



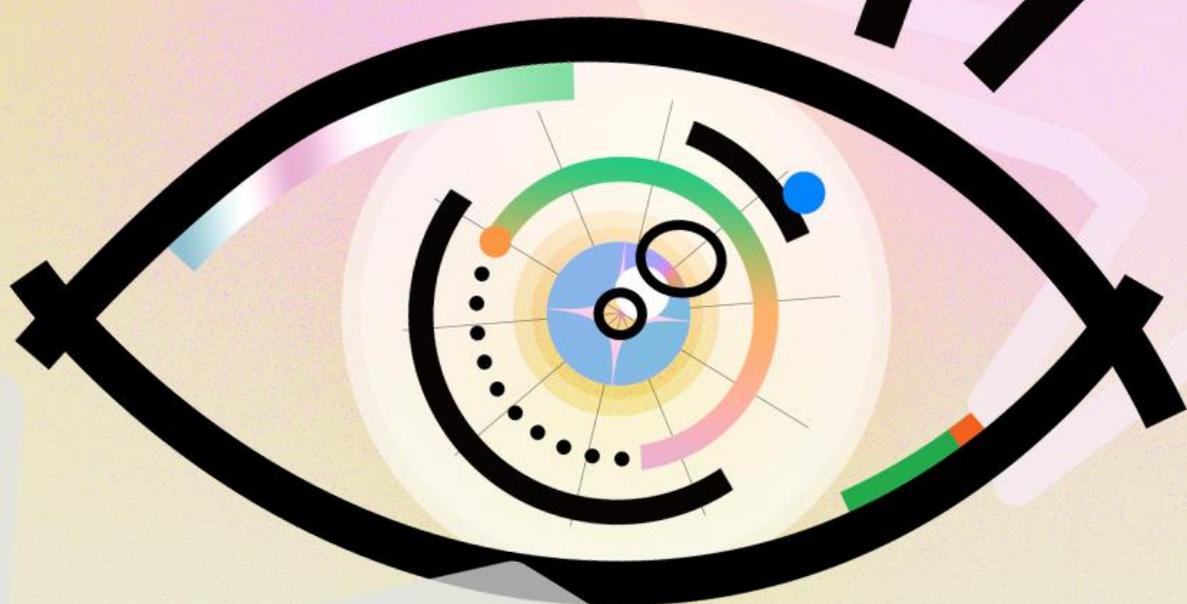
BEST BUYER

618 薯你会买



TOPKLOUT.COM

自媒体价值排行及版权经纪管理 克劳锐



# 好眼光指南

Good Vision Guide

## 618新生活购物趋势洞察报告

从“早8”到“晚8”，围绕“十三大新生活场景”

结合“人感”评审标准

送你一份超有眼光的「618消费指南」

# 序言



小红书商业营销中心  
总经理 美奈子

2024年消费产业竞争加剧、不确定性提升，消费品牌致力于在变化中探索增长的稳定性。这种趋势下，基于对用户的深度洞察和品牌生意变化的敏锐捕捉，对新人群新生活场景的不断发掘，小红书携手克劳锐着眼于“新兴人群×货品场景×生活方式”的打法公式，共同发布《「好眼光指南」618新生活购物趋势洞察报告》，以创新的评价标准为消费者提供有用有趣的购物指导，助力品牌在大型促销活动中有效种草。



克劳锐总经理 张宇彤

2024年消费者成为消费行为的中心，情感成为驱动消费的关键因素。这种变化引发了一系列的变革，一种以满足消费者情绪价值为核心的“情绪经济”正在快速发展，成为消费市场的重要力量。观察到这种变化，我们开展了这次研究。本次研究致力于将消费者情绪需求与生活场景结合，发现新消费场景，分析其中的消费特点，总结新消费趋势。希望本次研究能够为消费市场提供新的启示。



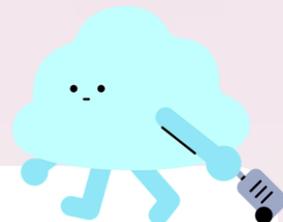
天下秀WEIQ红人营销平台  
总经理 邵磊

在充满挑战与机遇的复苏之年，天下秀集团作为本土红人经济的领军者，持续关注市场动态，并致力于通过数字技术推动红人经济的繁荣与创新。值此618之际，小红书携手克劳锐发布《「好眼光指南」618新生活购物趋势洞察报告》，以报告为基础，构建了一座消费者、商家、红人和平台互融共通、合作交流的“桥梁”。我们期待这份报告能为各方提供全新的观察视角，激活消费彭拜热力，助力产业蓬勃发展。



## 研究方法说明

### 研究方法



- 桌面研究、消费者问卷调研、数据分析

### 数据来源

- 定量调研：2024用户场景消费调研，N=1088
- 消费数据分析：涉及服装、食品、3C消费电子等共计10个行业
- 桌面研究：引用国家统计局、CNNIC、市场公开数据

