

小红书 05月 大健康行业月报

2024.5

AGENDA

一、行业概览

1. 行业搜索及高活跃人群画像
2. 品类搜索量占比
3. 品类搜索趋势

二、细分赛道排名

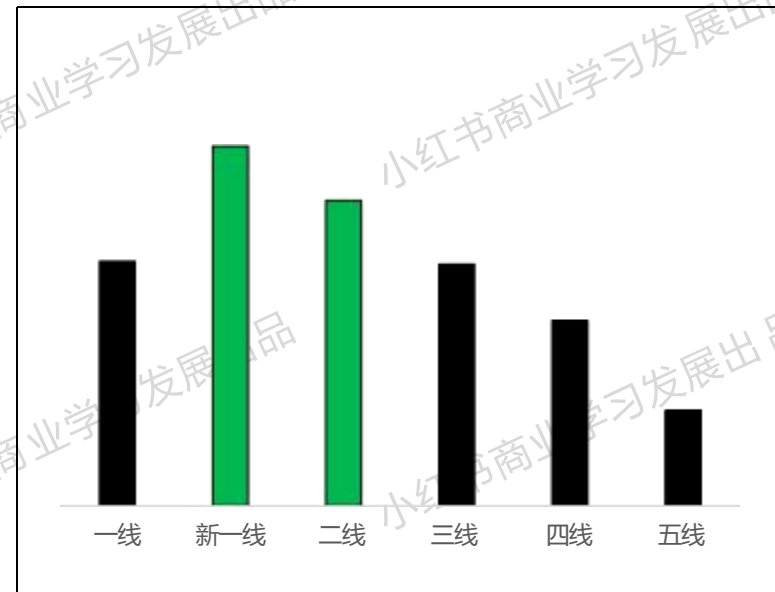
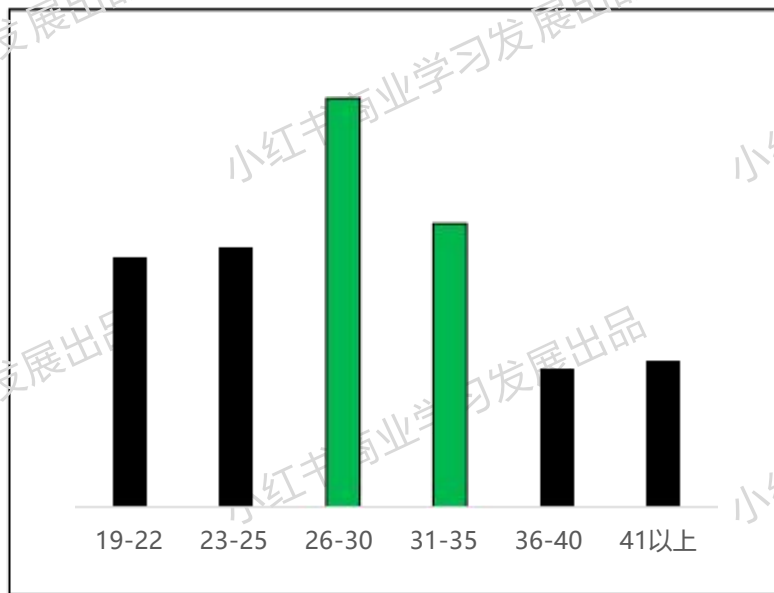
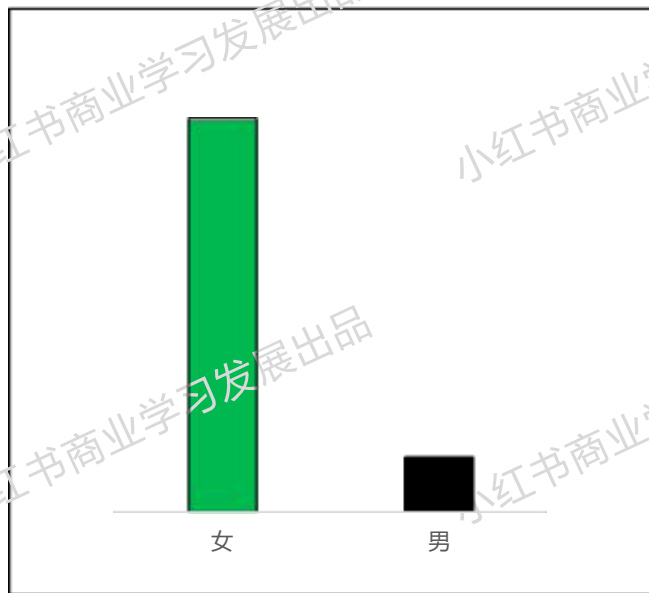
1. 品类竞争格局

