

2024 小红书  
成长进阶趋势洞察报告

小红书

(Growth  
Advanced  
Trend)



# 成长进阶 ↗ 趋势洞察报告

2024 @XIAOHONGSHU



# TABLE OF CONTENTS

## PART

# 01

### 这届成年人被低估的学习动能

1

- 「成长进阶」是这届成年人的行动指南 3
- 多重内在驱动力，激发成长进阶主动性 5
- 环境变了我也变，爱跟身边人“抄作业” 7
- “大方”为自我成长投资，购买决策前要做足功课 9
- 不同人群多元成长主场，愿意“晒”出更好的自己 11

## PART

# 02

### 蓬勃多元的学习需求长出教育赛道新机遇

13

- 亿级人群需求催生新蓝海教育市场 15
- 「成长进阶」需求侧和供给侧三大特征 17
- 原生红利涌现，为教育行业注入新活力，激发增长新思路 19
- 教育公司涌入小红书深耕成长进阶赛道 21

## PART

# 03

### 小红书是「成长进阶」人群主阵地

24

- 成长进阶N种打开方式，在小红书萌芽生长 25
- 热门笔记里藏着TA们的共鸣，也藏着流量密码 26
- 新职业和新兴趣品类大盘增长，AI强劲爆发领涨大盘 28
- Next level新职业，人均斜杠青年 31
- 好City的新兴趣，开启多面人生 33
- 小红书新职业&新兴趣核心课程品类地图 35
- 新职业&新兴趣蓝海市场新机遇 36

## PART

# 04

### 新生态、新蓝海、新玩法

37

- 开放生态，捕捉全新生意机会 40
- 种收一体，连接课程全域营销 42
- 整合策略，滋养品牌长线经营 46

# PART 01

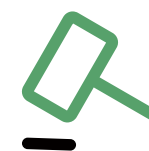
## 这届成年人 被低估的学习动能



主动认知



共鸣种草



高效决策



乐于分享

# 成长进阶 是这届成年人的行动指南

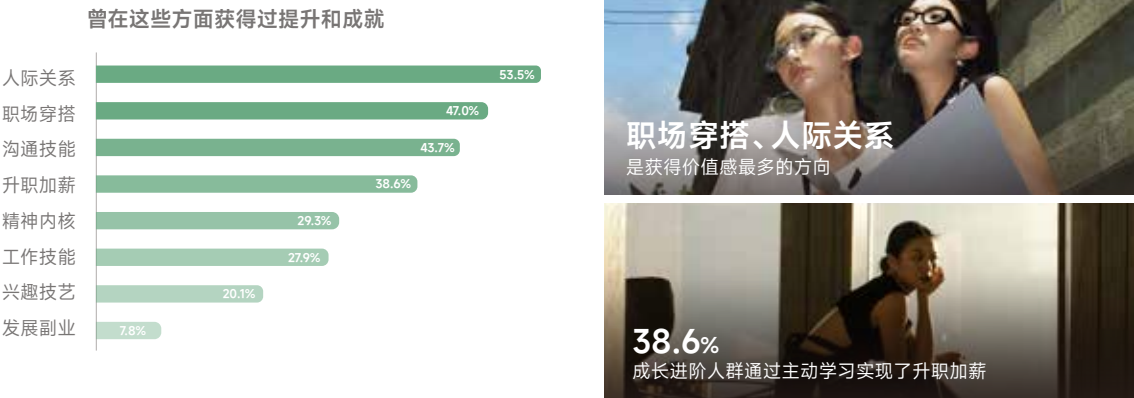


这届成年人嘴上“躺平”，身体却诚实地表现出“满满成长欲”

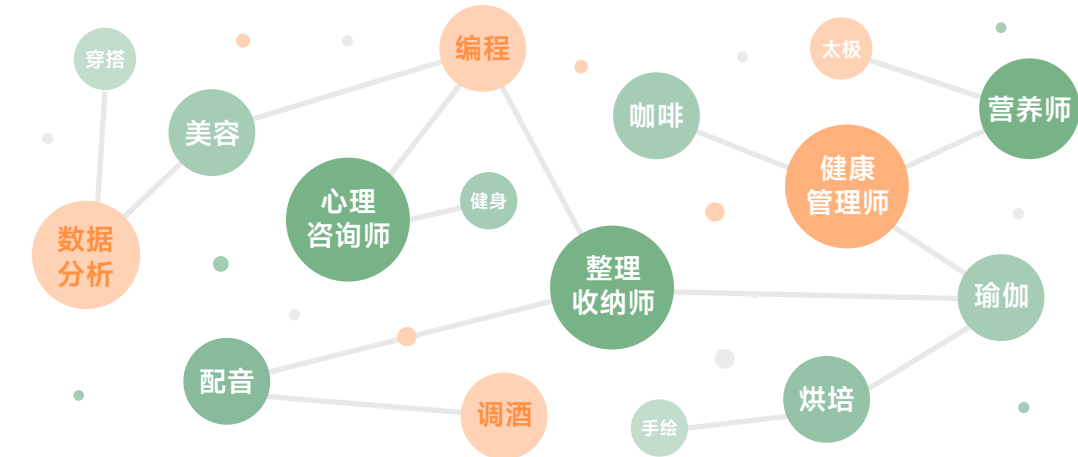
TA们通过各种途径提高职业规划能力



通过「主动学习」TA 们获得了人生更多维度的价值感



TA 们追求进阶的领域丰富，在多元赛道中渴望成为“行家”



不被年龄束缚  
各阶段的 TA 们都想成为更好的自己

成长进阶人群年龄分布范围广，从18岁到退休人群都有自我提升的意愿以及咨询报课的行为

|       |                |                    |                           |
|-------|----------------|--------------------|---------------------------|
| 娱乐健体团 | 65岁+<br>(老年)   | “有钱有闲”的银发一族        | 撑起300亿规模老年教育市场            |
| 技能收集师 | 45岁+<br>(中年)   | “考证”热潮持续升温         | 职业考试培训行业规模2026年预计将达1102亿元 |
| 职场打怪侠 | 25-30岁<br>(青年) | 7.4 亿职场人进阶         | 同步带动企培市场规模增长将突破9000亿元     |
| 新秀研学家 | 18岁<br>(青少年)   | 4763 万高校生综合素质提升正当时 | 助推兴趣培训行业迈向黄金时代            |

数据来源：根据教育部、人社部、多鲸、沙利文、AgeData数据整理

# 多重内在驱动力 激发成长进阶主动性



## 「成长进阶」六大内在驱动力



## 最想学习提升的十大热门方向

- TOP01 职场软实力提升
- TOP02 IT相关：编程语言/数据分析等
- TOP03 管理咨询服务
- TOP04 营养师/健康管理师
- TOP05 教练：瑜伽/健身等
- TOP06 艺术创作：手绘/插画等
- TOP07 自媒体博主
- TOP08 电商运营/直播
- TOP09 剪辑/配音接单
- TOP10 小说/短剧创作者

### 新职业方向



### 其他热门方向

餐饮（咖啡/烘焙/餐厅等）、心理咨询、知识付费、美业（美甲/纹绣/美容/美发）、整理收纳、外语、AI相关、其他类目（桌游/密室/二次元等）、电竞

- TOP01 形象气质/模特形体
- TOP02 热门体育：滑板/高尔夫/骑行等
- TOP03 国画/书法/篆刻
- TOP04 普拉提/瑜伽/健身
- TOP05 插花/茶艺/焚香等传统文化
- TOP06 烘焙/烹饪
- TOP07 正念冥想等思维锻炼
- TOP08 咖啡/调酒/品酒
- TOP09 化妆/穿搭
- TOP10 传统体育：足/篮/网/羽等

### 新兴趣方向



### 其他热门方向

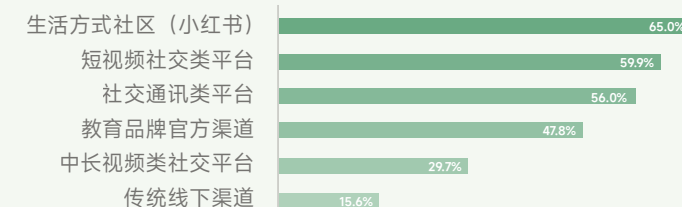
国学养生、拍照/vlog、绘画类、声乐唱歌、太极/八段锦、宠物方向、器乐类、朗诵、跳舞

### Step1

## 开启「成长进阶」旅程 在小红书点亮认知

- 小红书是TA们最常用的「成长进阶」信息获取平台

更倾向于选择这些渠道了解自我提升和兴趣学习内容



@马仔睿总

——小红书博主

“小红书用户对成长类话题都感兴趣，像人际关系、人性思考、表达力的提升等，用户会有一种获得感，他们喜欢认知的提升。针对这些选题，结合自己的一些真实感悟，很容易创作出爆款笔记。”