### 核心内容



本项目针对消费生活展开研究，探讨消费生活新方式中涌现的新场景，分析人群消费行为，并基于“好眼光指南”标准，推荐热点消费品类，具体包括：

- 解析人群消费特征
- 基于“早8至晚8”新生活方式，发现消费新场景
- 分析新场景内消费需求与消费特征
- 发布幸福时刻的趋势好物

# 目录 CONTENTS

## 01. 新生活孕育新场景

- 情绪价值引导新消费
- 新消费人感评选标准
- 早8到晚8，新生活场景

## 02. 新场景遇见新消费

从早8到晚8，人们在日常生活场景中产生新的消费需求，推动场景消费变革

- 【8:00】用运动来启动——等着闹钟硬启动，不如起来做运动
- 【9:00】上班真性情穿搭——不管dress code，只管dress cozy
- 【10:00】brunch想吃就吃——物质上我养活它，精神上它治愈我
- 【11:00】松弛感瑜伽练习——自在伸展，让内心能量充盈
- 【12:00】公园20分钟——晒太阳，也是精神的光合作用
- 【13:00】职场淡人哲学拿捏——一下找回柔软自在
- 【14:00】带薪Gap Hour——呼呼，工作暂停，AA八卦，也AA卡路里
- 【15:00】打工人E起来——拒绝职场搞内耗，E起告别负能量
- 【16:00】轻负担晚餐统治区——生活和美食一样，都要用眼光好好料理
- 【17:00】班味退散，拿捏角色转变——职场飒姐秒变松弛感辣妈，远程轻松陪娃
- 【18:00】现实版变妆转场——人间烟火，在等本仙子变身下凡
- 【19:00】宅家高端局——收留我的空间那么多，但只把这个当作家
- 【20:00】晚间仪式感——Rua Rua自己，给情绪做套Spa



# PART ONE

## 第一章

### 新生活孕育新场景



## 1.1

## 情绪价值引导新消费

## 生活向“新”，人们关注自我、理性思考、主动社交

2024年人们日常生活的多个方面发生了变化，促使人们个体意识觉醒，变得更加关注自我、更加理性地思考、乐于主动社交，并在消费中形成了独特的消费观念。

## 2024消费者生活方式变化TOP5

- 休闲娱乐方式
- 餐饮、服饰消费方式
- 出行方式
- 居住环境
- 医疗健康方式

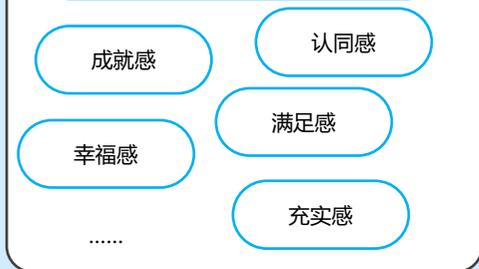
## 生活变化带来的影响

- 更加重视自己的想法，在生活中增强了自我意识
- 改变了社交理念，在社交中变得更加主动
- 重新审视生活，谨慎的思考自己生活目标和追求
- 影响了消费理念，产生独属于我自己的消费观念

## 情绪焕“活”，自我表达与自我满足需求引领消费

更加关注自我的人们在消费时倾向于**优先满足**自己内心的**情绪需求**。其中，自我表达和自我满足是情绪满足的关键。

## 自我满足



## 自我表达



## 价值更“新”，人感优先的消费价值判断

人群

X

情绪

X

场景

人们的情绪满足需求与消费生活场景结合催生消费新标准——人感优先标准。这一标准强调消费行为**以人为本**，将**情感置于消费决策的首位**，使**情绪价值的满足**成为衡量商品或服务质量的**关键依据**。



