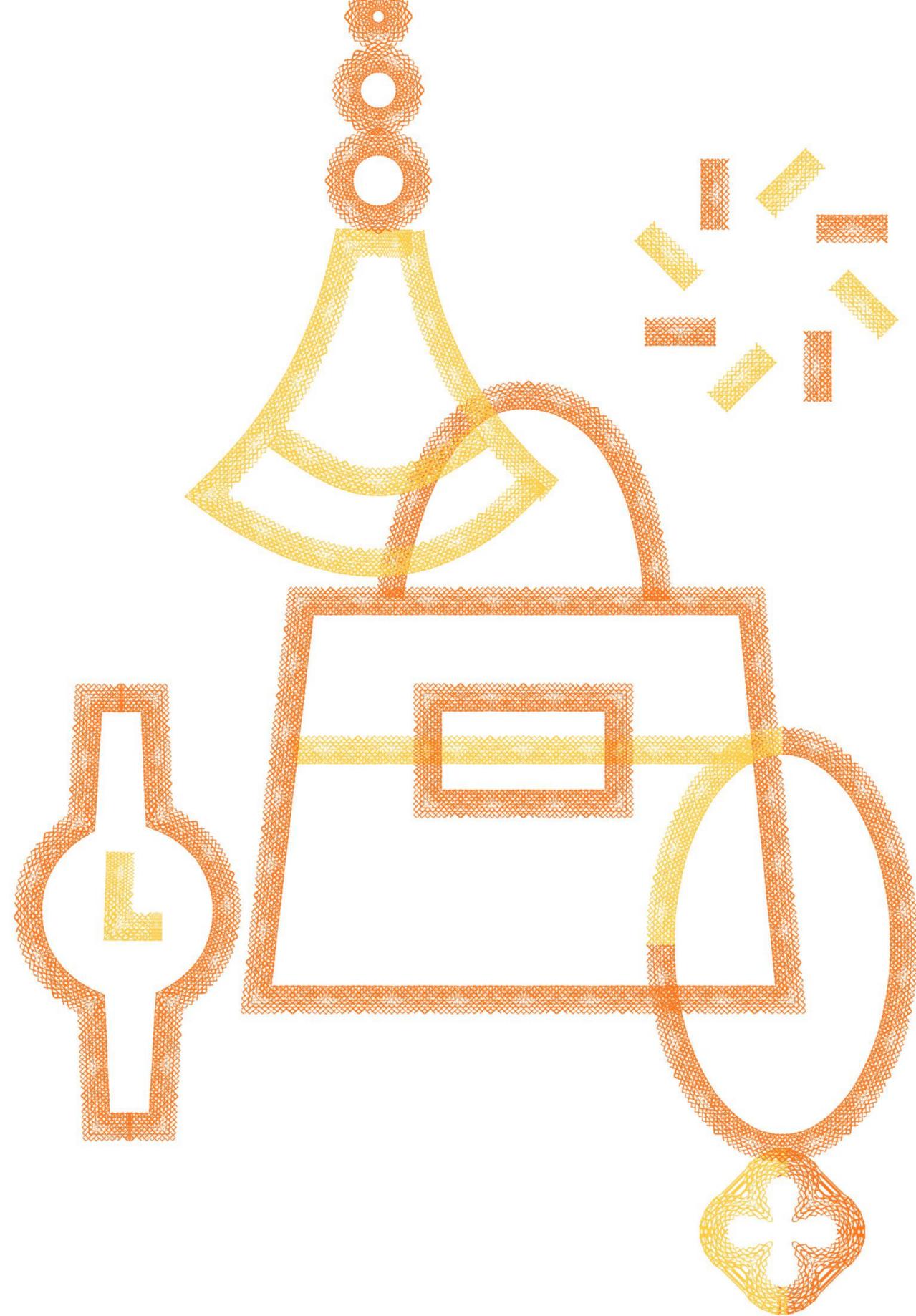


# 灵感「无价」

## 「奢侈品行业」人群洞察报告



## 项目背景

基于小红书奢侈品行业用户行为与偏好，以站内定量问卷调研形式，调研行业平台价值、博主价值、用户价值等内容。

## 问卷情况

此次调研的奢侈品范围：不包含轻奢、设计师品牌在内的奢侈品“箱包、腕表、珠宝”（服装未下探）

投放条件：“最近28天活跃天数超过14天”社区高活和“最近14天点击过时尚类目笔记”的用户（100万）

筛选条件：筛去“对奢侈品不感兴趣的”用户、年龄14岁以下的用户、填答时间过短/过长的用户

回收情况：回收有效问卷2551份

分析维度：性别、年龄段、城市线、用户类型、消费力度和购买品类

## 产出团队

小红书商业市场部 x 小红书用研团队 x 小红书数据中台

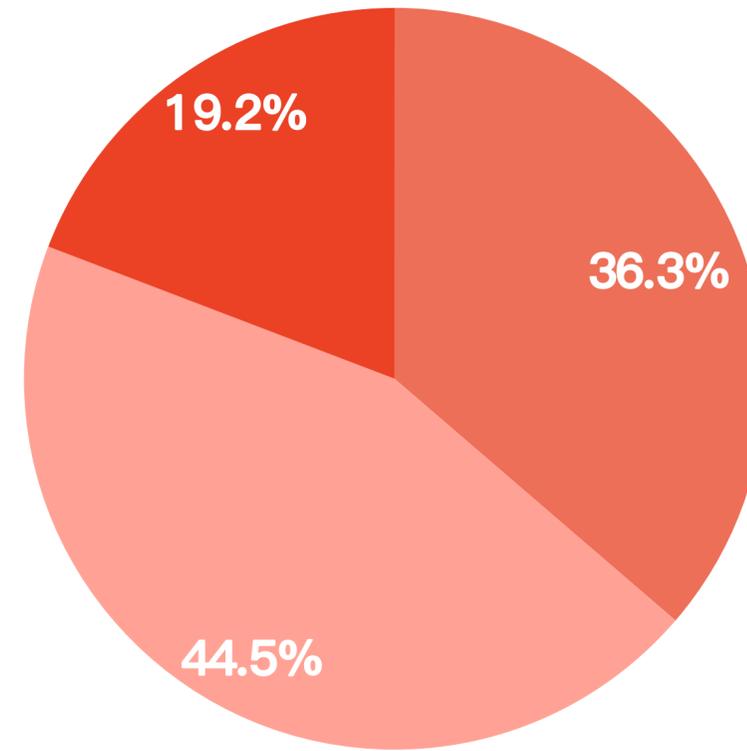
## 使用说明

此报告仅供内部参考使用，禁止外传，如需对外需重新走联审。

### 总体用户 (N=2551) : 用户类型

#### 整体用户情况

回收的2551份有效问卷中（已筛除对奢侈品不感兴趣的用户），其中36.3%的用户「对奢侈品感兴趣，但还未购买过」，44.5%的用户「买过几件奢侈品，但频率不高」，约19.2%的用户经常购买奢侈品。