主动认知



共鸣种草



高效决策



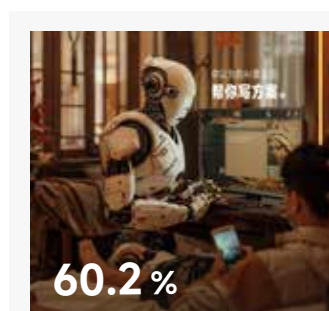
乐于分享

# 环境变了我也变 爱跟身边人“抄作业”



## 「成长进阶」六大外在驱动力

「新技术的变革」和「榜样」力量是推动TA们进步的最强外部影响力



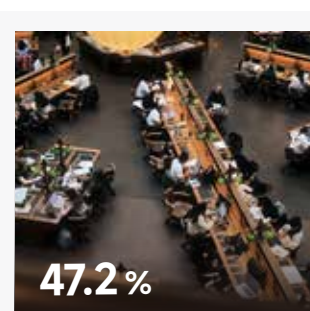
新技术的出现  
带来的快速变化

01



个人IP影响力  
带来的激励

02



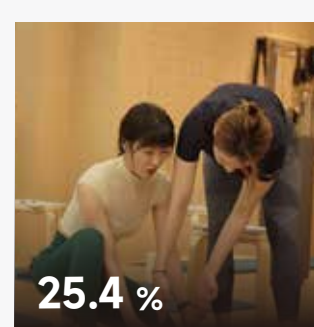
职场竞争和  
职业晋升的压力

03



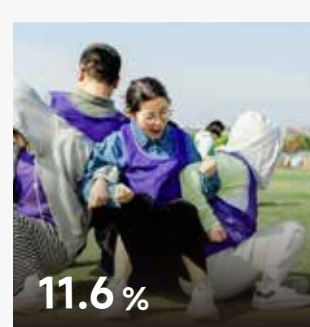
生活环境或  
工作环境的变化

04



身边人都在  
主动成长进阶

05



企业或组织提供的  
学习资源和时间

06

## 喜欢寻找“学习搭子” 资源互通经验共享

「互帮互助 共同进步」在自我提升和兴趣爱好学习过程中



## 就业市场工作岗位发展更迭 在环境鼓励下，发现职业进阶新方向

2023年-2027年，全球企业预计创造约6900万个新的工作岗位，8300万个工作岗位或将被淘汰。人社部分批发布职业信息，推进新职业群体就业市场高质量发展。



数据来源：根据世界经济论坛（WEF）、人社部数据及内容整理

Step2

## “人感”带来信任 在小红书达成种草

### TA 们更相信真实经验的分享

更倾向于通过这些博主了解自我提升和兴趣学习内容



@心理咨询蜜丝鸥

—— 愈托邦心理创始人

“不要做一个讨好型人格账号，一定要做真实的自己，真实反而最能打动人。你的内容越垂直、越精细、越专业，就越有可能获得粉丝的认可，在他们心中植入你可以解决某个问题的心智。”



主动认知



共鸣种草



高效决策



乐于分享

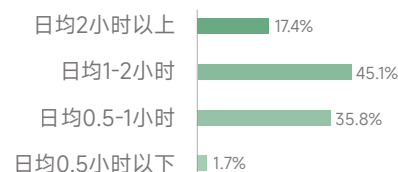
# “大方”为自我成长投资 购买决策前要做足功课



## 为学习投入足够多时间



日均学习时长情况

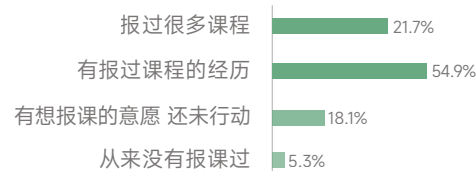


## 喜欢购课报班

76.6%会购买课程或报班进行学习提升



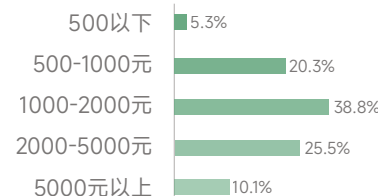
报名课程情况



## “大方”为学习消费



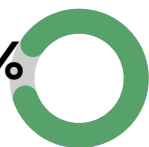
近三年学习消费情况



## 喜欢主动联系获取信息，寻找适合自己的课程 学习令人“上瘾”，学完一项还想学别的

96.9%

想在  
多维方向提升



69.7%

会主动留资  
了解课程详情



Step3

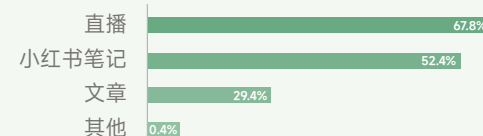
## 善用小红书“做功课”帮助完成决策

### 这几类内容 对TA们的购买决策最有帮助



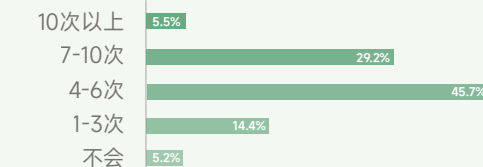
### 「直播」和「小红书笔记」 是影响购买决策的主要内容形态

更容易被哪些内容形态影响学习购买决策



### 购买前会多次用小红书进行「搜索」

购买决策前使用小红书搜索频次占比



现在的用户，下单前会做很多功课，看很多笔记攻略，但只要你通过持续不断的内容，建立起了博主和粉丝之间的信任，粉丝下单的决策还是很果断的。



@奇奇达芬

——小红书博主



主动认知



共鸣种草



高效决策



乐于分享

# 不同人群多元成长主场



不同人群「成长进阶」方向各有侧重  
“副业”是他们共同关注的话题



大学生

侧重「专业技能」「学术能力」



宝妈

偏爱「形象管理」「兴趣技能」



职场人

关注「职业技能」「职场沟通技巧」「职场穿搭」



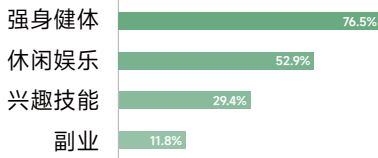
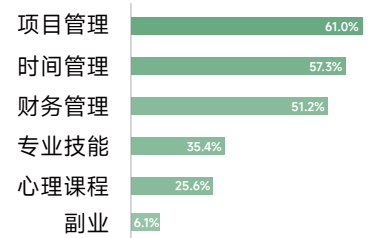
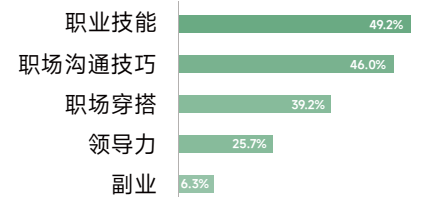
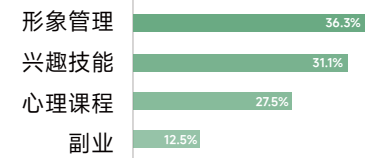
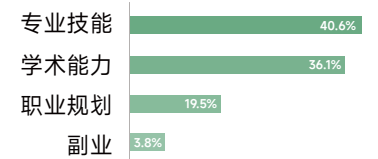
自由职业

倾向「项目管理」「时间管理」「财务管理」



退休人员

喜欢「强身健体」「休闲娱乐」

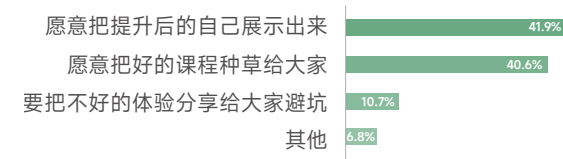


# 愿意“晒”出更好的自己



喜欢分享，热衷“利他”

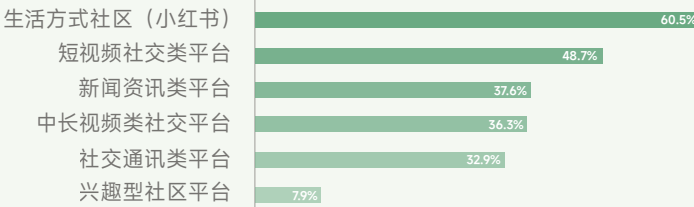
- 好的体验发出来“种草”给更多人
- 不好的体验发出来帮大家避坑



Step4

## 分享学习体验 小红书是首选平台

更倾向于选择这些平台分享学习经验和心得体验



“ 我认为这样一类博主在小红书幸福指数最高：他们特别乐意将自己知道的、用过的、喜欢的东西分享出去，如果别人觉得有用，他就会觉得非常有成就感。 ”



