

小红书

# 每条旅行建议 都是亲身经历

2024小红书文旅-目的地营销

XIAOHONGSHU  
ALL RIGHTS RESERVED.

## 买得更好

精品海淘攻略，迈出第一步



## 变得更美

美妆、时尚等内容聚拢首批种子用户  
聚焦中国高价值女性用户群体



## 活得更好

内容品类扩散至多元生活场景  
陪伴一代人找到想要的生活



2013.06  
小红书在  
上海创立

2013.12  
小红书推出海外  
购物分享社区

2017.06  
苹果商店购物类  
下载排名第1  
用户破5000万

2020.06  
小红书月活用户过亿

2021.10  
小红书月活用户  
破2亿

2023.02  
小红书月活用户  
破2.6亿

NOW  
探索永不止步  
精彩仍在继续



# 灵感熠熠的内容，点亮生活全场景

衣/食/住/行/学习/工作社交/休闲娱乐 .....

一级内容类目 **37个**

二级内容类目 **232个**

专业、有趣、有用、有效的内容，为用户提供生活方式参考



城市出行

↑ 243%



音乐

↑ 241%



旅游

↑ 149%



职场

↑ 132%



情感

↑ 120%



社科

↑ 117%



体育运动

↑ 97%



搞笑

↑ 94%



户外

↑ 94%



汽车

↑ 88%

# 年轻有活力的用户都在小红书

• 小红书已经成为用户的多元生活方式聚集地，跨代际人群的生活百科全书 •



**2.6亿** 月活用户



**50%** 95后 **35%** 00后



**50%** 一二线城市



**3:7** 男女比例 **男性用户**  
增长高于大盘



**90%** 用户UGC内容



**8000万+** 分享者



**60%** 日均用户搜索渗透

# 用户们的需求旺盛、舍得消费

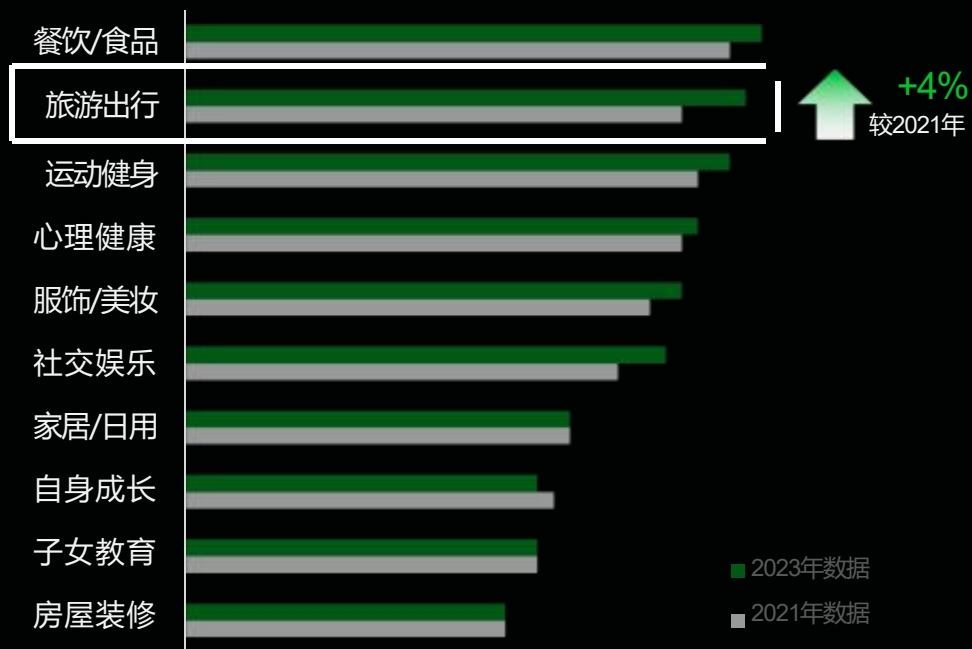
注重生活品质，对美好生活的向往是TA们的消费“密码”