三、优质笔记分享

1. 优质笔记
-

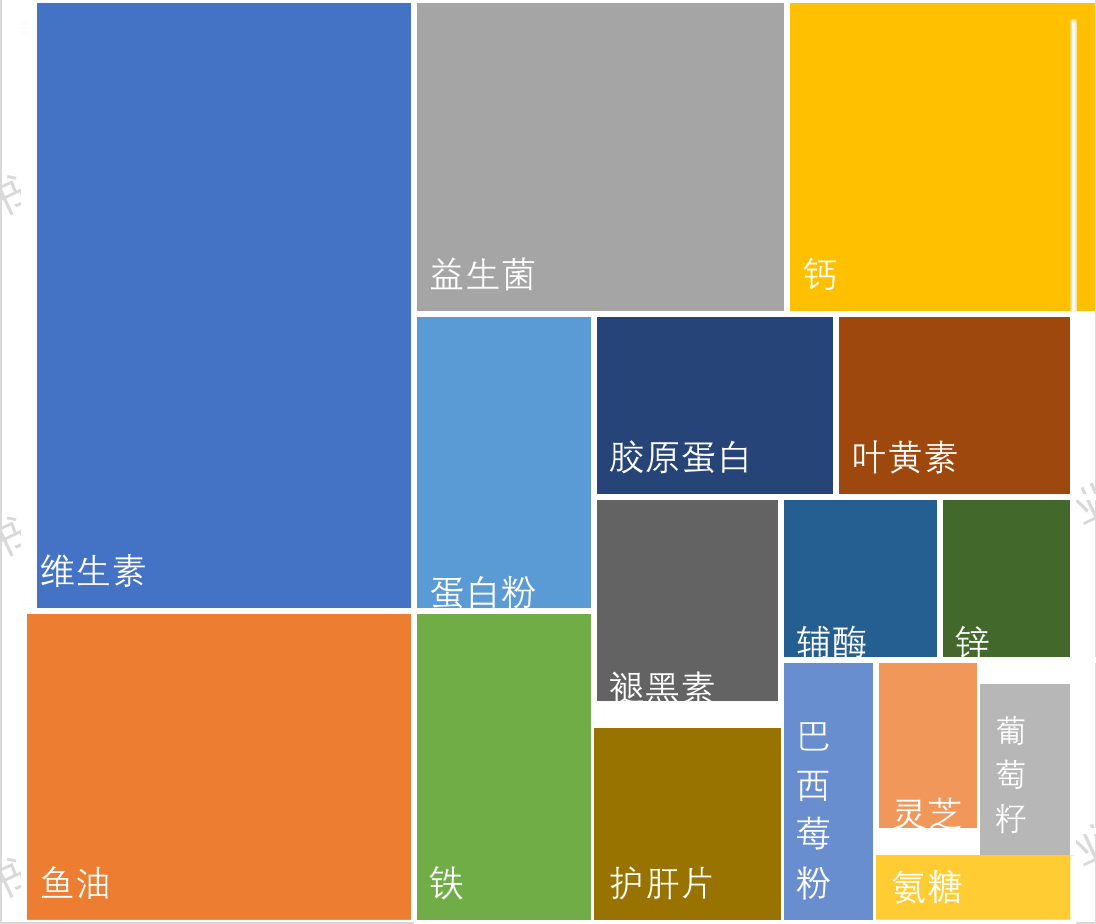
行业概览

大健康行业搜索及高活跃人群画像-5月



成分/功效搜索量占比-5月

成分占比