@瑞妮职业规划  
—— 小红书博主

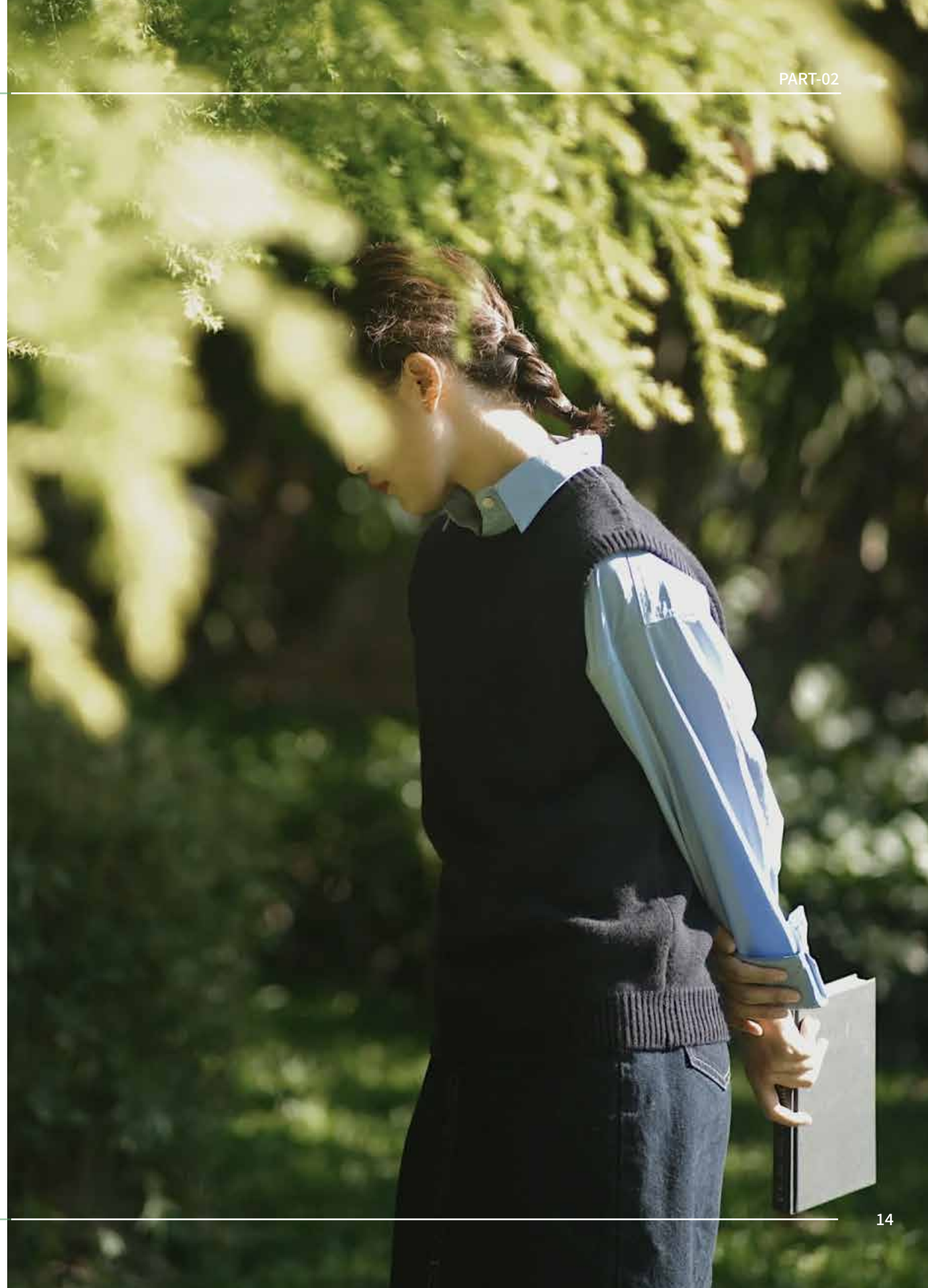
- 主动认知
- 共鸣种草
- 高效决策
- 乐于分享

# PART 02

## 蓬勃多元的 学习需求

长出教育赛道新机遇

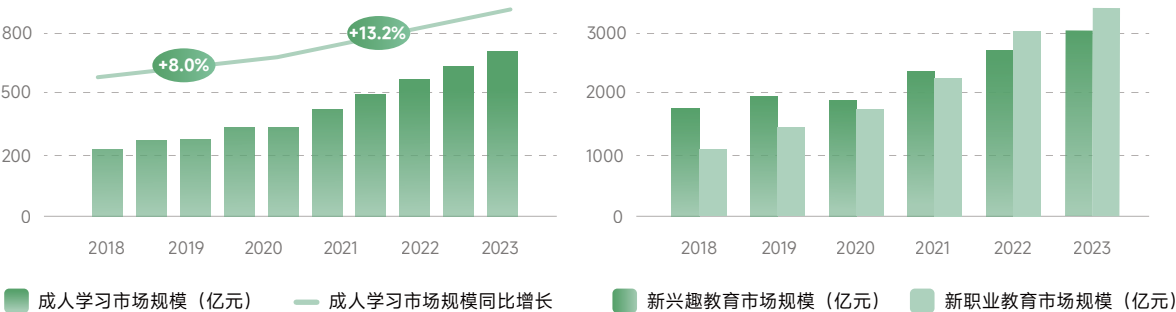
New opportunities in education



# 亿级人群需求 催生新蓝海教育市场



## 「新职业 | 新兴趣」教育市场行业规模



数据来源：根据多鲸、艾媒咨询、沙利文数据整理

## 购课渠道多样，服务链路通畅



### 常用购课渠道

|             |       |
|-------------|-------|
| 生活方式社区（小红书） | 50.5% |
| 短视频社交类平台    | 42.8% |
| 中长视频社交类平台   | 27.7% |
| 社交通讯类平台     | 38.1% |
| 电商平台        | 18.4% |
| 知识付费平台      | 22.8% |
| 传统线下渠道      | 18.3% |

## 用户倾向缩短沟通链条，一步到位直接体验或购课

### 更倾向于这些购课链路

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| 减少沟通成本，购买扫盲课+资料，价格50-150元 | 33.0% |
| 体验课太麻烦了，直接购买正课体验          | 23.2% |
| 减少沟通成本，购买试听课程，价格0-10元     | 17.3% |
| 加入商家社群                    | 12.6% |
| 参加商家小程序                   | 8.4%  |
| 线下领取商家物料                  | 5.5%  |



## 喜欢在线学习，偏爱直播形式

### 更倾向选择这些形式学习

|            |       |
|------------|-------|
| 线上 直播      | 55.2% |
| 线上 老师1V1教学 | 39.4% |
| 线上 视频      | 37.8% |
| 线上 其他      | 16.8% |
| 线下 大班课     | 29.0% |
| 线下 老师1V1教学 | 21.2% |
| 线下 其他      | 0.8%  |



## 市场空间广阔，需求远超供给

73.6%

受访用户表示  
课程供给缺乏有效满足  
会遇到想学某种技能  
但是找不到合适课程的情况



# 「成长进阶」赛道 需求侧和供给侧三大特征



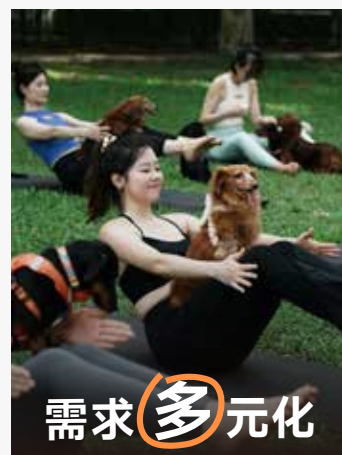
## 需求侧



「成长进阶」市场正快速成熟，人群基数大，兴趣人群易转变成决策人群，在良好的产品口碑驱动下，人群快速破圈裂变。



该群体以 18 岁以上成年人为主，高线城市高消费人群占比大，学习动机明确，付费能力强。



学习需求涉及的课程科目多、种类多，学习人群有聚集效应。

## 供给侧



相比传统职教课程，成长进阶类课程开发难度相对较小，周期更短，前期毛利适中。



虽然需求细分，但成长进阶类课程的方法论易类复制，企业扩品扩课便捷。



面对新兴细分赛道，现有课程供给不足，部分品类甚至尚未有精准交付型课程。

# 「成长进阶」赛道 课程及教学特征



## 个性化**灵活性**

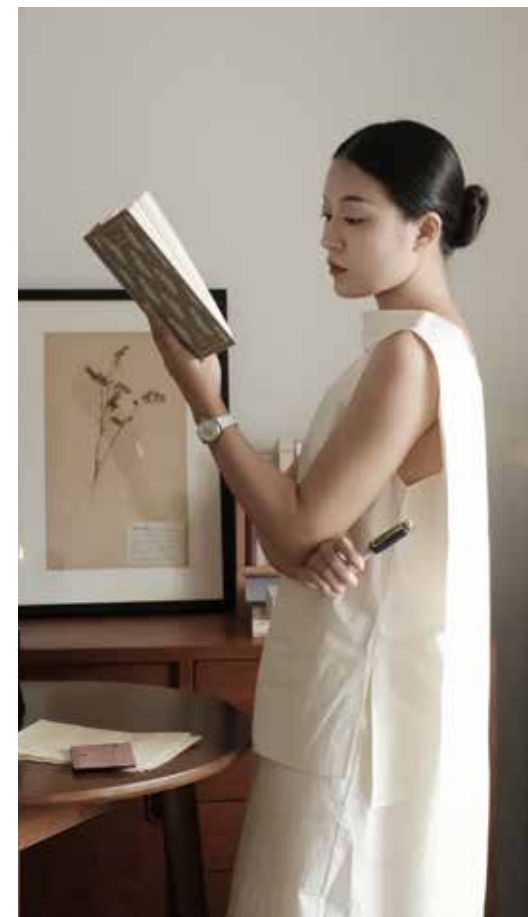
更多提供个性化定制化的教育服务，让学习者可以根据自己的节奏和兴趣进行学习，满足多元细分的人群学习需求。