2023年出行消费数据

5K

个人月均消费支出  
比2021年+0.9K

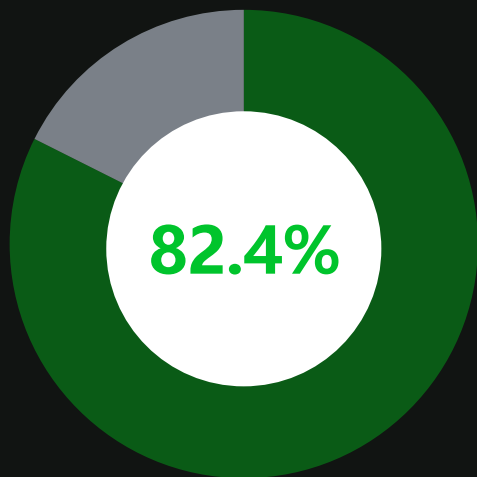
愿意消费更多以提升生活品质的领域 (TOP10)



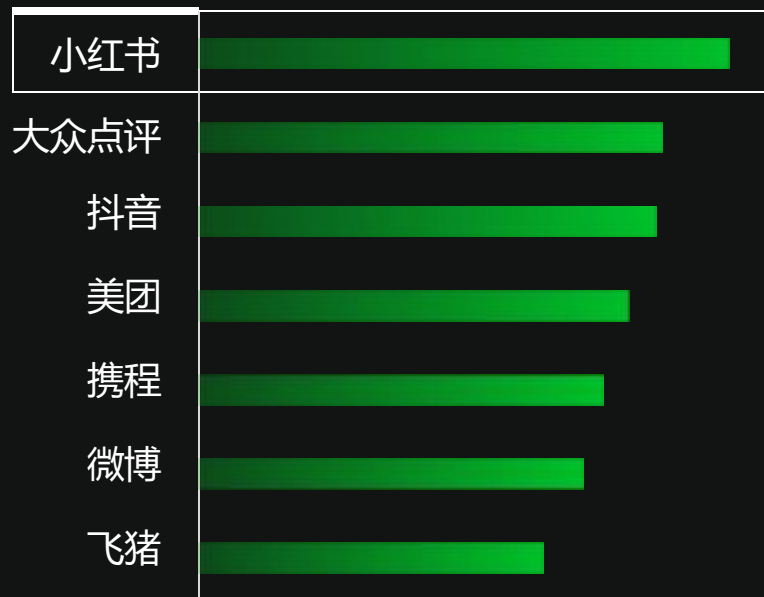
# 小红书是用户研究旅游攻略的主要内容社区

有八成游客会在出行前通过线上平台研究攻略，其中在小红书上花费的时间较多

在出行前通过线上途径研究攻略的占比



用户各平台时间精力分布



# 从种草到决策到分享，小红书陪伴用户走完旅行全程

## 42%

新用户来到小红书第一天就使用搜索功能

从浏览到搜索的流畅的流转，让文让旅内容内容内容实现立体的全面的用户影响力

### 全面的用户影响力

## 70%

的月活用户有搜索行为，搜索已经成为小红书用户的日常使用习惯

小红书 旅行攻略

相关笔记 **1088万+** 篇



小红书 打卡拍照

相关笔记 **727万+** 篇



小红书 避坑经验

相关笔记 **35万+** 篇



# TA们将小红书作为「旅行百科全书」

亲子游

Q 逛吃澳门过五一

逛吃澳门过五一

Q 东南亚榴莲地图

假期去哪玩

发现宝藏酒店

我的毕业旅行

小红书 Q # 旅游

Q 周末去哪儿玩

Q 小众旅行地

香港旅行时光机

避暑好地方

Q 治愈系风景

出门过夏天

我的暑期自由行

Q 动物园



# 目录

C A T A L O G

01

小红书

目的地种草能力

P A R T O N E



02

小红书

目的地合作方向

P A R T T W O



# 01 小红书

目的地种草能力

PART ONE

---

# 小红书文旅种草能力

产品能力

灵犀平台

种草营销洞察

聚光平台

智能化搜推联动

蒲公英平台

全站内容管理

交易能力

小红书小程序

CID

口令码

直播

营销能力

长效种草

人群渗透

内容引爆

趋势打造

# 长隆集团 | 挖掘人群沟通点，打造园区热门打卡地

## 用户洞察 挖掘人群沟通点

## 深度打造 景区热门打卡点

## 促进UGC分享 发挥种草长效价值

人群沟通

锚定亲子人群  
深度内容种草

赛道抢占

一轮种草  
优质内容深度种草

二轮种草  
真实UGC促进口碑传播

寓教于乐

亲子友好

家庭出游

省心遛娃



### 种草热门打卡地

### 分享

### 触达更多人



给更多人 **看**

让更多人 **搜**