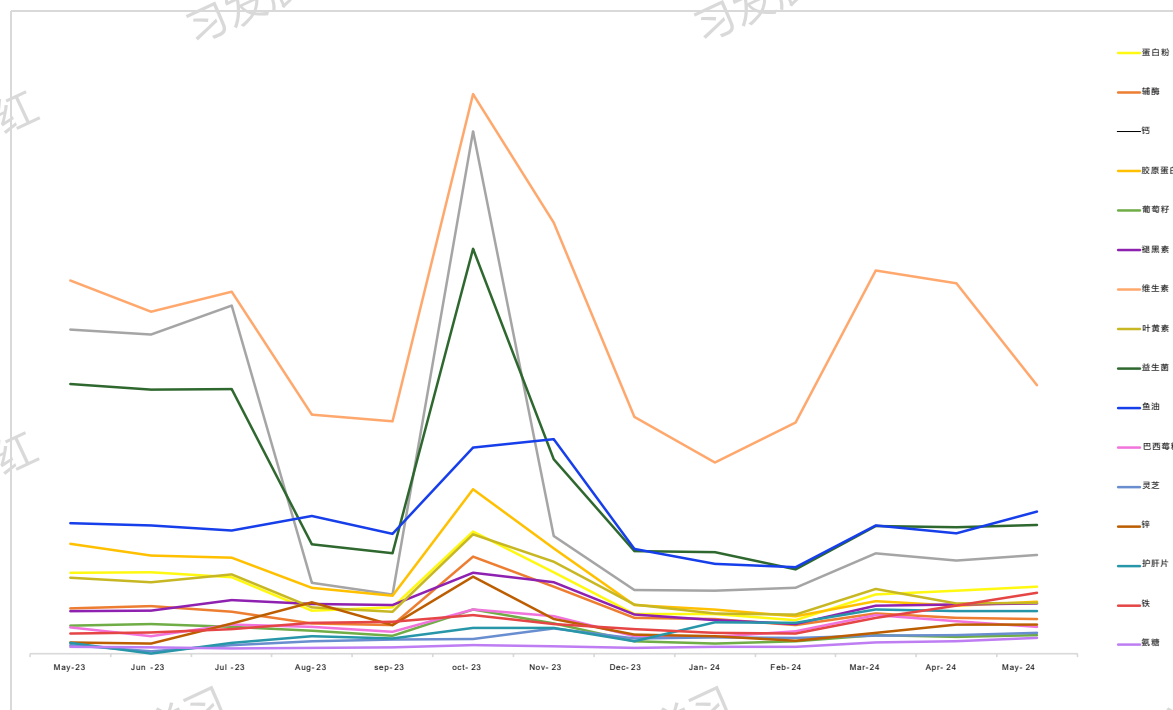
功效占比



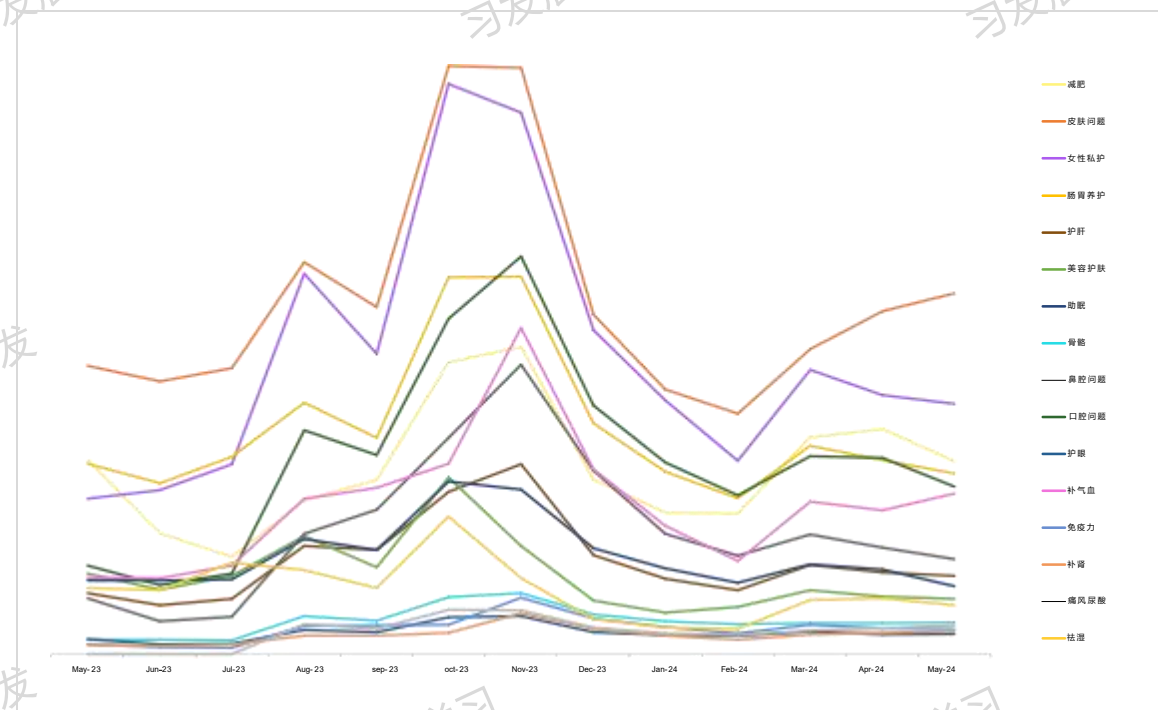
注：功效占比剔除成分相关词，仅统计用户对功效痛点的搜索；减肥仅选取医疗保健相关关键词