■ 强兴趣潜在人群 ■ 高潜力消费人群 ■ 核心消费人群

# Agenda

01



小红书奢侈品行业用户画像

02



小红书奢侈品行业平台心智

03



奢侈品行业的种草与被种草

04



奢侈品行业的购买与分享

01

# 小红书奢侈品行业用户画像

年轻&高线城市 | 既有「职场人」也有「学生党」

# 打破奢侈品消费的刻板印象，越来越多年轻人开始关注奢侈品消费

小红书平台奢侈品用户呈年轻化趋势：95后占比近五成，用户关注奢侈品的时间越来越早。

## 「越来越多的年轻用户，开始关注奢侈品」

平台用户关注奢侈品的时间相对较早，随年龄段的降低，平台用户开始关注奢侈品内容的时间越早：

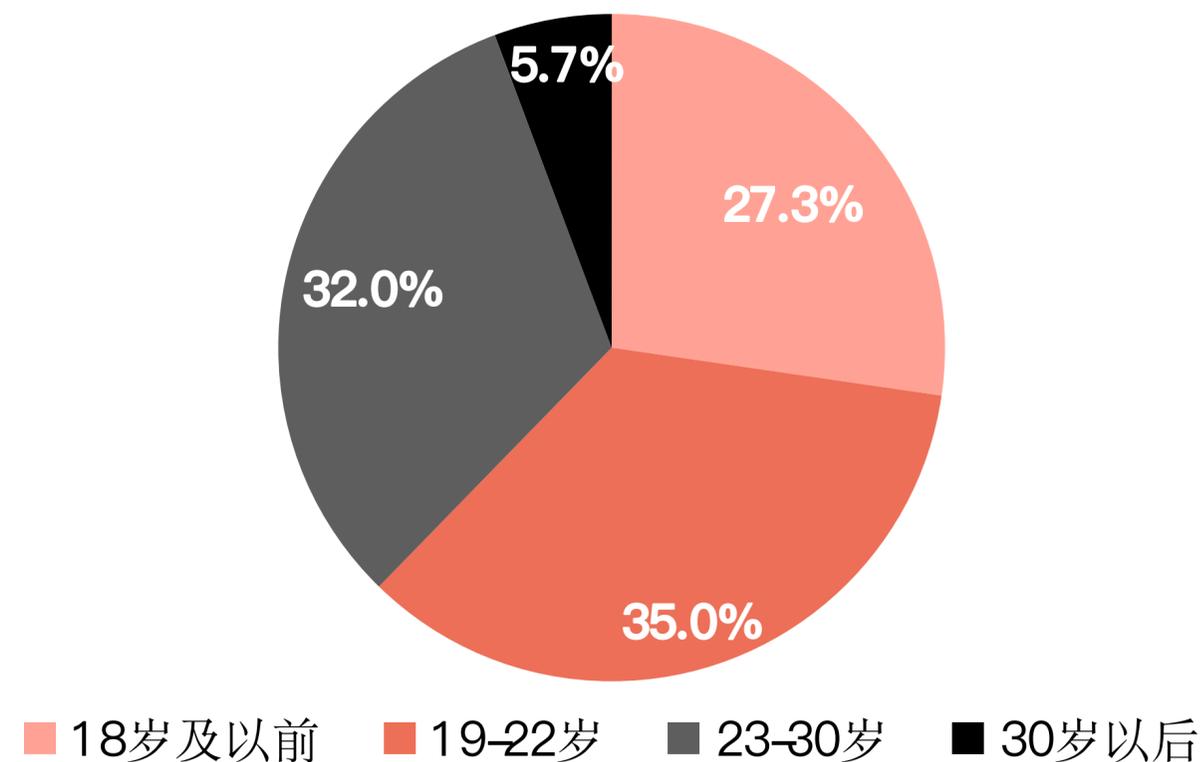
- 62.3%的用户在22岁及以前最早关注到奢侈品
- 59.1%的22岁及以下用户（00后）在18岁前就已经开始关注奢侈品。

你最早是从什么时候开始关注奢侈品的？	总体	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上
N	2551	633	605	933	380
18岁及以前	27.3%	59.1%	24.0%	15.2%	9.2%
19-22岁	35.0%	38.5%	46.8%	31.1%	19.7%
23-30岁	32.0%	2.1%	29.3%	47.9%	47.4%
30岁以后	5.7%	0.3%	0.0%	5.8%	23.7%