## 快上手**重实操**

更加注重实践技能的培养，追求快速高效的学习结果，常会通过模拟真实工作环境或项目实践，帮助学习者将理论知识进阶为实操能力。

## 职业指导**就业服务**

除了专业技能培训外，很多教学机构还提供职业规划指导和就业服务，辅助学习者更好的完成学习目标，实现职业进阶。



“成长进阶这个赛道很火，到处都是新的红利机会，但它不是一个大蓝海，而是由多个‘小池塘’组成的，每个‘池塘’代表了特定的细分市场和用户兴趣领域，每一个细分领域都可能蕴含尚未完全开发的商业机会和增长潜力。”

——新励成

# 原生红利涌现 为教育行业注入新活力 激发增长新思路



## 当前教育培训行业竞争激烈，存在三大困局

- 流量贵、获客成本高、传统漏斗效能逐级降低
- 课程开发迭代周期长，扩科扩品难度高
- 缺乏后链路口碑传播，复购率低

## 成长进阶赛道的涌现，为行业注入一股新活力 激发三类教育主体增长新思路



第二曲线

### 对大型教育企业来说

“成长进阶赛道总体量大，是传统教育赛道后，又一重要的新兴品类。目前还没有绝对头部品牌，且适合矩阵化、规模化运营，有机会成为各大巨头的第二增长曲线。”



细分冠军

### 对中小教育企业来说

“在成长进阶赛道，大多数用户会选择两门甚至多门课程学习。相关类目具有互通性，更容易扩科，一旦在某一品类建立优势，很容易复制成功方法论，成为细分类目冠军。”



最小闭环

### 对自由职业者来说

“成长进阶赛道自由度高，部分细分类目依赖个人的丰富经验，尤其适合那些拥有认知阅历和特殊技能的自由职业者。如知识付费、专业咨询等，都能高效跑出最小交易闭环。”

“

针对「成长进阶」人群的需求多元性，以下策略有机会赢得市场：**用户细分与需求洞察**，细化到他们的学习偏好、行为模式和心理动机；**精准内容策略**，定制个性化学习路径、提供适配的行业案例分析和有针对性的实用技能提升指南，以确保有效解决用户的实际需求；**社区生态建设**，通过构建用户圈层，推动用户间的互动与知识共享，从而实现用户增长和满意度提升；**方法论的适配与优化**，通过持续策略迭代，确保在其他领域中也能够复制和实现成功。

”

—— 亚太瑜伽学院



# 教育公司涌入小红书 深耕「成长进阶」赛道



“

小红书用户对成长类话题都感兴趣，像人际关系、人性思考、表达力的提升等，用户会有一种获得感，他们喜欢认知的提升。针对这些选题，结合自己的一些真实感悟，很容易创作出爆款笔记。



**@马仔睿总**

—— 小红书博主

“

在小红书，当前还有很多课程都有待深度开发，比如心理健康与情绪管理（青少年群体）、生活技能提升（家庭关系处理）、个人品牌建设（形象管理塑造）等等。

”



**@心理咨询蜜丝鸥**

—— 愈托邦心理创始人

“

在小红书，无论分享还是营销，只要内容够优质，很容易被推送给目标粉丝，从而迅速获得认可和流行。从 0 到 1 获客也非常精准，特别适合打磨一门新课。

”



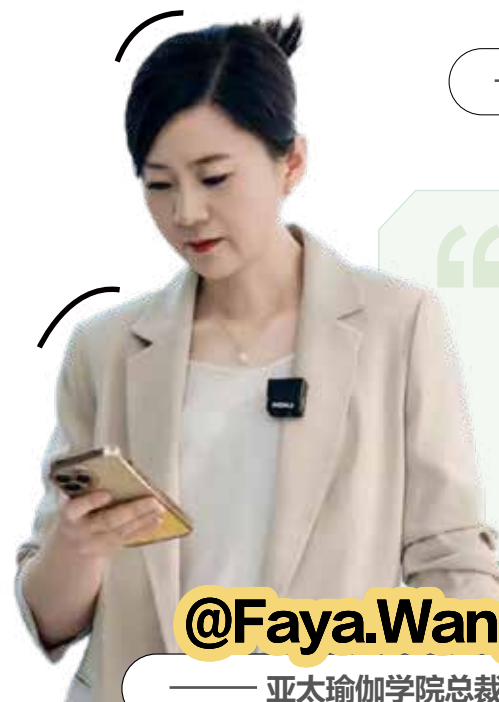
**@艾莉娜**

—— 新励成副总裁

“

传统的漏斗模型，在面对「成长进阶」这类多样化和个性化的市场需求时，逐渐显现出局限性。在这种背景下，小红书的「反漏斗模型」因其高效的用户触达和精准的需求匹配，愈发受到市场认可。

”