促更多人 **发**

内容渗透率Q2环比提升

长隆搜索指数Q2环比提升

UGC新发量Q2环比提升

**+11%**

**+56%**

**+37%**

UGC二轮新触达人群是商业笔记一轮触达人群增量的

**28%**

### 种草更多人

商业流量加持下UGC新发笔记第二轮从曝光到点击的流转效率提升

**6pp**

# 景德镇三宝村 | 挖掘旅游新趋势，打造小众文旅游新路线

## 趋势初探 小众游



从搜索看见用户新需求

避开人潮

小众玩法

限定主题

沉浸感受

## 趋势生长 景德镇与小众游



## 趋势深化 三宝村与小众游



# 澳大利亚旅游局 | Come and Say G' Day

疫情结束开关后，澳大利亚旅游局期望通过Come and Say G' Day campaign，由袋鼠Ruby和独角兽带观众充满趣味的欣赏澳大利亚风景，提升澳大利亚旅游热度。

## 强势预热



专业号与社区  
共频推送

## 全面曝光



## 持续种草



官方账号发布多样澳大利亚风景，持续种草目的地



# 深圳文旅 | 多维挖掘城市新亮点，一起遇见深圳山海之美

今年五一旅游需求加速释放，而在深圳，除了高楼林立，还有浪漫山海值得被看到，所以小红书携手深圳文旅一起遇见深圳山海之美

## 挖掘城市新亮点

官号博主同频共振  
挖掘城市新亮点



官方号@游深圳  
浪漫打卡深圳

博主分享  
看海路线推荐

本地博主攻略分享  
多维度种草深圳好去处

「周末好去处」 「遛娃好去处」 「当地博主休闲游」



@芝麻爸爸玩深圳  
曝光量139.5w+

@xxx1桔子  
曝光量35.4w+

@长腿姐姐belle  
曝光量46.8w+

## 提升旅游热度

多样玩法助力旅游热度提升

「惊喜盒子」

搜索“深圳旅游”等关键词  
浏览/互动相关笔记  
即有机会获得惊喜好礼



总曝光551w+  
惊喜盒子打开率100%

「商业话题」



沉淀内容资产  
延续深圳旅游热度  
总浏览量100w+

## 引爆站内声量

多维推广组合打造大曝光



品牌专区

助力内容沉淀

火焰话题

曝光量达到  
296W+

信息流GD

曝光量达到254.6W+



1400万+  
活动总曝光



70万+  
活动总点击量



15倍  
深圳旅游相关笔记分享数上涨  
(投放时间3.26-4.25)

这个五一，深圳旅游人次登顶五年之最  
深圳看海、爬山搜索热度高张  
山海之城的故事正在书写中...