受访用户年龄

\*用户最早关注奢侈品的年龄

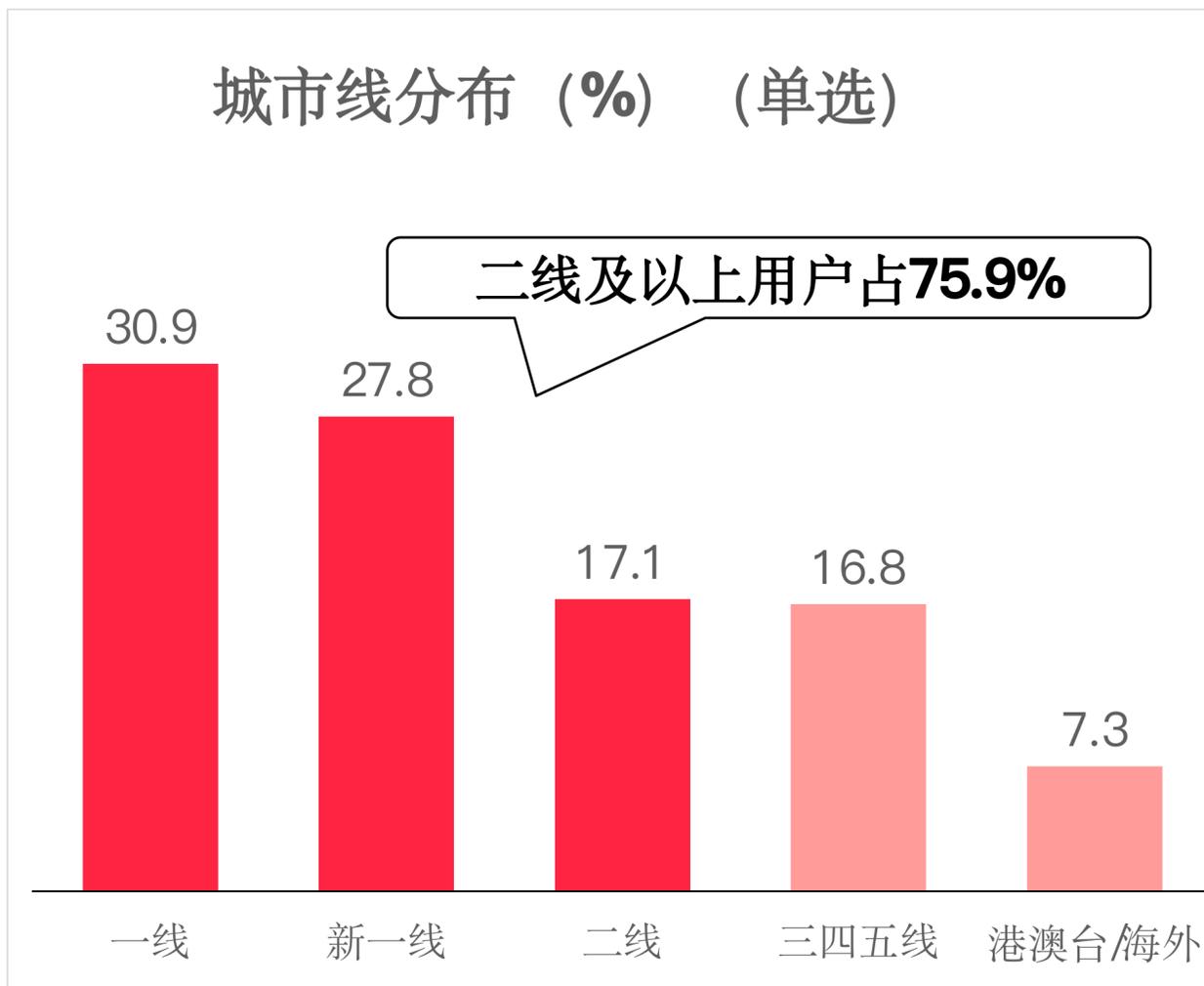
你最早是从什么时候开始关注奢侈品的？（单选）



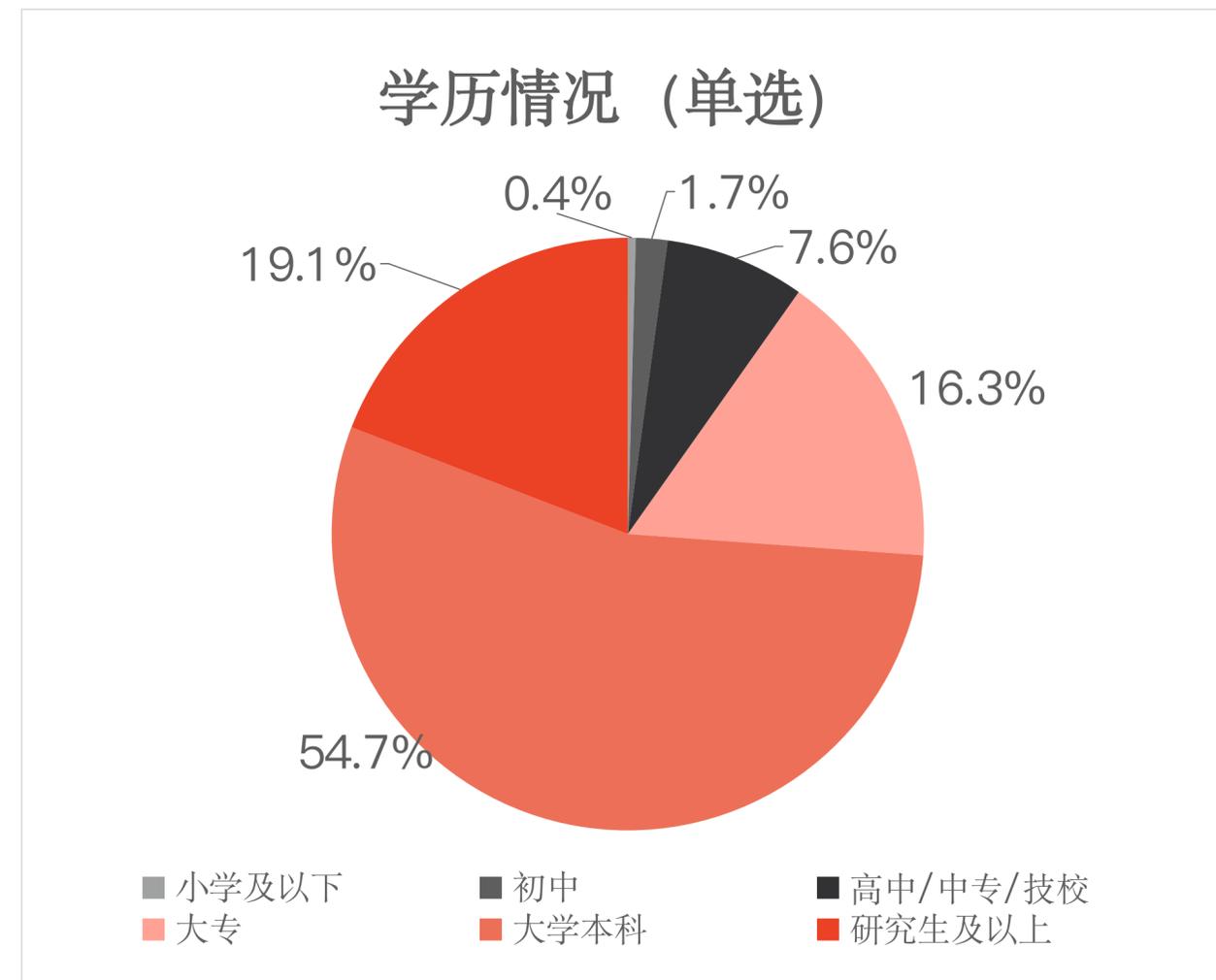
# 小红书奢侈品用户多数居住在高线城市、多为高学历群体

高线城市的小红书奢侈品用户多，其中30.9%常驻一线城市；高学历人群占比高，有73.9%的用户拥有本科及以上学历

## 「身居高线城市」



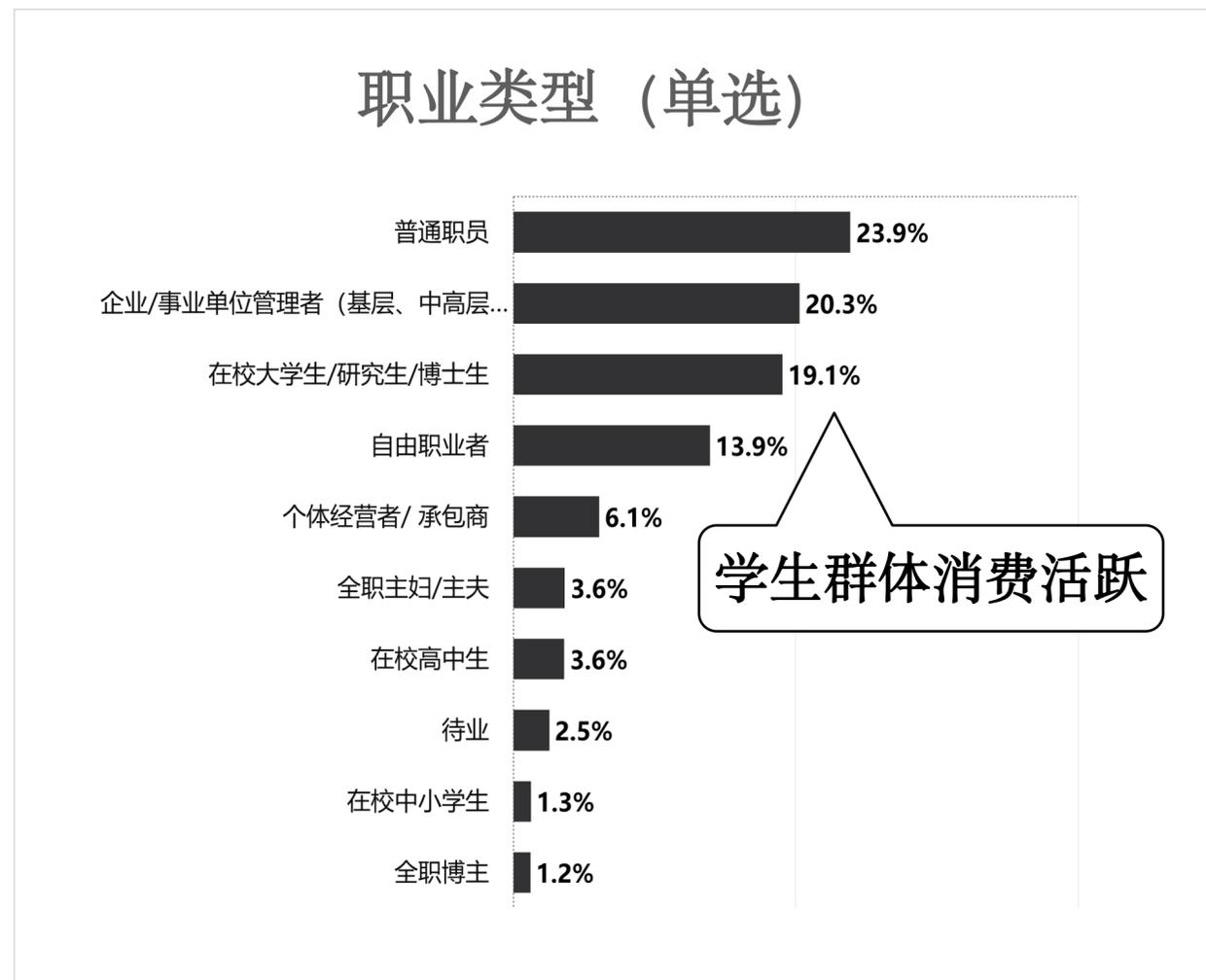
## 「高知高学历」



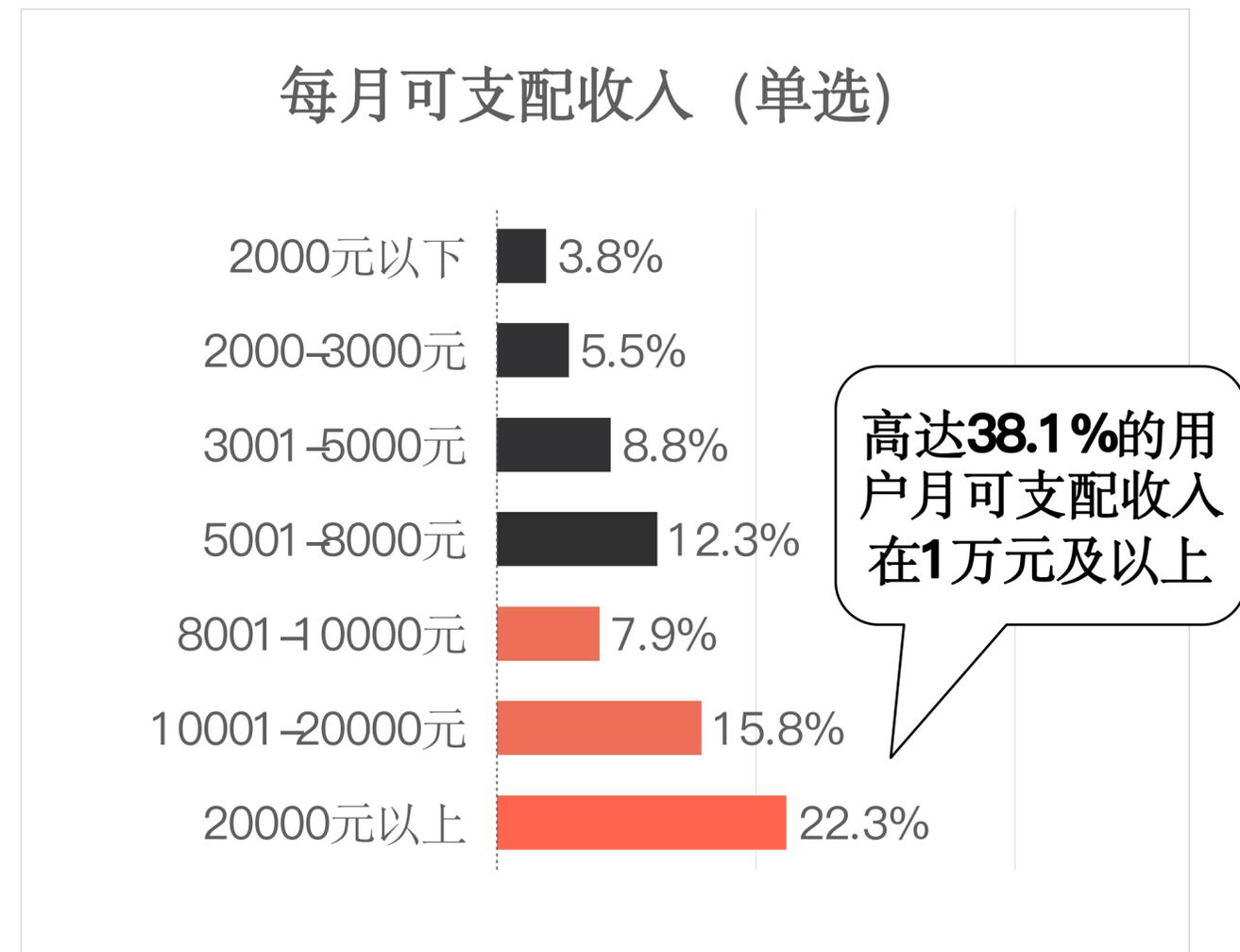
# 小红书奢侈品用户覆盖面较广，既有「职场人」也有「学生党」

覆盖人群以职场人为主，但也有近四分之一的学生党涌现；多为高收入，具有一定购买力的人群。

## 「奢侈品不只是职场人的消费专属」



## 「用户群体具有一定消费水平和购买力」



# 02

## 小红书奢侈品行业平台心智

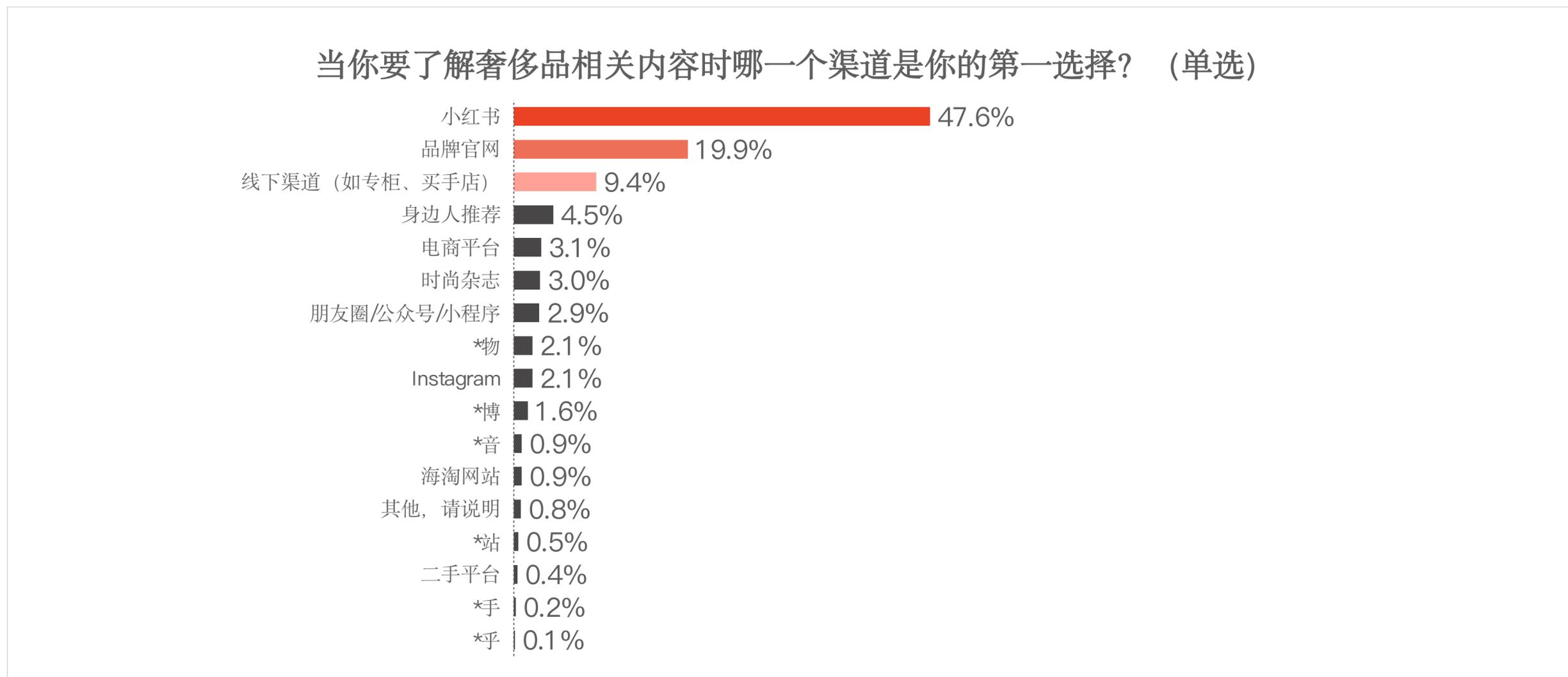
占据用户核心心智 | 越年轻用户心智越牢 | 了解新品主要渠道

# 小红书是用户获取奢侈品内容的最主要渠道，占据用户核心心智

73.1%的用户将小红书作为了解奢侈品内容的核心心智平台，且相较其他平台有很大优势。

47.6%的小红书用户首选小红书了解奢侈品内容，远超排第二的电商渠道（3.1%）。

「用户奢侈品心智全面领先，远超线下、电商、媒体等渠道」



数据来源：小红书用研团队，2022.9，N=2551

# 在小红书，越年轻的用户，奢侈品心智越牢固

品牌官网和线下专柜/买手店也是用户获取奢侈品内容的重要渠道：55.1%和41.7%用户认为品牌官网和线下渠道是了解奢侈品的主要渠道，同时，品牌官网（19.9%）和线下专柜、买手店（9.4%）也是用户了解奢侈品内容的其他选择。

**「小红书用户奢侈品心智，随用户年龄降低而升高  
小红书正成为年轻用户获取奢侈品信息的核心渠道」**