**@Faya.Wang**

—— 亚太瑜伽学院总裁

## 总结：

小红书平台依然在高速发展，成长进阶人群的课程需求刚刚涌现并快速爆发，现在确实是入局小红的最佳Timing，这将有助于推动企业市场增长以及品牌长远发展。

# PART 03

## 「成长进阶」 人群

在小红书高浓度聚集

Main battlefield of the crowd

# 成长进阶N种打开方式 在小红书萌芽生长



小红书提供了一个开放的思想交流空间，在这里，海量「成长进阶」话题被发起讨论，每一种声音都能找到共鸣。

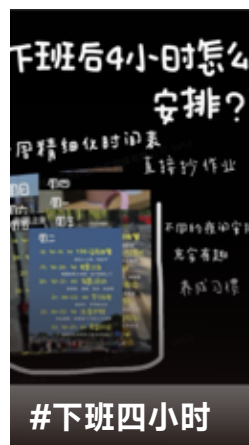
## “我想变更好”的想法在这里被点燃

把想法分享给他人，也在他人的想法里找到方向



## “如何变更好”的方法在这里被发现

总结自己的方法经验，也传阅他人的干货秘籍



## “努力变更好”的样子在这里被看见

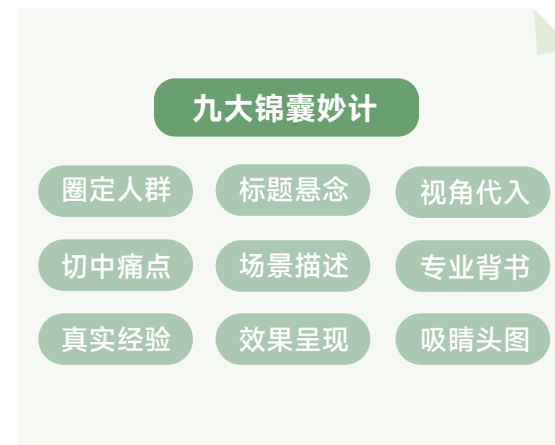
被围观的坚持更有动力，从成长宣言到进阶成果，有共鸣更有价值感



# 热门笔记里藏着TA们的共鸣 也藏着流量密码

每一次点赞和评论，都是「成长进阶」人群情感共鸣的缩影，紧跟热门动态，洞察真实需求，才能让笔记在众多内容中脱颖而出。

## 热门笔记 九大锦囊妙计





1.6w

点赞

1.2w

收藏

333次

评论

痛点切入  
引发关注

② 切中痛点



10.3w

点赞

10.1w

收藏

1756次

评论

直接上图  
展示成果

③ 效果呈现



42.1w

点赞

12.2w

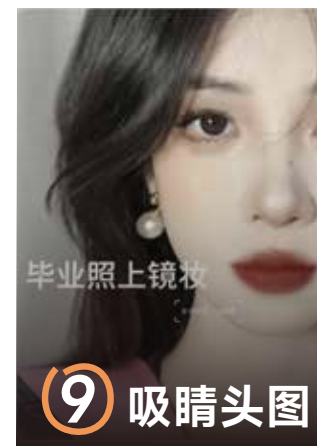
收藏

4857次

评论

第一视角  
沉浸观众

⑧ 视角代入



1.2w

点赞

7981次

收藏

138次

评论

头图吸睛  
强势引流

⑨ 吸睛头图



10 w

点赞

10 w

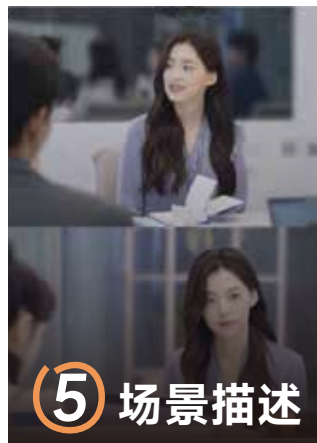
收藏

10 w

评论

标题省略  
留足悬念

④ 标题悬念



2446次

点赞

1547次

收藏

38次

评论

立体展现  
情绪共鸣

⑤ 场景描述



959次

点赞

879次

收藏

234次

评论

真实分享  
获取信任

⑥ 真实经验



3164次

点赞

647次

收藏

309次

评论

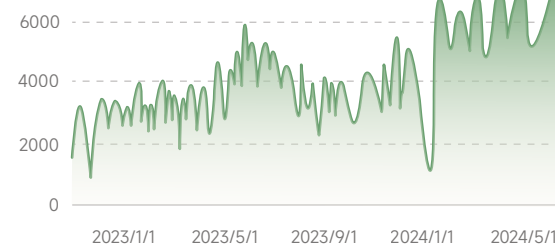
专业技能  
实力教学

⑦ 专业背书

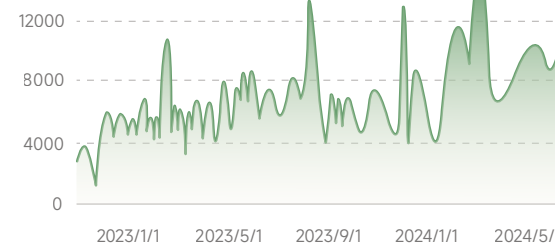
## 新职业和新兴趣品类 大盘增长

成长进阶需求在小红书良性互动社区氛围中不断放大  
激发平台「新职业」和「新兴趣」品类内容跨越式增长

### ● 新职业相关笔记数

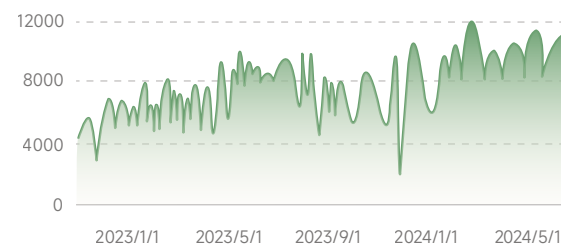


### ● 新职业品类搜索量

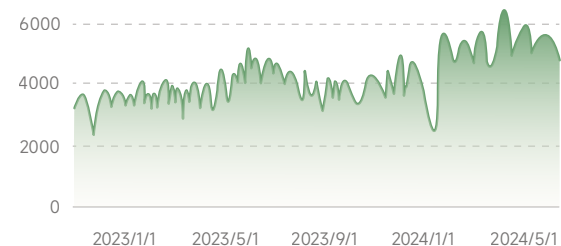


新职业：伴随新技术、新业态、新链路衍生出来的具有相对独立成熟的专业和技能要求的职业

● 新兴趣品类搜索量

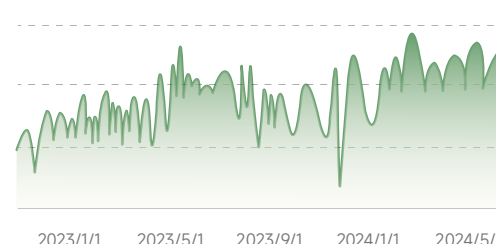


● 新兴趣相关笔记数

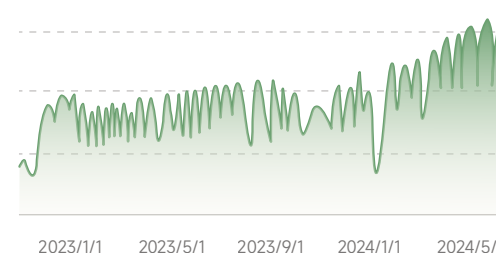


新兴趣：伴随当下消费者对更加个性化特征、附加情感价值和文化内涵的追求，延拓出丰富的创新兴趣品类

● 「视频剪辑」笔记数持续增长

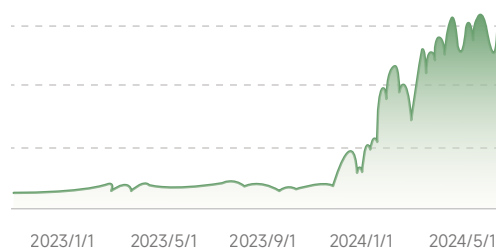


● 「职场软实力」笔记数迎来波峰

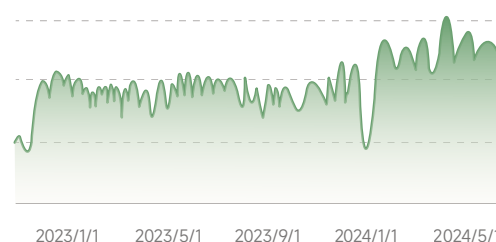


# AI绘画、视频剪辑、职场软实力、形象管理、老年兴趣几大细分品类领涨大盘

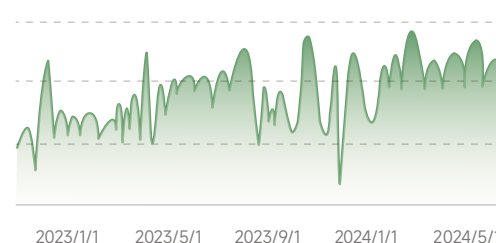
● 「AI 绘画」笔记内容今年开始暴涨



● 「形象管理」搜索量倍数增长



● 「老年兴趣」搜索量平稳上升



注：「搜索量」指脱敏后的相关热搜词搜索量；「笔记数」指某日期创建的笔记数量

# Next level新职业 人均斜杠青年



从穿搭、加薪到生存指南，打工人想了解职场方方面面

① 职场时髦精

② 职场升职记

③ 职场即江湖

- 职场穿搭
- 高级感通勤穿搭
- 日常通勤妆

- 转正谈加薪
- 加薪理由简短的
- 述职PPT怎么写

- 职场生存法则
- 职场沟通技巧
- 职场高情商话术

做兼职搞副业的想法，在各种生活场景中萌生出来

- 线上兼职
- 周末兼职
- 居家兼职
- 暑期兼职

- 适合晚上干的副业
- 手机挣钱的副业
- 在家可以做什么副业
- 下班后可以做什么副业

热情拥抱 AI，在各类应用场景寻找新机会

- # AI绘画
- # AI写小说
- # AI表情包
- # AI视频
- # AI配音
- # AI短剧
- # AI修图
- # AI办公

白天上班，晚上学艺越来越多的TA加入了#毛坯人生改造计划#

+3140%

2024年上半年  
较2023年上半年同比

“夜校”搜索指数

成长治愈一切焦虑

不同人生阶段的TA们，在小红书找到重新定义事业轨迹的灵感密钥

暑假禁止摆烂  
两个月除了玩手机  
你可以学35个技能

大学生  
(成长焦虑)

下班多赚6位数  
在小红书开启3项副业

上班族  
(收入焦虑)

有野心的妈妈  
搞钱带娃两不误

宝妈  
(角色焦虑)

83年，41岁  
由于我不停地考证

40+  
(年龄焦虑)

# 好City的新兴趣 开启多面生活



多面生活从悦己出发，不可忽视的她力量

时尚穿搭  
减肥训练营  
生活化减脂

瑜伽  
普拉提  
大基数减肥

瑜伽、普拉提站内热度最高，从穿搭到写真追求 360°精致

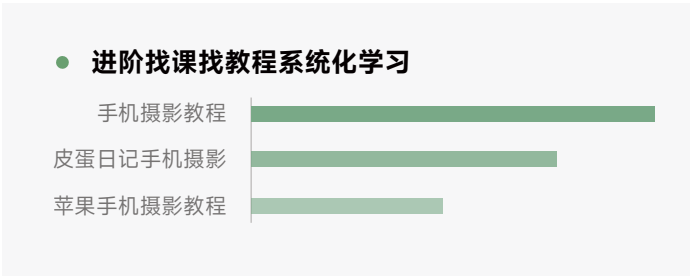
- # 普拉提穿搭
- # 瑜伽写真
- # 面部瑜伽

从入门到考证，是兴趣也是职业，催生多样“她”经济

- # 普拉提在家练入门
- # 普拉提10节课变化
- # 普拉提教练证怎么考

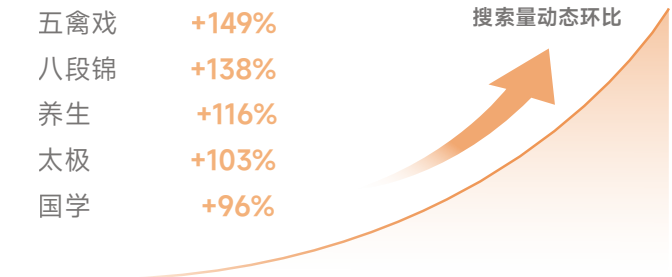
多面生活需要时刻记录  
从“长枪短炮”到“轻装上阵”，手机摄影走向专业化

- 先从“入门”开始了解基础知识
  - 手机摄影从入门到精通
  - 学手机摄影入门
  - 手机摄影入门
  - 手机摄影入门基础知识
- 再做参数攻略看专业内容
  - 手机摄影技巧
  - 手机摄影构图技巧
  - 手机摄影参数设置
  - 手机摄影构图