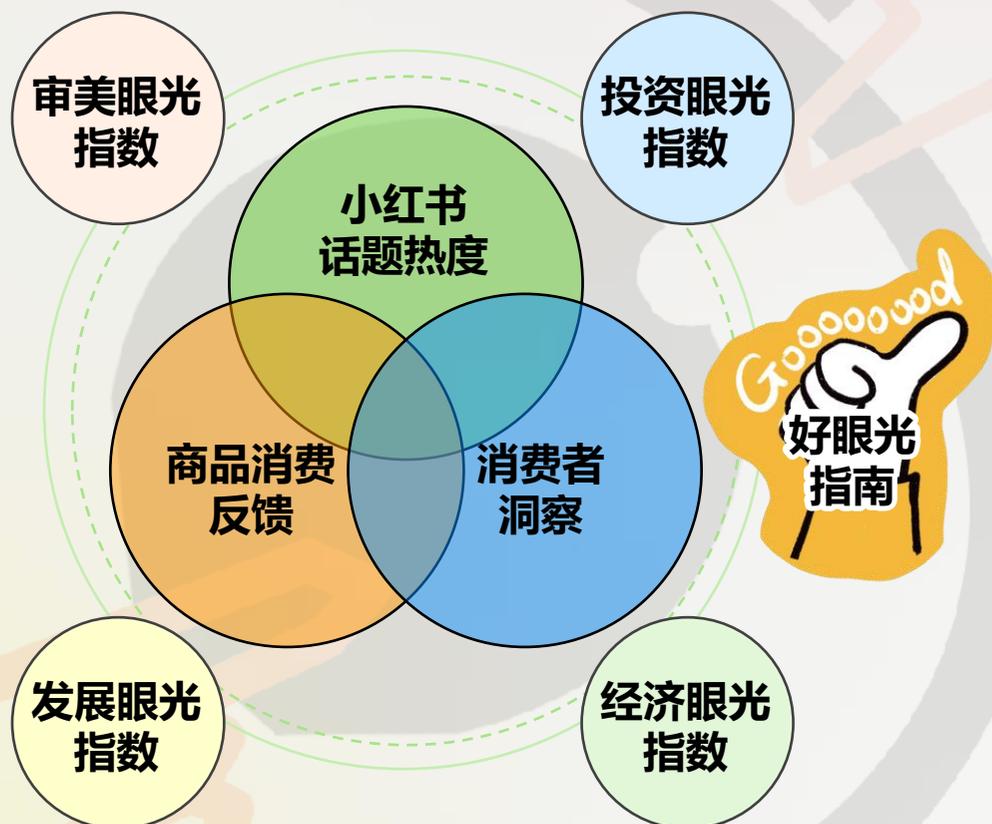
## 1.2

## 新消费人感评选标准

围绕人的感受，小红书「618薯你会买」联合克劳锐推出人感评判标准。该标准综合小红书站内，全网电商平台及消费者调研数据，提炼出“买对”的消费建议。

**颜值与功能的氛围感**，代表消费者的审美价值，具体表现为小红书站内品类热点话题的点赞、收藏、评论（互动量）。

**下单与使用的体验感**，代表消费后消费者对商品价值的判断，具体表现为商品好评度和商品销量。



**评价与反馈的社交感**，代表消费需求被满足的程度和消费行为的社交价值，包括消费者的消费意愿、消费水平与消费后的满意度。

**种草与价值的获得感**，代表消费者对商品的综合评价，包括消费者对商品价值的评价以及对商品使用价值的评价。

## 1.3

## 早8到晚8，新生活场景

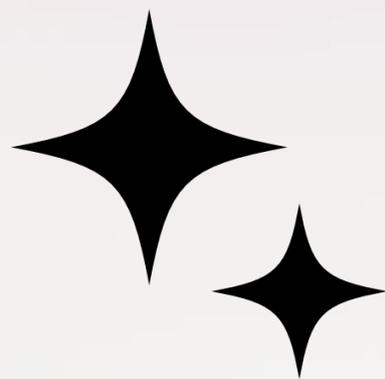
为满足自身情绪需求，人们主动改变了自己的生活方式，催生出新生活场景——从早8到晚8，12个小时的生活中诞生**13**个新生活**场景**。基于对新生活方式的理解，结合消费市场热度表现，小红书「618薯你会买」联合克劳锐发布幸福时刻的**趋势好物**。



# PART TWO

## 第二章

### 新场景遇见新消费





8:00

# 用运动来启动

等着闹钟硬启动,不如起来做运动

#见人不如健身 **150亿+** 阅读量

#我的运动日常 **70亿+** 阅读量

#居家锻炼 **35亿+** 阅读量

#运动的人没空烦恼 **900W+** 阅读量

#晨间运动 **400W+** 阅读量

.....

运动已经融入人们日常生活  
成为新生活方式

小红书中, **41%** 用户  
主动选择运动健康的生活方式



**@元气菊仔** ✨  
晨起空腹有氧运动



**@范李猿** ✨  
快速清醒的晨间运动

用运动来启动

## 运动健康消费升温，知名品牌备受青睐

72%

消费者增加了运动健康场景的消费

59%

消费者更青睐知名品牌运动服饰

64%

消费者单次消费金额1500元以下

## 消费者尝试新运动项目

## TOP10

骑行

马拉松

徒步

滑雪

八段锦

网球

瑜伽/普拉提

滑板

飞盘

攻防箭

## 幸福时刻的趋势好物



## 【NIKE】网球裙

**推荐理由：**穿上Nike网球裙，让一场早球把大清早的元气一网打尽，这很有眼光！

**用户好评：**运动女孩必备百搭单品，场上场下都超有范儿，活力值拉满！

## 踏步机



**推荐理由：**宅家踏步，用静音踏步机开启晨间运动的新方式，足不出户享受轻松感运动

## 防水运动包



**推荐理由：**无惧露水，守护运动装备，晨间运动最佳搭档，让你畅享户外运动



9:00

# 上班真性情穿搭



@碳酸饮料拜拜

monday Noon绿色心情

不管dress code, 只管dress cozy

#每日穿搭 900亿+ 阅读量

#日常穿搭 550亿+ 阅读量

#ootd每日穿搭 300亿+ 阅读量

#职场通勤穿搭 60亿+ 阅读量

#通勤穿搭 30亿+ 阅读量

.....