以下哪些是你了解奢侈品的【主要渠道】？（多选）	总体	男	女	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上
总计	2551	331	2220	633	605	933	380
小红书	73.1%	60.4%	75.0%	79.0%	78.0%	70.8%	60.8%
品牌官网	55.1%	55.0%	55.1%	48.3%	54.9%	56.9%	62.1%
线下渠道（如专柜、买手店）	41.7%	42.9%	41.6%	31.3%	39.8%	48.2%	46.3%
朋友圈/公众号/小程序	33.7%	30.2%	34.2%	28.8%	33.9%	37.0%	33.4%
身边人推荐	32.9%	32.9%	32.9%	31.1%	32.4%	33.1%	36.3%
时尚杂志	29.1%	31.4%	28.7%	27.6%	24.6%	29.8%	36.8%
*博	27.2%	20.5%	28.2%	38.4%	33.6%	20.6%	14.7%
电商平台	26.7%	22.4%	27.3%	40.4%	27.8%	19.5%	19.7%
*音	21.5%	22.7%	21.4%	37.9%	23.3%	13.3%	11.6%
Instagram	17.3%	24.8%	16.2%	17.2%	19.0%	18.0%	13.2%
*物	16.6%	17.5%	16.4%	33.3%	17.0%	8.5%	7.9%
海淘网站	10.0%	13.0%	9.6%	10.4%	11.4%	8.5%	11.1%
*站	9.1%	13.3%	8.5%	15.8%	8.8%	6.5%	4.7%
二手平台	6.5%	8.5%	6.3%	7.4%	8.1%	5.4%	5.5%
*手	3.5%	3.0%	3.6%	10.9%	1.3%	0.8%	1.6%
*乎	3.3%	6.6%	2.8%	5.1%	3.8%	2.1%	2.6%
其他，请说明	2.0%	1.5%	2.1%	4.6%	1.8%	2.0%	2.9%