多面生活不设限，中老年“学”味正浓  
五禽戏、八段锦、书法、养生等人气飙升

TA们关注跟练视频、初学者教程、作用功效禁忌危害等跟练选择上更倾向权威性内容



回归平凡日常小滋味  
没想到 TA 们，也想成为小当家

TA们关注跟练视频、初学者教程、作用功效禁忌危害等跟练选择上更倾向权威性内容



# 小红书新职业&新兴趣 核心课程品类地图



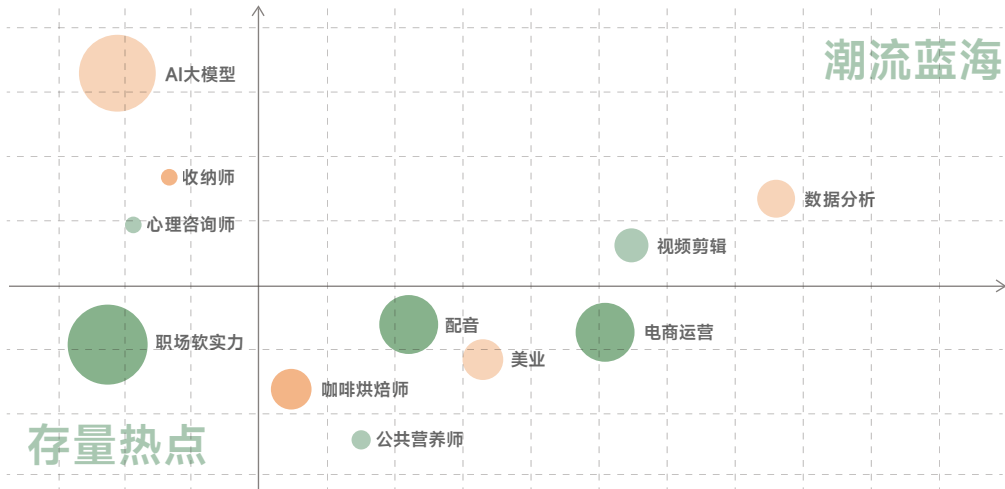
独特的土壤环境不断“长”出新兴学习需求，激增的学习需求催生出全新的「课程品类地图」

|                                                                                                             |                                                                                                                  |                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div>副业技能</div> <div>视频剪辑<br/>配音<br/>收纳师<br/>写小说<br/>写短剧<br/>AI 绘画<br/>瑜伽教学<br/>插画手绘<br/>健身教学<br/>品酒师</div> | <div>业余考证</div> <div>心理咨询师<br/>公共营养师<br/>ESG<br/>软考<br/>人力资源师<br/>企业合规师<br/>育婴师<br/>建造师<br/>全媒体运营师<br/>...</div> | <div>中老年兴趣</div> <div>八段锦<br/>站桩<br/>五禽戏<br/>太极<br/>国学易经<br/>书法国画<br/>声乐朗诵<br/>钢琴<br/>.....</div> |
| <div>通识技能</div> <div>AI 大模型<br/>职业规划<br/>项目管理<br/>职场优势<br/>职场沟通<br/>管理思维<br/>投资理财<br/>记忆力</div>             | <div>商业经营</div> <div>直播运营<br/>跨境电商<br/>数据分析<br/>新媒体运营<br/>流量运营<br/>商业创业<br/>产品经理<br/>.....</div>                 | <div>健康气质</div> <div>普拉提<br/>瑜伽<br/>科学减肥<br/>形象管理<br/>时尚穿搭<br/>色彩搭配<br/>形体礼仪<br/>婵柔</div>         |
| <div>艺术体育</div> <div>街舞<br/>中国舞<br/>拉丁舞<br/>彩铅绘画<br/>美术动漫<br/>插花茶艺<br/>击剑<br/>手工</div>                      | <div>线下开店</div> <div>美甲纹绣<br/>美容美发<br/>咖啡烘焙<br/>轻食制作<br/>烹饪<br/>宠物美容<br/>花店<br/>.....</div>                      | <div>休闲生活</div> <div>心理测评<br/>手机摄影<br/>宠物训练<br/>正念冥想<br/>手碟<br/>颂钵<br/>芳香疗愈<br/>.....</div>       |

