爪镶丁字

购买商品 ¥2888

提问时间：一套珠宝首饰的适配能力有多强？

首饰

精致圆形钻石搭配严酷爪镶丁字

购买商品 ¥2888

彩宝合集展示



姐妹说在实体店瞎买，真不如在我这随便买清仓特价，卖完就再也没有，特价全出，银托+天然宝石，每款基本都剩一个两个，卖完也不生产了！小价位戒指哪里找，恭喜你，性价比极高的

说点什么...

姐妹说在实体店瞎买，真不如在我这随便买清仓特价，卖完就再也没有，特价全出，银托+天然宝石，每款基本都剩一个两个，卖完也不生产了！小价位戒指哪里找，恭喜你，性价比极高的

说点什么...

【图片】模特多角度展现商品，画面干净，突出产品。

【标题】标题是一个疑问句“一套珠宝首饰的适配能力有多强？”暗示用户珠宝百搭的特点。

【正文】描述饰品的切割工艺和搭配环境。

【图片】首图清晰展现出配饰的细节，氛围感满满。

【标题】“我愿称之为甜妹必杀技！戴出小鞠的氛围感！”标题清晰点出TA人群。

【正文】正文内容用吹捧式的手法夸赞首饰的设计。

【视频】视频画面主要以展现产品为主，多角度，多方位凸显产品的美。

【标题】给饰品注入寓意，“莫比乌斯环，无限爱意”。

【正文】简单介绍产品寓意与设计，强调通勤可佩戴。

【图文】图片上密集排布多种宝石和定价详情，方便用户获取信息。

【标题】“姐妹说在实体店瞎买，真不如在我这随便买”标题侧面体现出产品的价格优势。

【正文】以清仓特卖，售完不补为由头，吸引用户询价。



2022年度 小红书 标记我的生活 珠宝配饰行业月报 期待携手共赢！

小红书