数据来源：小红书用户调研团队，2022.8，N=2551

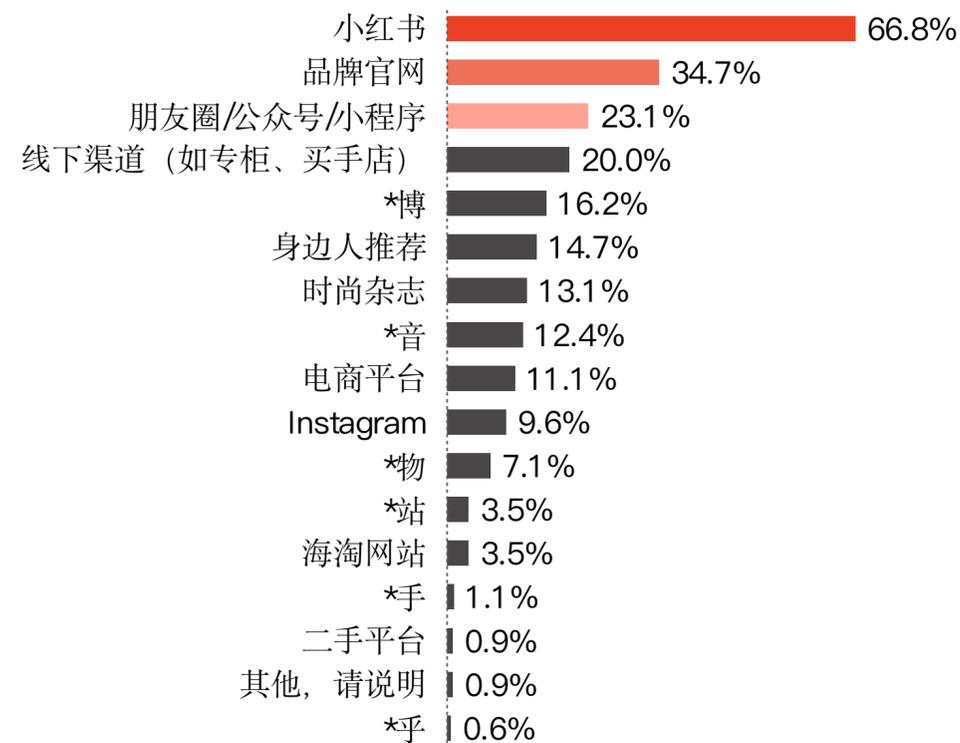
# 小红书是平台用户了解奢侈品「新产品」的「主要渠道」

用户首选小红书作为了解奢侈品新产品的渠道：小红书是遥遥领先的新品心智重要平台，占比66.8%。

## 「看奢侈品新品内容，用户首选小红书平台」

22岁及以下、23-27岁的用户相对更依赖于小红书了解新产品。

你了解奢侈品牌的【新产品】的【主要渠道】是？（多选）



你了解奢侈品牌的【新产品】的【主要渠道】是？（多选）	总体	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上
N	2551	633	605	933	380
小红书	66.8%	70.3%	70.2%	66.3%	56.3%
品牌官网	34.7%	31.6%	29.8%	37.3%	41.3%
朋友圈/公众号/小程序	23.1%	12.3%	23.8%	28.7%	26.1%
线下渠道（如专柜、买手店）	20.0%	11.2%	18.2%	24.7%	26.3%
*博	16.2%	19.4%	19.8%	14.7%	8.4%
身边人推荐	14.7%	12.2%	14.5%	14.7%	19.5%
时尚杂志	13.1%	10.9%	9.9%	13.1%	22.1%
*音	12.4%	22.4%	13.2%	7.4%	6.8%
电商平台	11.1%	16.9%	11.4%	8.5%	7.1%
Instagram	9.6%	8.2%	10.6%	11.1%	6.3%
*物	7.1%	15.3%	6.3%	3.5%	3.2%
*站	3.5%	6.5%	3.8%	2.4%	1.1%
海淘网站	3.5%	3.0%	3.5%	3.5%	4.5%
*手	1.1%	2.8%	0.3%	0.3%	1.3%
二手平台	0.9%	0.8%	0.7%	1.1%	1.1%
其他，请说明	0.9%	0.5%	1.3%	1.0%	0.8%
*乎	0.6%	1.3%	0.8%	0.1%	0.3%