春夏衬衫一周穿搭  
Outfit of the week

@伊伊

春夏衬衣穿搭

#打工人穿着 话题

在小红书发酵

凸显通勤族对舒适穿搭的追求

43%用户尝试更舒适的穿搭方式



法式气质通勤穿搭

@大美牛

通勤穿搭

## 上班真性情穿搭

## 鞋服消费高频，消费者偏爱千元内知名品牌产品

50%+

超半数通勤穿搭消费者为Z世代

66%

消费者单次消费金额小于1000元

33%

消费者倾向于选购  
**知名品牌**鞋服产品

40%

消费者每月2-3次  
购买鞋服产品

## 幸福时刻的趋势好物

## 【NIKE】Dunk 运动板鞋



**推荐理由：**出完汗神清气爽换个Nike Dunk，打扮的美美的上班更有范儿！

**用户好评：**宝藏鞋款又出夏日新配色！椰香奶绿也太好看啦，可飒可甜，冲了冲了！

## 护颈脖套



**推荐理由：**办公室体态救星，保暖实用，让颈椎不在倾斜

## 空调房披肩



**推荐理由：**空调披肩，柔软舒适，一物多用，不仅温暖身体，更抚慰忙碌工作的心灵



10:00

# brunch想吃就吃

物质上我养活它，精神上它治愈我

#我家宠物好可爱 **400亿+** 阅读量

#我的萌宠 **200亿+** 阅读量

#猫咪日常 **150亿+** 阅读量



@独生子的日常 ✨  
给小猫看点不一样的

#萌宠 **140亿+** 阅读量

#宠物成精了 **20亿+** 阅读量

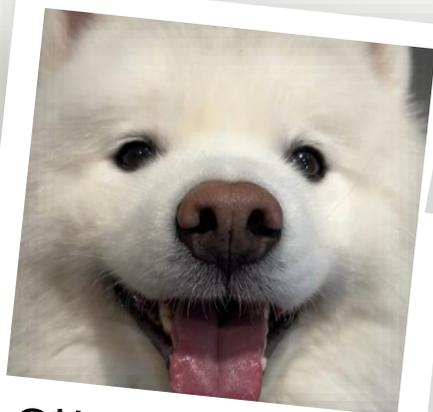
#小红书宠物朋友 **2亿+** 阅读量

.....



@屁屁铛 📢  
像煤气罐一样的猫 ✨

宠物治愈一切  
与宠为伴成为新的生活方式  
小红书中**38%**用户愿意为宠物改变自己的生活方式



@辣条是只萨摩耶 ✨  
笨蛋小狗

brunch想吃就吃

## 高线城市用户更爱养宠，消费关注产品质量

67%

宠物主生活在  
高线城市

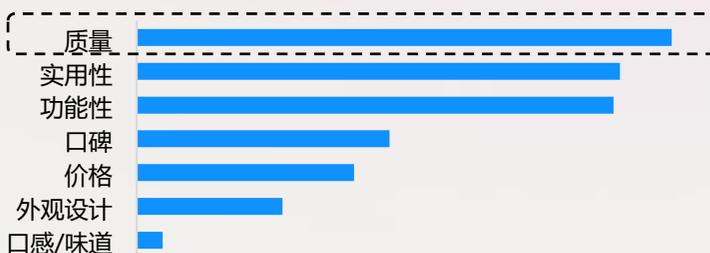
35%

消费者单次消费金额在  
100-500元之间

41%

消费者选购  
海外品牌产品

### 宠物主消费中 重视产品质量



## 幸福时刻的趋势好物

### 【天然百利】金质高蛋白猫粮

**推荐理由：**优选北美天然散养走地鸡，猫咪的金质每一餐，也由我精心挑选

**用户好评：**猫粮尖子生，分分钟拿捏瘦弱的小猫咪！



### 宠物专用鱼油

**推荐理由：**纯天然专用补充剂，给宠物更好的呵护，让爱随时陪伴，让它们拥有更健康、更快乐的生活

### 智能冷暖宠物窝

**推荐理由：**为爱宠提供温暖的守护，让爱永远陪伴在彼此身边





11:00

# 松弛感瑜伽习练

自在伸展，让内心能量充盈



@哩哩Lilyy  
户外瑜伽



@闪电喜宝  
和宠物一起瑜伽

#瑜伽 30亿+ 阅读量

#瑜伽打卡 4亿+ 阅读量

#一起来瑜伽 20亿+ 阅读量

#瑜伽女孩 6600W+ 阅读量

#瑜伽日常 13亿+ 阅读量

.....

追寻健康与轻盈

人们主动参与瑜伽练习

在中国，超6成运动女性体验过瑜伽运动

瑜伽成为日常，运动开启新生活



@洋洋yoga  
晨起空腹瑜伽

松弛感瑜伽习练

女性主导消费，7成选购舒适的瑜伽服饰

运动频率

40%

瑜伽消费者每天保持练习

消费场景

61%

消费者在瑜伽馆内消费

瑜伽消费中，

77%用户会购买运动内衣/瑜伽服

运动内衣/瑜伽服

瑜伽垫

场馆课程

辅助器具

线上课程

消费内容

幸福时刻的趋势好物

【lululemon】Align™系列瑜伽裤

**推荐理由：**亲肤裸感、四面弹力，  
每个动作感受轻盈

**用户好评：**心目中的瑜伽神裤，  
是出街首选了！



氛围灯



**推荐理由：**氛围感神器，  
瑜伽冥想的最佳伴侣

香薰蜡烛

**推荐理由：**香薰蜡烛，让空气都香香的，  
一呼一吸间，释放身心，享受瑜伽时光的美好





12:00

# 公园20分钟

晒太阳，也是精神的光和作用

#公园20分钟效应

8000w+ 阅读量

3.5w+ 用户参与

#公园20分钟效应是真的

3000w+ 阅读量

2w 用户参与

#20分钟公园理论

2500w+ 阅读量

1w+ 用户参与

.....