\*数据来源：小红书数据平台，截至2023年5月29日

# 广西文旅 | 深挖目的地情感&文化价值，完成自然种草



实地探访多城  
共同演绎广西Chill



KOL带头种草  
小众南宁打卡地



活动期间有效提升旅游属性话题词与「广西」的关联度  
冬季旅游需求，小众旅游城市热度上升



1.57亿+  
活动总曝光



105W+  
话题互动量



9800+  
UGC笔记量



1.67亿+  
活动总曝光



144W+  
话题互动量



7300+  
UGC笔记量

南宁「旅游攻略」「美推荐」「探店」相关词笔记热度上升  
城市旅行、吃喝玩乐心智得到加强



## 如何高效种草旅游目的地？

营销  
公式

用户需求洞察 + 目的地数据洞察 + 打卡点挖掘 + 内容运营 = 长效种草

### 点亮目的地长效打法

BKFS

BK

多维内容创造  
人群兴趣内容  
产品特色放大

F

精准触达人群  
人群定向  
声量覆盖

S

拦截用户意向  
搜索卡位  
品牌专区

IP

打造流量更集中的曝光

人群扩圈  
实现品牌声量攀升  
核心人群-兴趣人群-泛人群



# 小红书

目的地合作方向

PART TWO

---

# 小红书既是**旅行趋势发源地**，也是**借势造势的营销场**

从CityWalk趋势的出现到放大，小红书全程参与并一起助力

## Walk趋势

挖掘受用户欢迎的好内容



## 借势并放大趋势

与目的地联合打造好内容



Citywalk | 不出武汉，一天玩遍“台湾”

晓娟呀晓娟

2777



去武汉  
不讲黄鹤楼  
只讲一条条马路



去香港WalkWalk

联合**香港旅游发展局**  
发起**#香港漫步指南**

CityWalk探索多面都市  
五条主题路线

串联香港多面  
五位港星联合宣发

# 共同打造：小红书文旅峰会

让文旅行业、全平台目光聚焦于峰会举办地

## 趋势X目的地：打造线下体验

## 行业大咖齐聚：行业聚焦目的地

## 全平台传播曝光

景德镇CityWalk路线打造  
案例现身说法，共同体验趋势的魅力

邀请旅行平台、旅行社、乐园等行业高层  
成为目的地的展示机会

垂直社群、商业型大号、垂类大号/媒体  
共同发声，吸引全网关注度



# 小红书既是地方特色发现者，也是目的地旅行引导者

从一篇山西古建的笔记，到一条条山西守庙人纪录片

## 发现山西古建文化

找到能深入挖掘的好内容



## 大特色文化

与目的地共创文化好内容



山西新绛 | 仅山西可见，1县城藏16处国保

陆马克 2330



山西绛县|花5h，只为看一眼美了800年的卧佛

陆马克 2952

新绛、永济、稷山  
不追爆款  
只追一个个  
没人听说的县城



### 《探访守庙人》

联合山西文旅  
策划12期《探访守庙人》内容  
让遥远的古建筑变得亲切  
搜索热度提升298%  
带动山西文化和旅游厅账号  
涨粉1.5w+

# 联合共创：目的地旅行指南

点亮目的地特色，实现文旅融合，吸引全网用户

## 目的地旅行地图

线上线下发布山西古建打卡路线  
成为用户游玩指南



## 共创文化周边

创作古建打卡本 + 古建印章  
成为吸引人流的利器



## 小红书平台传播曝光

线上H5聚合曝光  
多类型KOL线下打卡



# 小红书既是城市文化参与者，也是城市活力的激发者

音乐、潮流、运动、市集...展现城市文化的具体能量

## 爱城市文化

喜欢新潮有趣的好内容



## 联动40条马路，打造生活节

发起城市活动，展出城市艺术

展览

美食

市集



救命!! 我被上海这个展crush住了!!  
DOKING 3.3w



来上海第一件事: 吃各种迷人的gelato  
艺天 7.4w



陆家嘴Day 10店13杯, 好喝与踩雷\*\*  
三横一竖 1454

# 我在上海压马路

(8.10 - 8.20)  
看看你的  
(马路游玩) 瞬间



露台音乐会

小马路逛吃

发光艺术展

花花补丁计划

纳凉夜市集

下班音乐快闪



# 城市共建：烟火气的遛遛生活节

小红书“社区生态”走入真实的“城市街区”

## 打造遛遛市集

以生活之名，共建社交生态  
吃喝玩乐聚集人流



## 商铺联动

联合数十家小店组建【遛gai联盟】  
带动街道、商户共参与



## 最会遛的博主团

百位高潜力博主+热点达人线下打卡  
沉淀优质内容





小红书

# 小红书种草

点亮目的地



XIAOHONGSHU  
ALL RIGHTS RESERVED.