# 03

## 奢侈品行业的种草与被种草

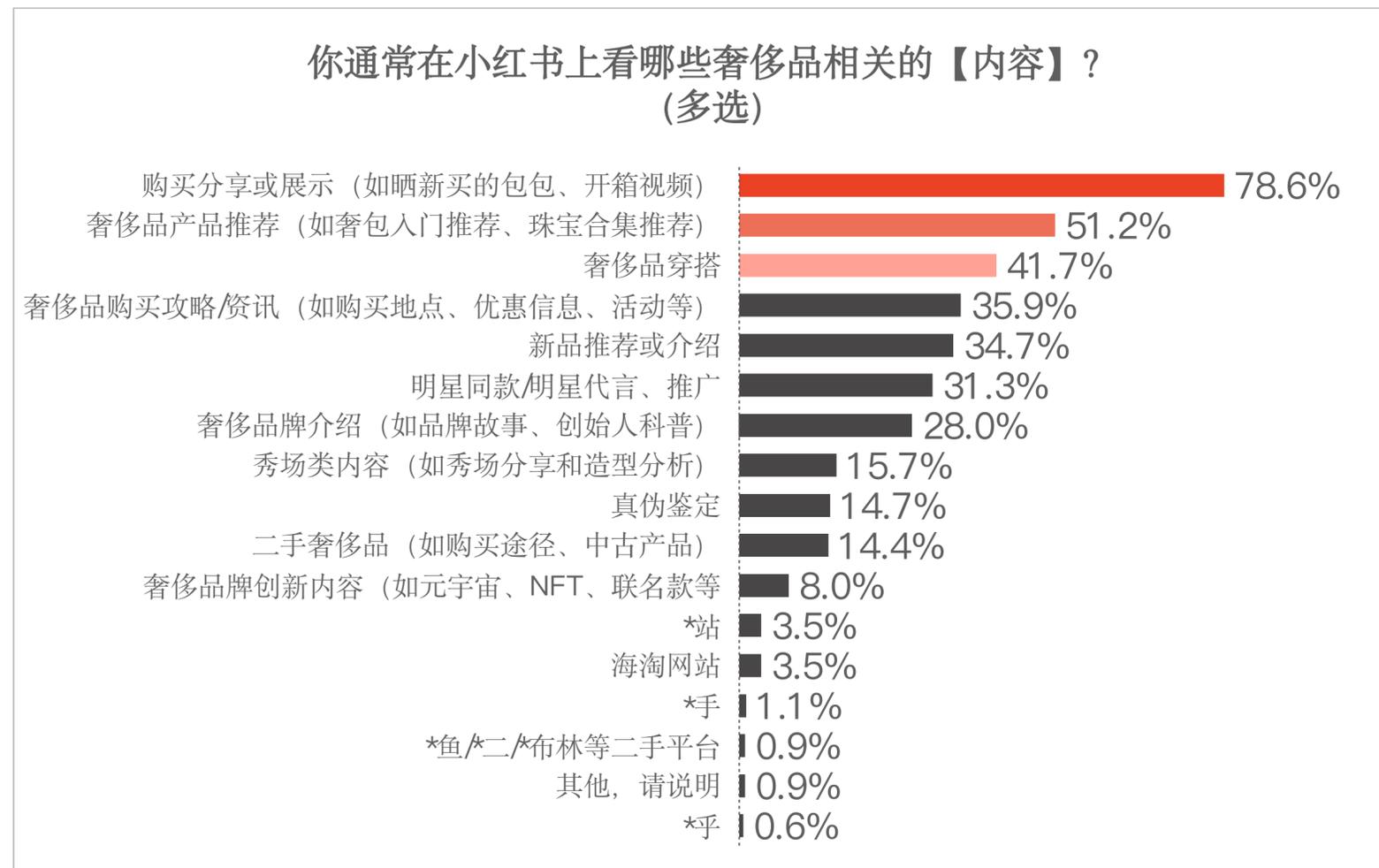
用户偏好 | 博主&用户种草 | 内容价值

# 小红书奢侈品内容丰富，用户最爱看【奢侈品的购买晒单、开箱】

对于奢侈品内容消费，近8成平台用户最爱看奢侈品的购买分享或展示；其次是产品推荐、购买攻略/资讯。

## 「小红书用户奢侈品关注内容较为多样，爱看实物晒单，也爱看款型推荐」

位列用户最爱看的内容前三甲分别是【购买分享展示】78.6%；【奢侈品产品推荐】51.2%；【奢侈品穿搭】41.7%。



你通常在小红书上看到哪些奢侈品相关的【内容】？ (多选)	总体	男	女	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上
N	1864	200	1664	500	472	661	231
购买分享或展示 (如晒新买的包包、开箱视频)	78.6%	60.5%	80.8%	78.2%	76.9%	82.5%	72.3%
奢侈品产品推荐 (如奢包入门推荐、珠宝合集推荐)	51.2%	50.5%	51.3%	48.8%	53.8%	51.9%	48.9%
奢侈品穿搭	41.7%	41.5%	41.7%	45.8%	41.9%	41.0%	34.2%
奢侈品购买攻略/资讯 (如购买地点、优惠信息、活动等)	35.9%	41.5%	35.2%	35.0%	33.9%	37.1%	38.5%
新品推荐或介绍	34.7%	34.5%	34.7%	34.6%	30.1%	37.1%	37.7%
明星同款/明星代言、推广	31.3%	25.5%	32.0%	42.0%	29.9%	26.0%	26.0%
奢侈品牌介绍 (如品牌故事、创始人科普)	28.0%	37.0%	26.9%	34.2%	28.0%	23.9%	26.4%
秀场类内容 (如秀场分享和造型分析)	15.7%	18.0%	15.4%	17.6%	19.5%	13.6%	10.0%
真伪鉴定	14.7%	21.0%	13.9%	19.6%	11.7%	13.2%	14.7%
二手奢侈品 (如购买途径、中古产品)	14.4%	22.0%	13.5%	11.8%	14.8%	16.3%	13.9%
奢侈品牌创新内容 (如元宇宙、NFT、联名款等)	8.0%	16.0%	7.1%	11.8%	7.4%	6.4%	6.1%