“公园20分钟”理论风靡全网

反映出人们对休息与恢复的渴望

轻户外、零成本放松的活动成新潮流

小红书中**38%**用户主动参与轻户外活动



@跑者小艺博士  
城市“漫”跑



@是钱钱Yaa  
公园放松一下



@今日草莓甜  
公园20分钟体验

公园20分钟

越年轻越热爱，轻户外运动消费高频高价

Z世代乐于  
尝试轻户外活动

36% 00后

27% 95后

19% 90后

高频高消费趋势明显

53% 每周参加1-3次轻量化运动

26% 单次消费金额1000-1500元

运动中倾向于选择  
能够放松心态的运动

心态轻松的  
能说走就走的  
可以全家爱一起参与的  
装备简单的  
零碎时间可以参与的



## 幸福时刻的趋势好物

## 【NIKE】Winflo 11 跑步鞋



**推荐理由：** 踩上Nike Winflo11，赶紧去楼下公园跑个步放空一下！

**用户好评：** 脚感轻盈又舒适，回弹缓震让你的跑步，易如反掌！夏日跑步必备！

## 多功能露营车



**推荐理由：** 公园20分钟的必备品，适用全地形，随时随地享受大自然的美好，感受户外的乐趣

## 精油香氛沐浴露

**推荐理由：** 精油香氛沐浴露让运动后的疲惫一扫而光，用芳香开启下午的工作生活





13:00

# 职场淡人哲学拿捏

一下找回柔软自在



@zoe给你宇宙 ✨

无痛的上班法则

#淡人 4300W+ 阅读量

#淡人vs浓人 2700W+ 阅读量

#人生是巨大的由浓变淡  
1800W+ 阅读量

#浓人淡人 1400W+ 阅读量

#职场淡人 75W+ 阅读量

#正式确诊为职场淡人 20W+ 阅读量

.....

精神淡淡的

除了有点想鼠, 几乎没有什么大波动



@finerworld ✨

正式被确诊为职场淡人!



@可可学姐 (职场版) ✨  
工作中的淡人

目标淡淡的, 情绪淡淡的.....  
2024年“职场淡人”成为职场  
最佳人设

## 职场淡人哲学拿捏

# 消费重视产品功能性，消费前主动搜索信息

**45%** Z世代追求高效的工作方式

**64%** 消费者选择**国产品牌**

**20%+** 消费者关注产品功能实用性  
与质量

## 消费者消费前主动搜索相关信息



## 幸福时刻的趋势好物

### 【舒洁】山茶花湿厕纸



**推荐理由:** 添加山茶花精华，纸为带来花瓣般的温柔洁净呵护，祝你日日有花开

**用户好评:** 花瓣般的细腻触感，从细节处让生活更精致

### 键鼠套装



**推荐理由:** 在高效的工作节奏中，找到舒适与效率的平衡点，重新定义高效办公

### 无线蓝牙耳机



**推荐理由:** 办公室畅听无阻，提升工作效率，让每一刻都专注



14:00

# 带薪Gap Hour

呼呼，工作暂停，AA八卦，也AA卡路里

#吃了甜食会开心 **40亿+** 阅读量

#零食推荐 **35亿+** 阅读量

#下午茶 **30亿+** 阅读量

#下午茶甜品 **9亿+** 阅读量

#下午茶仪式感拉满了 **1.5亿+** 阅读量

#超好吃职场下午茶 **900W+** 阅读量

.....



@是凯妹阿-  
大使馆附近的下午茶



@小面包^s kitchen  
下午茶好物推荐



01年第一天入职新公司  
也太好玩了吧  
两个有钱花  
天天有钱花

@办公室小七吖  
新公司的下午茶

下午茶时光  
职场人分享元气恢复秘诀  
小红书中，**37%**用户  
追求下午带薪GAP一下

带薪Gap Hour

## 下午茶消费月均两次以上，要健康也要高品质

### 下午茶也要健康

18%

消费者倾向于选择健康食品

### 下午茶呈高频高消费趋势

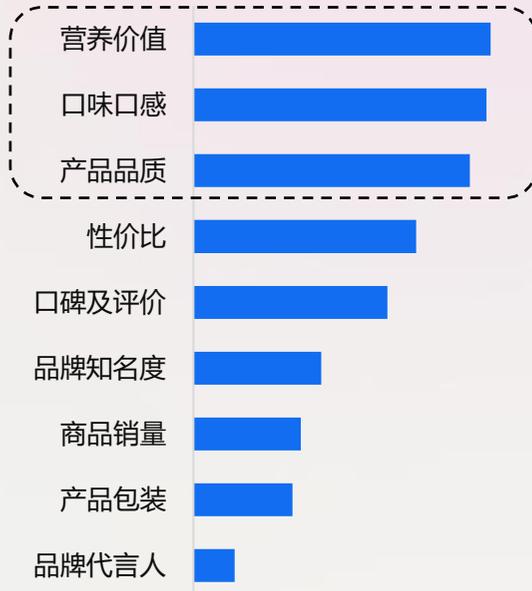
72%

消费者月均消费2次以上

57%

消费者单次消费在100-1000元之间

### 下午茶消费更重视营养、口味与品质



## 幸福时刻的趋势好物

### 【益倍适lifespace】小蓝条益生菌



**推荐理由:** 久坐白领，外卖党看过来，肠有“小脾气”，难免嗯嗯不畅，呵护肠道微生态，试试益倍适小蓝条益生菌

**用户好评:** 干饭人回血条，无辣不欢星人的护卫队

### 植物蛋白饮



**推荐理由:** 在忙碌的工作间隙，为自己补充一份新鲜、纯正的营养，让工作与生活都充满活力

### 0脂黑咖啡



**推荐理由:** 科学控卡，黑咖啡助阵下午茶，享受下午茶时光时不再担心热量摄入，品味浓郁的同时保持健康



15:00

# 打工人E起来

拒绝职场内耗，E起告别负能量

#工作使我快乐 **50亿+** 阅读量

#职场干货 **30亿+** 阅读量

#职场那些事儿 **20亿+** 阅读量



#工作日常 **10亿+** 阅读量

#拯救职场不开心 **4亿+** 阅读量

#职场沟通 **7500w+** 阅读量

.....