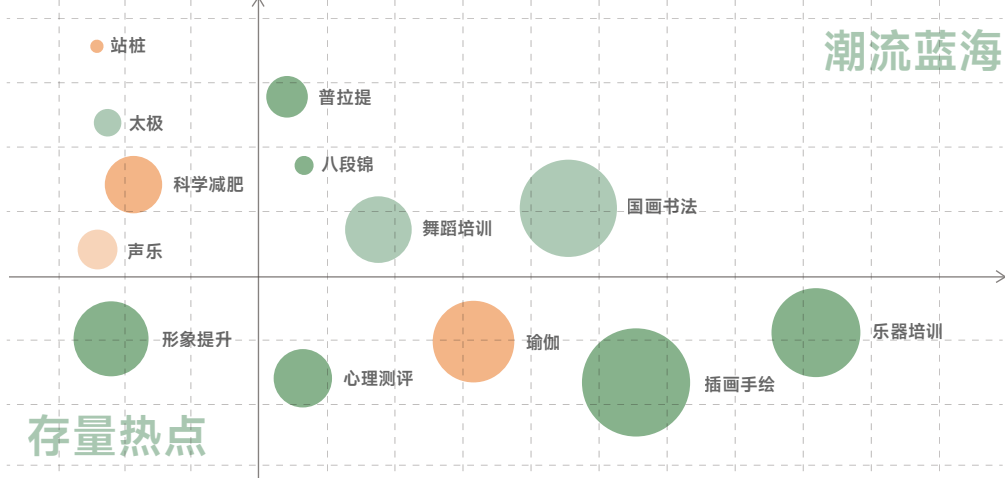
# 新职业&新兴趣 蓝海市场新机遇



新职业竞争蓝海气泡图



新兴趣竞争蓝海气泡图



数据说明：横轴为 2024 年 1 月 - 6 月搜索量；纵轴为 2024 年 1 月 - 6 月搜索量同比增长率；圈大小为内容阅读量

# PART 04

## 新生态、新蓝海 新玩法

### 小红书平台营销通案

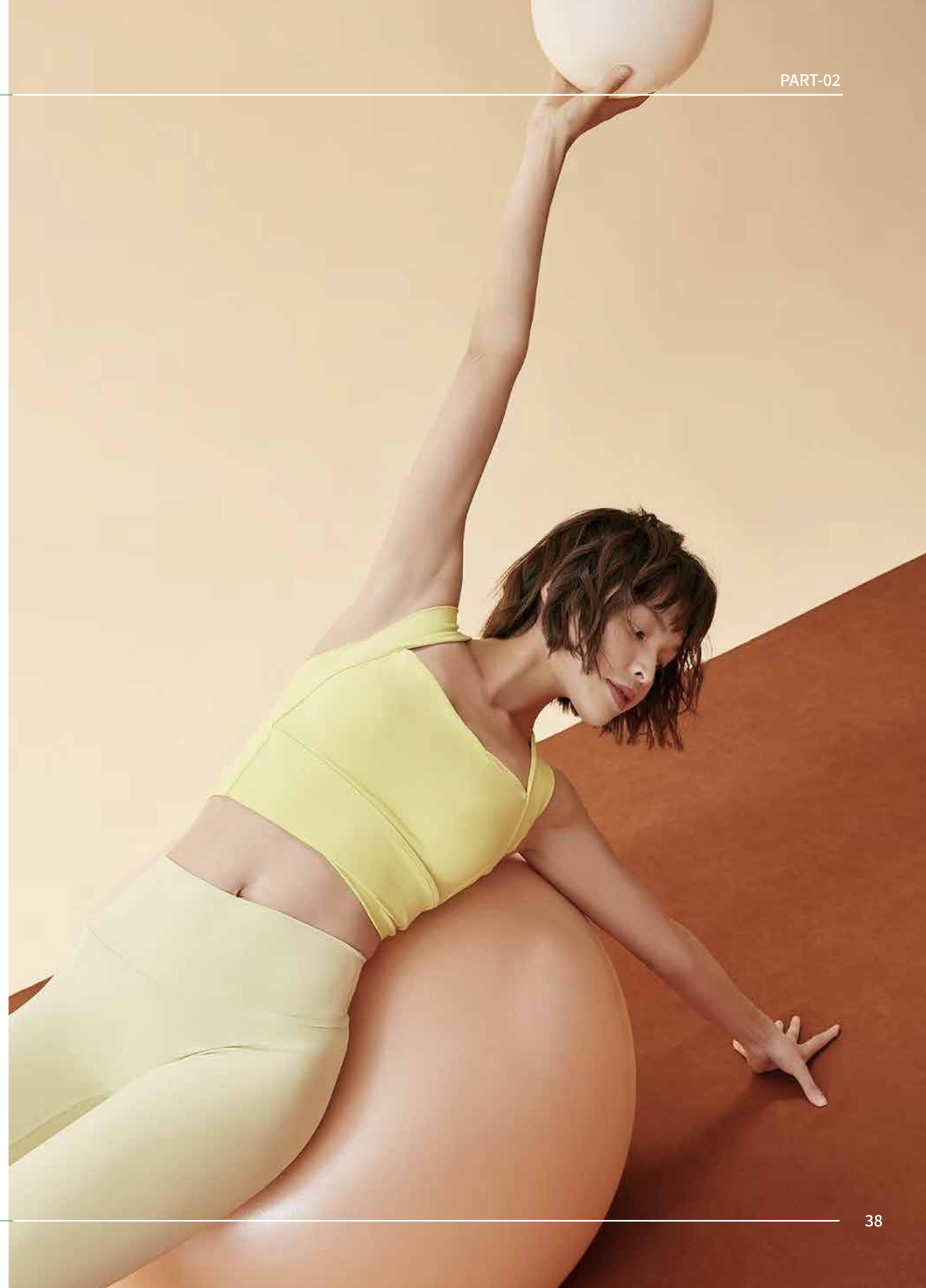
人群机会

以人找课

课程营销

以课塑品

品牌经营





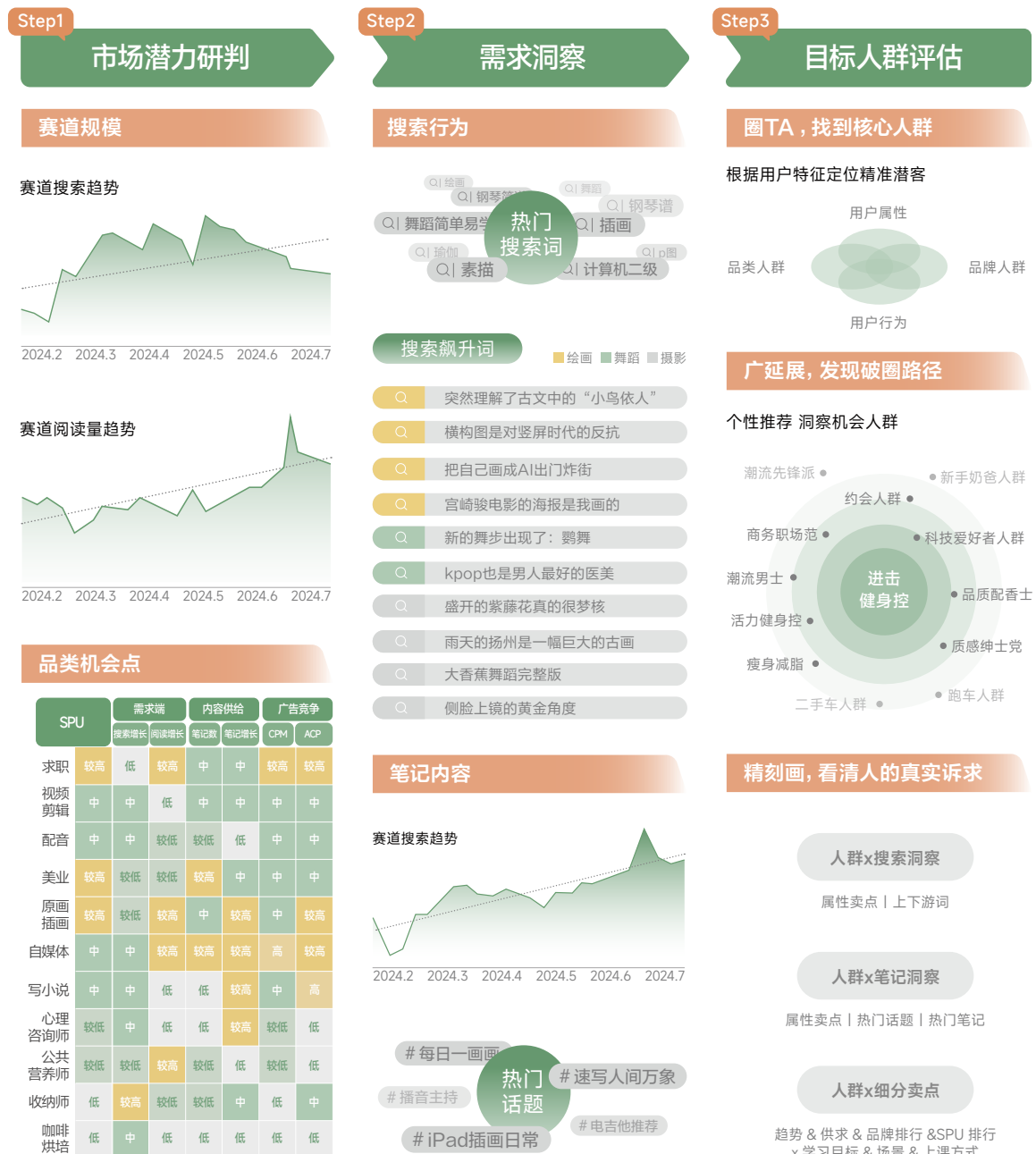
## 小红书平台成长进阶“人-课-品”营销通案



# 开放生态 捕捉全新生意机会



依托小红书内容和搜索趋势洞察能力 挖掘扩品机会点



# 开放生态 捕捉全新生意机会



## 「成长进阶」人群反漏斗 逐层触达 - 击穿 - 破圈

二十大特色人群：从用户生活方式切入，多维视角看需求偏好

### 20 大特色人群



### 成长进阶人群

#### 资格证“卷王”

通过不断考证给自己增加底气，不为后续的工作焦虑；多赛道增加竞争力。



人群 人群圈选&洞察

提效 精细化投放 组合&创新开品

内容 创作&博主挑选

品类 组合&创新开品

#### 职场闯关人

不断打破固有的思维模式、实现职场内外的软硬能力、心态等方面的突破。



#### 兴趣研学家

有一定时间、精力和物质水平，通过兴趣进阶来丰富生活、充实自我。



#### 争渡“上岸”人

通过考试达到“上岸”的目的，踏上某种意义上最“稳妥”的人生道路。

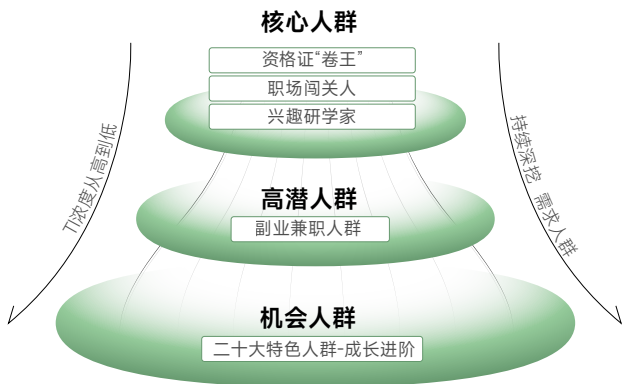


#### 进阶专业精英

通过“升级式”考试及相关专业知识的不断学习，巩固职业道路，不断晋升。



### 「成长进阶」人群反漏斗



部分数据来源：艾媒咨询《2023年中国兴趣教育行业发展及学员洞察报告》

# 种收一体 连接课程全域营销

引入期：线索获客



并不是只有成熟品牌、预算充足的商家才能入局  
新锐商家同样也有玩“赚”搜索



### 小红书教育行业营销链路全景地图

| 效果 | 投放优势      |  |  | 团队考验        |  |  | 转化链条&考核周期 |  |  | 拓客             |  | 沟通销转 |      | 售卖 |  |  |  |  |
|----|-----------|--|--|-------------|--|--|-----------|--|--|----------------|--|------|------|----|--|--|--|--|
|    | 获客门槛低     |  |  | 接通率         |  |  | 长         |  |  | 电销/加微 试听       |  | 线上付费 |      |    |  |  |  |  |
|    | 加微率高      |  |  | 试听课打磨&转化SOP |  |  | 中等        |  |  | 留资 加微 入群 试听    |  |      |      |    |  |  |  |  |
|    | 用户习惯与平台优势 |  |  | 回复效率 专业感    |  |  | 短         |  |  | 客服 加微/电销/入群 试听 |  | 线下面销 |      |    |  |  |  |  |
|    | 中低客单直接转化  |  |  | 产品品质 性价比    |  |  | 短         |  |  | 详情页            |  |      |      |    |  |  |  |  |
|    | 高客单直接转化   |  |  | 直播调性 主播能力   |  |  | 短         |  |  | 直播间            |  | 站内购买 |      |    |  |  |  |  |
|    | 追踪笔记转化    |  |  | 外溢追踪        |  |  | 长         |  |  | 种草外溢/app下载试听   |  |      |      |    |  |  |  |  |
| 品效 | 私信原生化     |  |  |             |  |  | 电商闭环化     |  |  |                |  |      | 线索直播 |    |  |  |  |  |