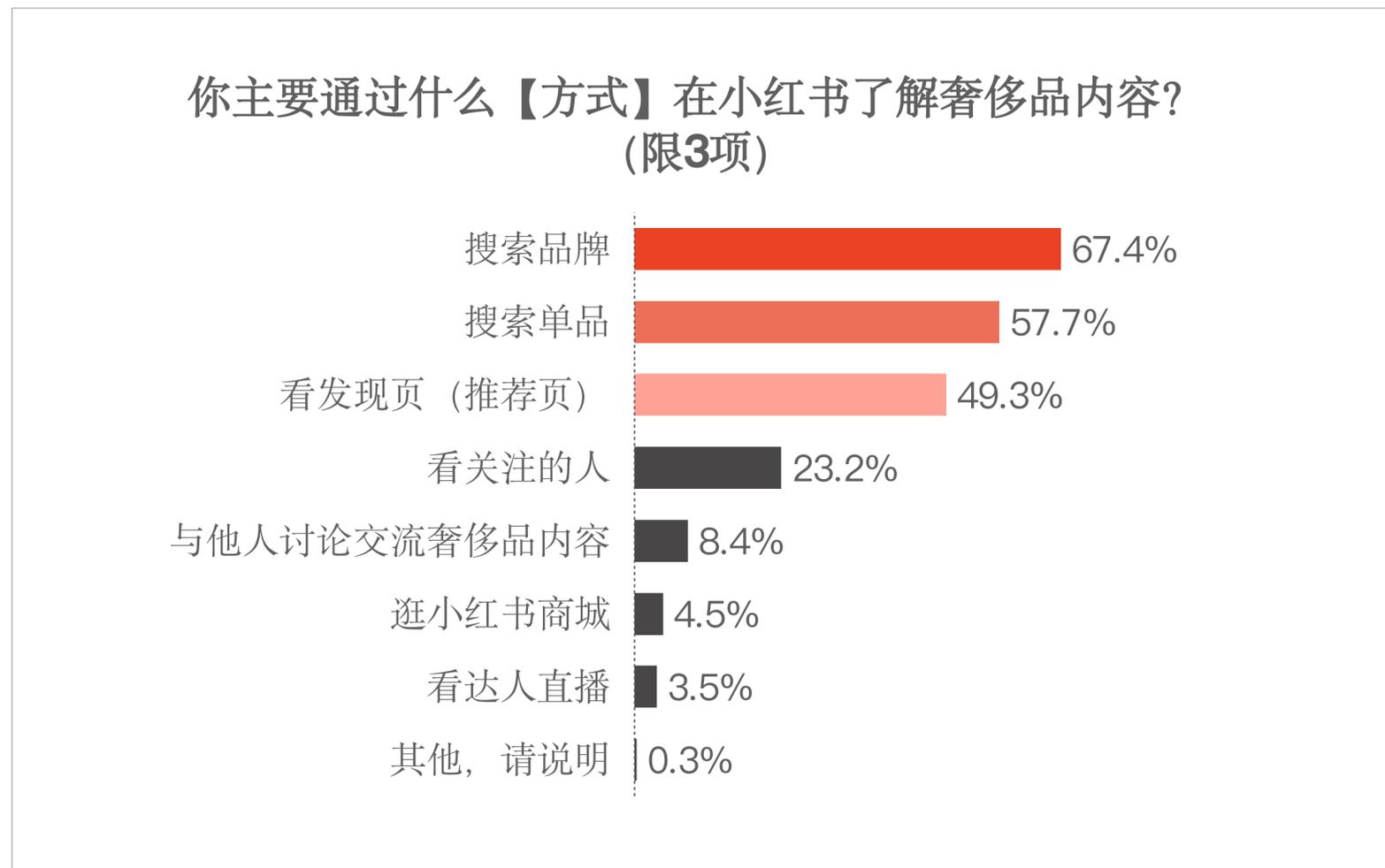
数据来源：小红书用研团队，N=1864，2022.9

# 先搜索再行动，【搜索】是平台用户获取奢侈品内容最重要的方式

在用户了解奢侈品内容的方式中，主动搜索品牌的用户占比67.4%，主动搜索单品占比57.5%。

## 「多数用户喜欢主动搜索奢侈品相关内容」

看发现页（推荐页）也是平台用户看奢侈品内容的重要方式之一，用户年龄越小，越喜欢看推荐页。



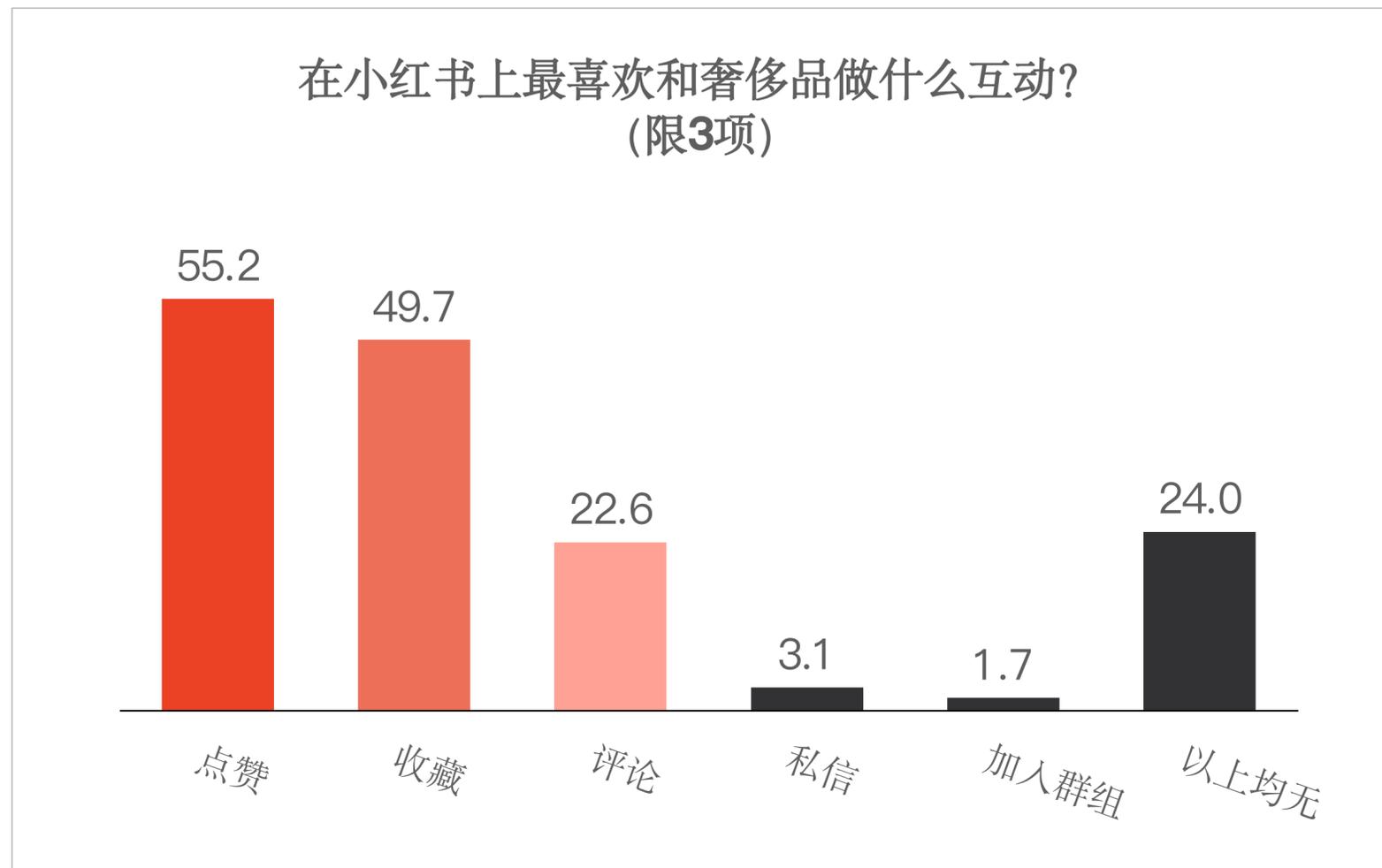
你主要通过什么【方式】在小红书了解奢侈品内容？(限3项)	总体	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上
N	1864	500	472	661	231
搜索品牌	67.4%	64.2%	65.5%	70.5%	69.7%
搜索单品	57.7%	50.0%	58.1%	62.9%	58.4%
看发现页（推荐页）	49.3%	60.4%	53.4%	42.5%	36.4%
看关注的人	23.2%	26.8%	24.4%	21.6%	17.3%
与他人讨论交流奢侈品内容	8.4%	8.2%	7.8%	8.5%	9.5%
逛小红书商城	4.5%	7.0%	3.2%	2.9%	6.5%
看达人直播	3.5%	2.2%	4.2%	2.7%	6.9%
其他，请说明	0.3%	0.2%	0.2%	0.3%	0.4%