2024打工人工作生活新态度——  
乐观向上E起来，积极迎接职场挑战  
小红书中，**23%**用户主动成为  
职场E人



打工人E起来

## Z世代重视保持乐观心态，保健品与国产电子产品受热捧

00后、95后主动选择  
保持乐观心态

34% 00后

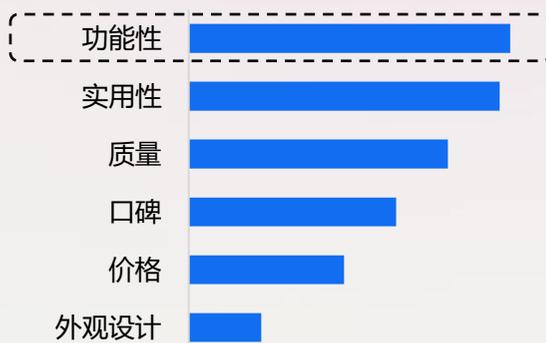
23% 95后

44% 00后主动购买保健品

36% 消费者在3C电子消费  
中选择国产品牌

41% 消费者在家用电器消费  
中选择国产品牌

### 职场E人3C电子消费更关注功能性



## 幸福时刻的趋势好物

### 【汤臣倍健】EPA鱼油

**推荐理由：**选鱼油不要再只看omega-3纯度了，高纯度EPA才是关键，应对生活挑战，简直E如反掌！

**用户好评：**鱼油我超会买！第一次感受到内调保养的松弛具像化



1. 适宜人群：血脂偏高者  
不适宜人群：少年儿童、孕妇、乳母、出血倾向者和出血性  
疾病患者、肝功能不全者  
2. 风险提示语：保健食品不是药物，本品不能代替药物  
3. 广告批准文号：粤食健广审（文）第230528-23850号



### 颈肩按摩仪

**推荐理由：**打开颈肩按摩仪，办公室也能享受真实的按摩触感，舒缓疲劳，焕发工作生活活力

### 迷你电动筋膜枪

**推荐理由：**迷你筋膜枪轻巧便携，却拥有强悍的按摩性能，在办公室也能随时享受舒适的按摩体验





16:00

# 轻负担晚餐统治区

生活和美食一样，  
都要用眼光好好料理



@要好好吃饭

拒绝外卖



#一人食吃什么 **200亿+** 阅读量

#晒晒我的健康餐 **2亿+** 阅读量

#减脂晚餐 **1.7亿+** 阅读量

#低卡健康速食 **1亿+** 阅读量

#健康餐 **7000w+** 阅读量

#帕梅拉晚餐 **3500w+** 阅读量

.....



@肉肉的减脂便当

生活要好好吃饭



晚餐轻负担，

追寻健康饮食新风尚

小红书中，**27%**用户通过改变食  
饮保持健康



@❤筱晓颖❤

一周营养减脂汤



轻负担晚餐统治区

Y/Z世代更崇尚健康食饮，愿为高价健康晚餐买单

45%

Z世代

33%

Y世代 主动改善食饮生活方式

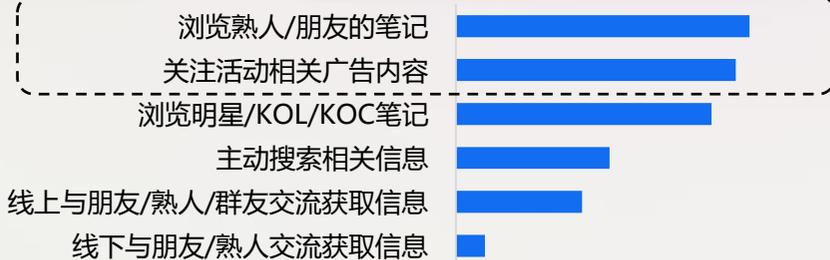
29%

消费者单次消费金额为100-500元，**消费者愿意为健康食品支付更高的费用**

43%

追求健康食饮  
消费者每月消费健康食品2-3次

消费者信息获取  
关注朋友的笔记  
也关注广告内容



### 幸福时刻的趋势好物

无糖乌龙茶

推荐理由：无糖乌龙茶真茶真韵，低卡佐餐新选择，健康美味，大胆享受美食



低脂即食鸡胸肉



推荐理由：低脂即食鸡胸肉，低卡、美味，让晚餐时光不再单调，轻负担的同时，满足味蕾的享受



17:00

# 班味退散，拿捏角色转变

职场飒姐秒变松弛感辣妈，  
远程轻松陪娃

#职场妈妈 4.5亿+ 阅读量

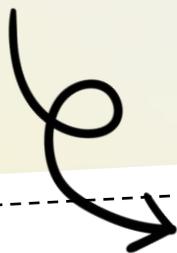
#全职妈妈or职场妈妈 2500w+ 阅读量

#职场妈妈的日常 1600w+ 阅读量

#职场宝妈 1000W+ 阅读量

#职场辣妈 160w+ 阅读量

.....