成分/功效搜索量趋势- 2023.05-2024.05

成分趋势



功效趋势



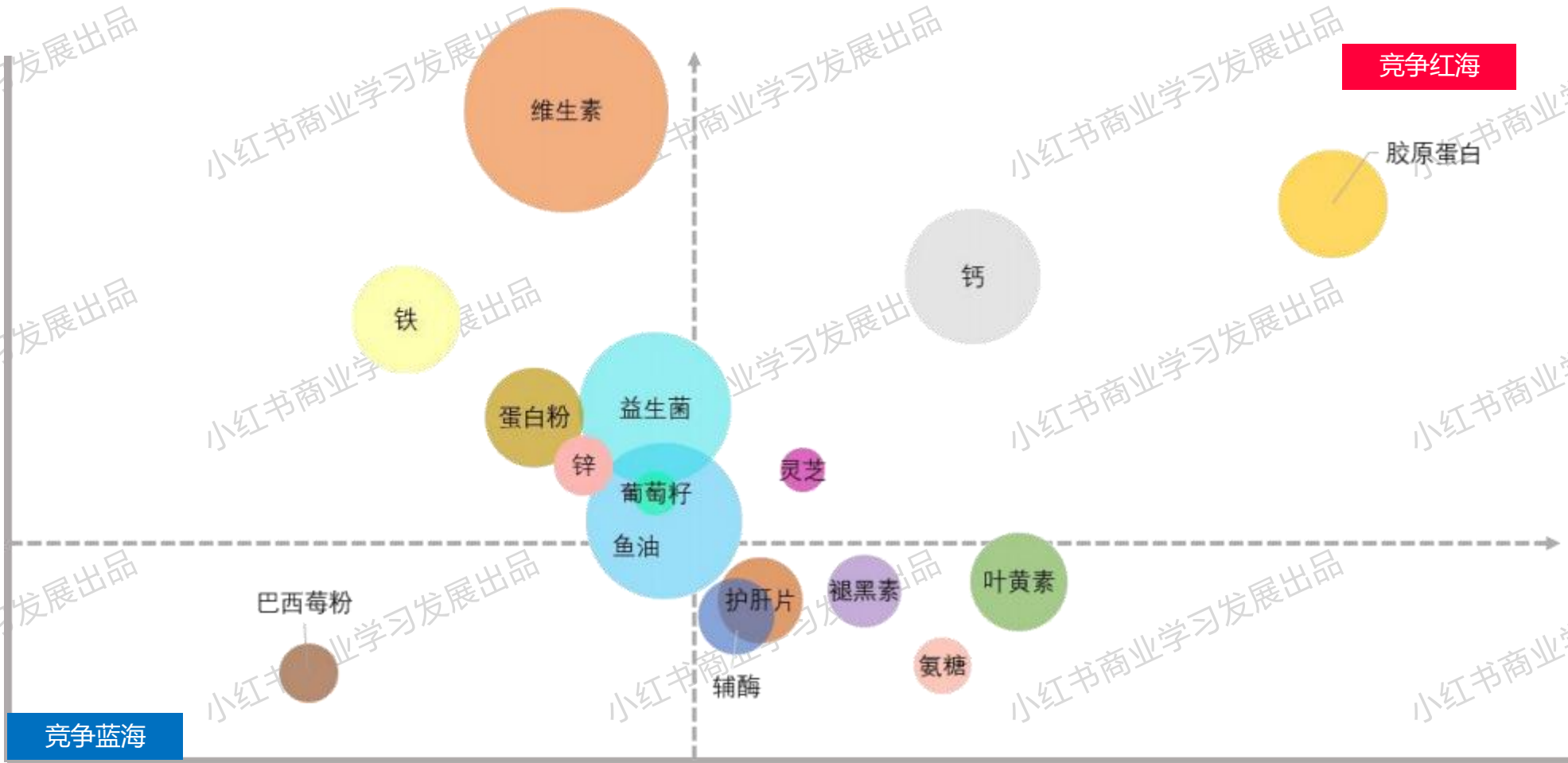
行业广告投放概览

竞争概况-5月

小红书

大部分赛道入局广告主总数较上月增长

竞争环境激烈程度上升，益生菌、钙、叶黄素三大热门成分CPC价格较4月有显著提升



数据来源：小红书商业数据中台，2024.05

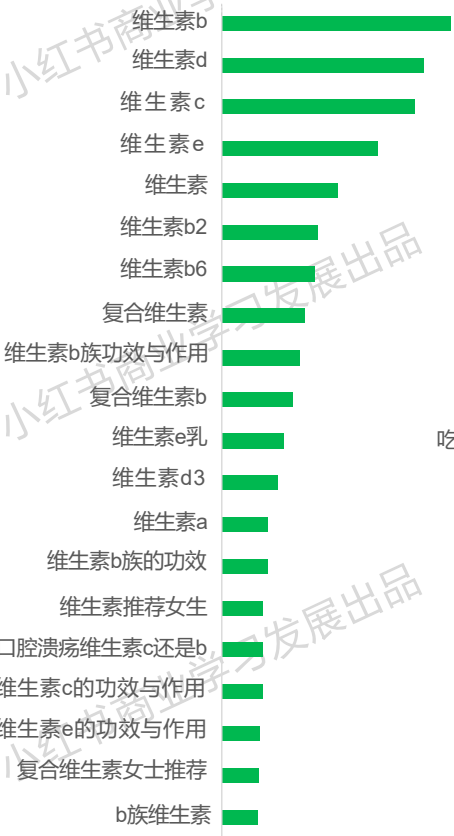
版权归属小红书科技有限公司，仅供学习使用，严禁用作商业用途

细分品类排名

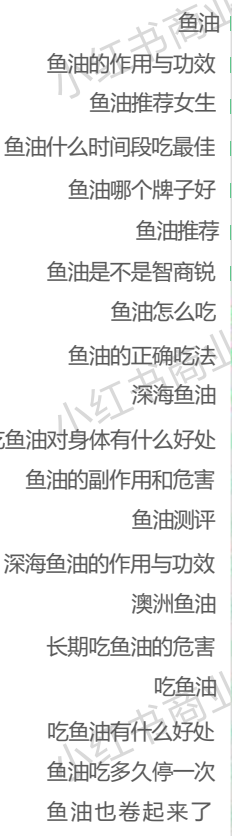
品类TOP搜索热词-5月