# 种收一体

## 连接课程全域营销

成长期：种收一体

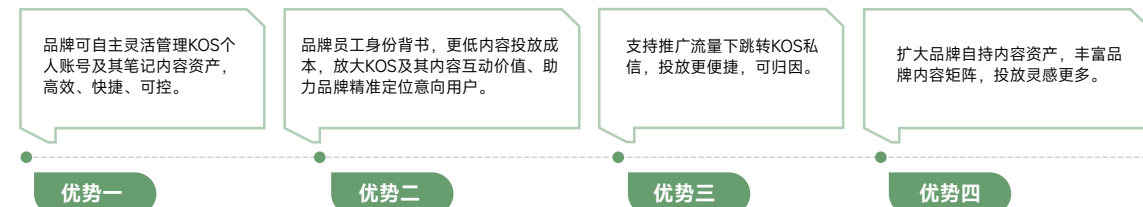


科学种草，用户从意图萌生到最终决策  
相信“大家都说好”的产品



个体带来的信任感，满足消费者需要的确定性

用户决策追求确定性 大品牌背书+名师影响力，更能消除决策疑虑



KOS- 优质员工笔记推广 探索生意新空间



KOS案例 知乎 KOS矩阵助力人群破圈 撬动生意增长 效率质量双提升

人设账号与品牌账号互为补充 原生内容更加人Matters



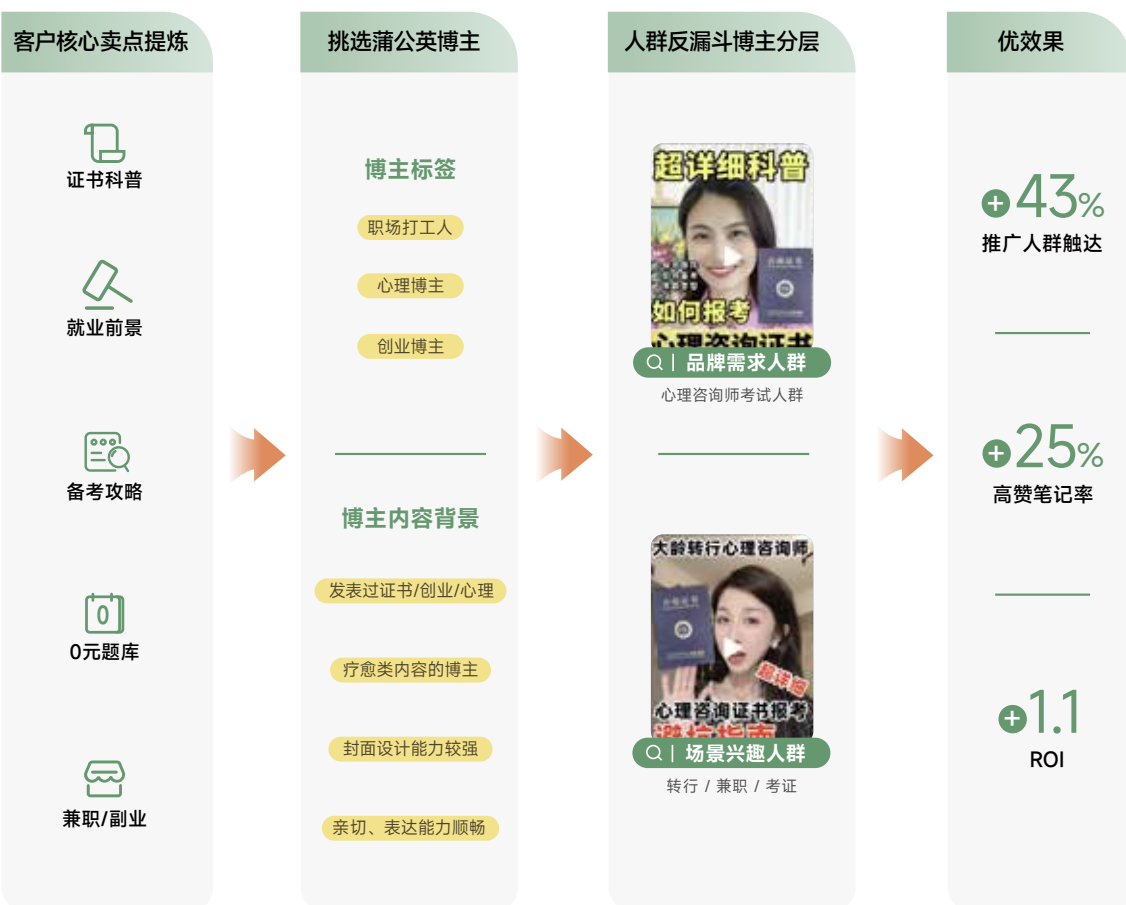
## 从心智影响到行动影响 种草提效实现人群破圈



### 四大维度择优选号 精准选人提升效率

- 数据** 结合粉丝数据等核心指标量化筛选适配博主
- 产品** 按产品属性在博主广场搜索关键词匹配相关性高的博主
- 场景** 根据使用场景&产品卖点筛选博主内容类目
- 内容** 评估博主内容创作能力

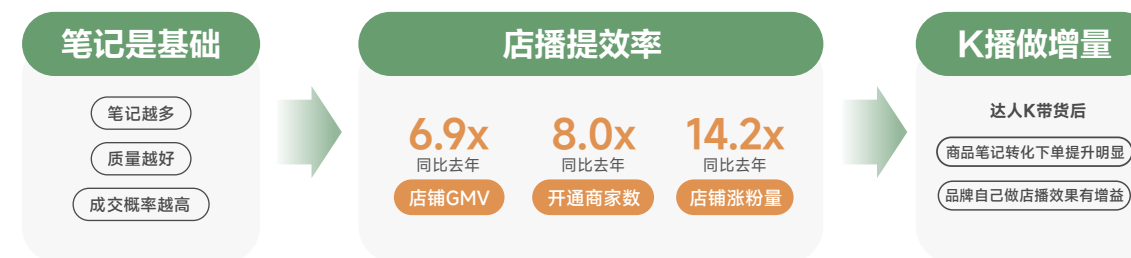
### KFS案例 赛优心理咨询师 内容破圈 打开心理咨询人群市场



## 种收一体 成熟期：闭环电商 连接课程全域营销



### 小红书直播是一个高浓度种草场 需用「种草+转化」的思路看效能 直播



### 小红书店铺直播 4大核心要素

- 01 账号长期积累** 账号长期积累是店铺直播自然流量推荐的基础
- 02 直播前预热工作** 充分做好直播前的预热工作 调动粉丝对直播期待
- 03 关注数据动态** 关注直播间数据动态调整 获取更多自然流量的推荐
- 04 流量推荐正循环** 推广投放加速直播间 用户转化和沉淀 形成流量推荐的正循环

K播/店播 + 商品笔记转化 = 标配

7+25d 直播后热度持续时间 + +150% 店播后 商销ROI = +200% K播带货后 商销ROI



### 直播商销案例 讲真剪辑 商销always on承接直播长效转化 笔直同投 商销：直播=7:3



# 整合策略 滋养品牌长线经营



## 小红书品牌经营第一站，抢占搜索的第一眼视觉 品牌专区

教育行业搜索品专，让每一次搜索都更有效



## 通过场景+趋势深度链接用户 让品牌引领细分赛道风潮

《人生进阶指南》 打开成长进阶的万千想像

IP 营销



## 小红书生态内容+灵犀洞察能力,为品牌探寻第二生意曲线

品牌扩科



# 特别鸣谢&作者

特别感谢以下品牌对本报告的大力支持 (按首字母排序)



## 特别感谢以下博主参与访谈



@马仔曹总



@奇奇达芬



@心理咨询蜜丝鸥



@瑞妮职业规划

### 出品方

小红书商业化

### 联合策略支持

桃李财经

## 数据来源 (桃李财经问卷调研、小红书站内洞察、外部资料整理)

**调研数据说明**

投放对象：咨询或购买过副业、职业提升、兴趣等相关课程服务的人群

样本数量：N=1000

样本配额：

性别：女性：70%；男性：30%

年龄：19-22岁：10%，23-25岁：20%，26-30岁：20%，31-35岁：20%，36-40岁：20%，41以上：10%

城市级别：一线：30%，新一线和二线：40%；三线：20%，四线及以下：10%

### 书内图片来自于：

@ZELI @是天天呀 @乔瞧这世界 @谈亦默 @陈小浪ALAIN @路村 @MeiiiiiiM @Quincy我是昆西 @钟思雨CC @MMMing @XINRAN @Julie@Pu. @AI离谱社 @新加坡摄影师 SEANY @Mockingjay @小青 @禾音石摄影摄像 @不闪亮奶酪 @Buzzbuzz @局外人 @Cheryl\_X @Elise.汤汤 @柴田壮助在Yale @楠子随记 @BeiBei @是啊若阿 @雯子记录生活 @misshana @小野的朋友圈 @默许视觉 Moresure Vision @LeeeeeeXiao @多吃蔬菜 @阿邓 @9m @棒棒棒子影 @半只萝卜出逃记 @呱呱 @臭屁辣妹 @大明湖畔 @funny woman @赖蒙lemon @郁达菲 @清秋Aaaaqiur- @NG HK @心理疗愈皮皮妈 @文清 @嘿姑娘 @隔壁初一在成长 @人文薯 @蓓蓓说职场 @不止是COCO在硅谷 @有序美学日记 @蟹酒 @realGillian解成分 @玲玲子不摆烂 @躺不平的木木 @沈阳一站式搬家打包整理 @尧忱雨 @香芋翻身记 @南乔在写作 @是胖丁呀 @孙西瓜 @万人迷喵 @富柚读书成长 @拾芳酿春