职场人 or 好妈妈？我全都要！  
职场妈妈线上话题互动  
追求工作与家庭的平衡



@贝儿拾光

远程陪娃的时光



@松果妈妈

是妈妈也是职场人



@小葵花妈妈

职场妈妈的日常



班味退散，拿捏角色转变

## 为学习需求消费，超4成消费者考虑购买打印机

- 电教产品消费中，学习机、智能穿戴设备、电脑是家长选购的核心产品
- 2024年**50%**家长认可数码电教产品缓解学习压力
- 超4成**家长倾向于购买多功能打印机
- 3C电子产品消费中，家长更重视产品的**功能、品牌、材质和售后**

### 数码电教产品购买原因TOP5

当前教育阶段需要

日常生活需要

满足孩子需求

日常放松

觉得有用就买

## 幸福时刻的趋势好物

### 【惠普】家用学习打印一体机

**推荐理由：**加班出差都不怕，作业可以远程打，打印品质好，印量大，有孩家庭高效学习必备

**用户好评：**真·有娃一族的福音！不允许还有人不知道~



### 养生壶



**推荐理由：**打开养生壶，用一杯清香温暖的茶抚慰自己，工作疲惫一扫而光

### 家用投影仪

**推荐理由：**用家用投影仪，在家打造沉浸式观影体验，让家居生活如影院般精彩





18:00

# 现实版变妆转场

人间烟火，在等本仙子变身下凡

#妆容分享 130亿+ 阅读量

#变妆 5亿+ 阅读量

#日常妆容打卡 45亿+ 阅读量

#让我们一起变美 4亿+ 阅读量

#撸个妆 10亿+ 阅读量

.....

上班丑关我下班什么事？  
2024年流行下班变妆，  
开启潮流新生活



@shen02

韩系水光感白桃妆



@impt魔法少女

上下班反差感



@陈焯焯

下班约会极限变妆



## 现实版变妆转场

### 00后重视下班后的变妆生活，男颜消费趋势明显

- **46%**用户为00后，他们更加注重下班后的个人生活
- **84%**用户在消费中选择国际品牌和国货品牌服饰
- 选择下班变妆的用户中**男性占比28%**，男颜之美趋势明显

#### 消费者更关注 消费中的精神满足



### 幸福时刻的趋势好物

#### 【朗姿LANCY】夏日呼吸衫

**推荐理由：**现实版变装更要有好品味搭配，朗姿夏日呼吸衫适配完美变装的时刻

**用户好评：**清凉感Cozyfit，一起去享受夏天吧



#### 持妆遮瑕气垫

**推荐理由：**下班后的现实版变妆，只需一个气垫轻松搞定，瞬间焕发光彩，展现真实的自己

#### 多色眼影盘

**推荐理由：**淡妆天菜，轻松打造氛围感妆容，让你在下班的聚会中魅力四射





19:00

# 宅家高端局

收留我的空间那么多，  
但只把这个当作家

#浪漫生活的记录者 **500亿+** 阅读量

#把生活拍成电影 **19亿+** 阅读量



@东阳Sir53 📷

高级感家庭拍摄 ✨

#生活美学 **12亿+** 阅读量

#让生活更美好的小家电 **11亿+** 阅读量

#科技改变生活 **4亿+** 阅读量

.....



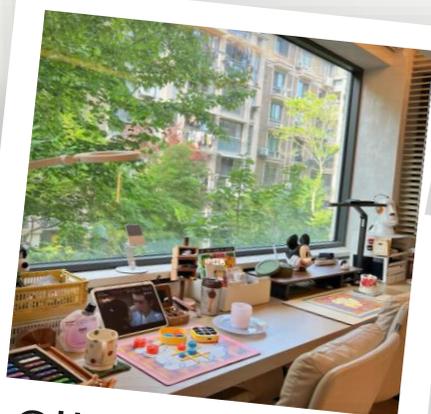
@爱拍照的意禾 ✨  
把生活拍成电影

2024

生活美学渗透小红书

**#美好生活** 话题互动量增长

用户追求高品质的家居生活方式



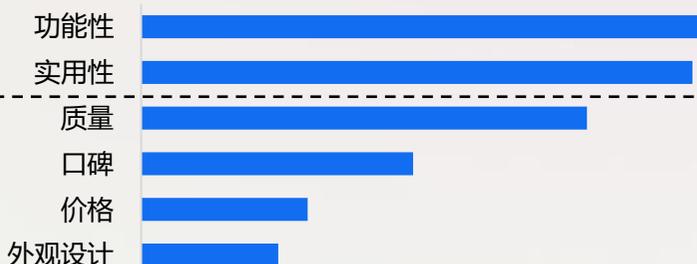
@林sunny的理想生活  
舍不得出门的家

## 宅家高端局

### 高线用户追求高端宅家生活，家居清洁需求驱动消费

- **56%**用户为Z世代，他们热衷于享受高级感的宅家生活
- 高线城市用户更重视宅家高级感生活，**73%**用户生活在一线、新一线城市
- **58%**消费者为居家清洁、美食制作与办公带饭场景购买小家电产品

#### 消费者选购生活电器 主要考虑因素



## 幸福时刻的趋势好物

### 【卡萨帝】水晶胆热水器

**推荐理由:** 是洗澡，也是养肤浴！用卡萨帝水晶胆电热水器，享受山泉般丝滑沐浴

**用户好评:** 每次洗澡都成为一种沐浴“小私汤”般的享受



### 高速吹风机

**推荐理由:** 高速电吹风机让发丝丝滑柔顺，宅家也能享受沙龙级护发体验，让每一缕发丝都充满光泽与活力



### 空气循环扇

**推荐理由:** 用空气循环扇，在家中也能感受到大自然的清新与舒适，让宅家的时光变得更加惬意与美好





20:00

# 晚间仪式感



@Blueblueblue ✨  
拿捏看球的仪式感

Rua Rua自己，给情绪做套SPA

#沉浸式护肤 20亿+阅读量

#生活需要仪式感 17亿+阅读量

#仪式感不能少 4亿+阅读量

#餐桌上的仪式感 1.8亿阅读量

#生活仪式感 1.3亿+阅读量

.....