用户对于保健品的需求日益精细化，聚焦自身职业、品类相关成分、所处年龄阶段等关键词

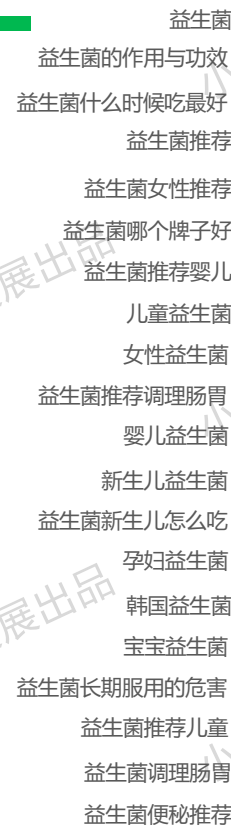
维生素TOP热词



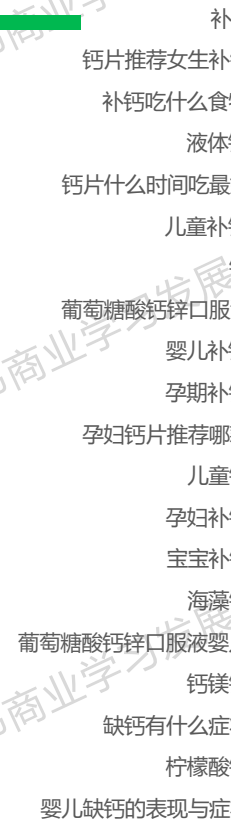
鱼油TOP热词



益生菌TOP热词



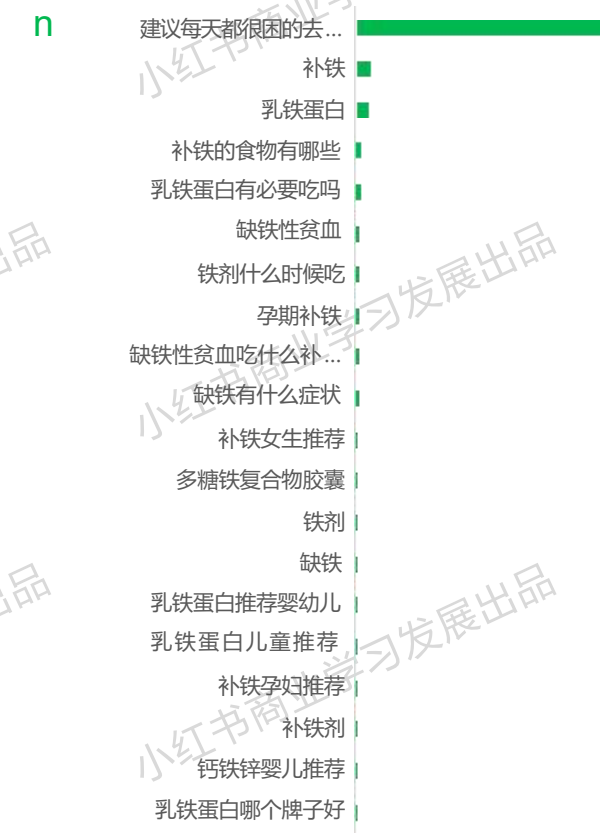
钙TOP热词



蛋白粉TOP热词



铁TOP热词



优质笔记分享

优质笔记-5月

小红书

生活感场景

送礼指南

自律经验

选品秘籍



【首图】家人出境，凸显生活感、幸福感

【标题】突出自我感受，吸引更广泛受众点击并寻找共鸣

【正文】从家人互动出发，带出日常调养好物，配合有爱氛围增加产品附加价值

【首图】点明礼物清单，吸引需求受众

【标题】明确送礼场景，强调低成本&情感，配合感叹号增加吸引力

【正文】以普通礼品引入，带出保健调养需求，强调其重要性，最后引出商品

【首图】素颜自拍，视觉吸引力强

【标题】强调年龄，直切入细分人群，吸引点击

【正文】从经验分享切入，生活建议中插入产品推荐，吸引力强

【首图】大字突出成分关键词，吸引目标受众

【标题】点明人群和产品，采用问号吸引受众

【正文】从科普出发，分步骤说明相关成分的好处、受众和选择标准，最后引出产品

小红书 05月 大健康行业月报

THANKS

版权归属小红书科技有限公司，仅供学习使用，严禁用做商业通途

版权归属小红书科技有限公司，仅供学习使用，严禁用作商业通途