@小Snow ✨  
仪式感的家

生活离不开仪式感  
爱生活的人们致力于打造仪式感满  
满的生活场景

**48%**用户偏爱仪式感晚间生活



@鱼儿儿 ✨  
洗澡的仪式感

## 晚间仪式感

## 95后更关注仪式感生活，消费追求精神满足

- 晚间仪式感生活受到年轻人欢迎，用户中**68%**为95后
- 追求仪式感生活**20%+**用户愿意付费
- 消费中，**51%**消费者单次消费金额为500-1500元
- **64%**消费者重视消费中的精神满足

家居生活消费  
关注因素分布

## 幸福时刻的趋势好物

## 【NIKE】足球衣

**推荐理由：**到家赶紧换上Nike足球衣，看球赛也要有范儿！

**用户好评：**平时场上的气势，早已融在球衣里，场下混搭，直接拿捏blokecore的灵魂！



## 植物精华面霜

**推荐理由：**敏感肌护肤要满满的仪式感也要享受无敏感的减黄提亮，植物精华美白面霜让肌肤焕发自然光彩



## 精华眼霜

**推荐理由：**日常护肤的仪式感中，选择高品质的护肤保养，让肌肤透出莹润光泽



## 声明

本报告由【小红书「618薯你会买」】与【克劳锐指数研究院】联合制作。报告中文字、数据受中国知识产权法等法律保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归【小红书「618薯你会买」】与【克劳锐Topklout】所有。

【小红书「618薯你会买」】与【克劳锐Topklout】对报告中所引用的第三方数据及其他公开信息不承担任何责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

2024年「618薯你会买」全新升级，紧扣“划重点”、“圈人群”与“抢关注”三大核心，通过联合克劳锐发布“好眼光指南”，聚焦细分趋势品类；精准拦截六大特色人群，打造专属分会场抢占心智；同时制造线下高点事件“不乱花”集市，由博主带逛点燃618高点时刻。助力品牌精准把握大促节点，实现品牌的快速增长。

【克劳锐Topklout】是国内领先的权威自媒体价值排行及版权经纪管理第三方数据监测机构，提供专业自媒体大数据价值评估体系、多维度商业价值判定、深度行业观察报告及高效的版权经纪管理等一站式综合服务。

未经允许，不得对报告进行加工和改造。欢迎转载或引用。如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处【小红书「618薯你会买」】与【克劳锐】。



小红书商业动态  
微信公众号



克劳锐Topklout  
微信公众号



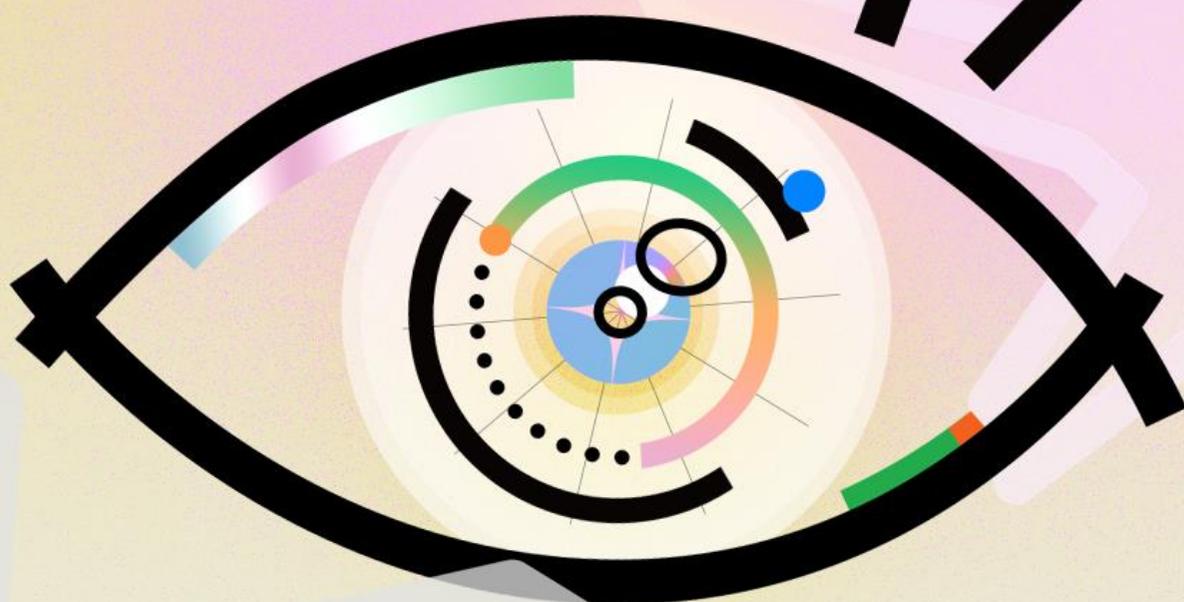
BEST BUYER

618 薯你会买



TOPKLOUT.COM

自媒体价值排行及版权经纪管理 克劳锐



# 你的眼光 让生活发光

Your vision Let life shine