# 好内容先赞再藏，用户习惯通过点赞和收藏的方式进行内容互动

奢侈品用户中，女性偏爱点赞、收藏，男性则更注重评论，喜欢与好内容交流、互动，表达自己的观点。

## 「超5成用户会点赞奢侈品内容，近5成用户喜欢收藏感兴趣内容」

奢侈品用户中，男性表现亮眼，评论超过女性用户；女性用户则偏爱点赞表达赞同。



	总体	男	女	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上
总计	2551	331	2220	633	605	933	380
点赞	55.2%	51.4%	55.7%	65.4%	55.7%	49.8%	50.3%
收藏	49.7%	45.0%	50.4%	51.0%	48.4%	51.2%	45.5%
评论	22.6%	30.5%	21.4%	22.7%	20.8%	22.2%	26.1%
私信	3.1%	6.0%	2.6%	1.7%	3.5%	3.1%	4.5%
加入群组	1.7%	2.1%	1.6%	1.7%	1.5%	1.4%	2.6%
以上均无	24.0%	27.2%	23.6%	20.2%	23.0%	25.9%	27.4%

# 奢侈品类博主和普通用户发布的内容，能有效激发用户的种草欲望

博主和小红书的普通用户是平台上有效的种草抓手，小红书用户偏爱博主、普通用户发布的奢侈品相关内容。

## 「博主发布奢侈品相关内容更易被关注，普通人晒单也极具吸引力」

**62.2%**平台用户喜爱看博主发布奢侈品内容，**45.5%**平台用户喜欢看普通用户发布的奢侈品笔记。  
一线城市和港台及海外平台用户偏爱普通用户的分享内容；国内用户相比港台及海外平台用户更喜欢看博主分享。

小红书【偏好】的奢侈品内容发布者？（多选）	总体	22岁及以下（00后）	23-27岁（95-00）	28-35岁	36岁及以上	一线	新一线	二线	三四五线	港台及海外
N	1864	500	472	661	231	559	525	316	346	118
博主	62.2%	67.8%	63.6%	61.6%	48.9%	60.5%	61.0%	63.6%	68.2%	54.2%
普通用户	45.5%	40.2%	47.0%	49.2%	43.7%	52.6%	45.1%	38.6%	36.7%	58.5%
品牌官号	29.2%	33.2%	26.3%	26.3%	34.6%	25.8%	28.6%	34.2%	31.8%	27.1%
明星	23.4%	27.4%	21.4%	22.2%	22.1%	22.0%	21.5%	28.8%	24.6%	20.3%
媒体号（如时尚芭莎）	16.0%	21.0%	18.0%	11.0%	15.6%	13.8%	16.4%	19.3%	17.3%	12.7%
我不关注发布者	13.0%	10.8%	13.1%	14.4%	13.4%	11.8%	13.3%	13.9%	12.7%	15.3%
品牌销售顾问sales	10.8%	8.0%	10.2%	12.0%	14.7%	11.6%	11.2%	10.8%	7.2%	15.3%
其他，请说明	0.5%	0.6%	0.0%	0.3%	1.7%	0.4%	0.2%	0.3%	0.6%	2.5%

小红书奢侈品【发布者影响力感知】（多选）	偏好的发布者	最大影响力者
N	1864	1622
博主	62.2%	38.8%
普通用户	45.5%	32.9%
品牌官号	29.2%	11.0%
明星	23.4%	11.3%
媒体号（如时尚芭莎）	16.0%	3.5%
品牌销售顾问（sales）	10.8%	2.0%
我不关注发布者	13.0%	-
其他，请说明	0.5%	0.6%

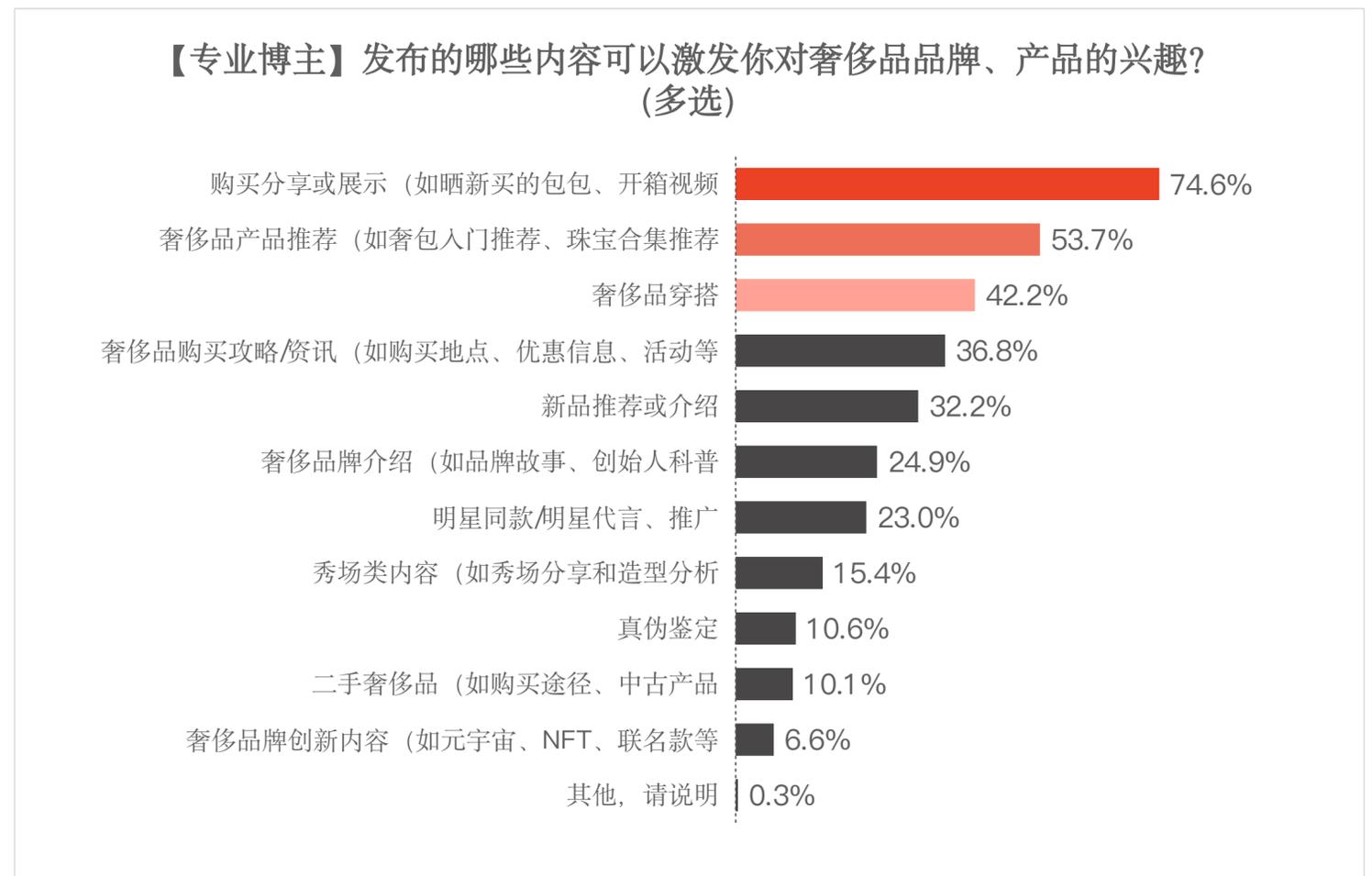
# 用户喜爱「有个人特色、真诚、新潮」的小红书奢侈品内容博主

博主是站内非常具有影响力的发布者，用户最爱看博主分享的「购买分享或展示、产品推荐、奢侈品穿搭」内容。

## 「专业博主发布的内容，最能激发用户对于奢侈品牌、产品的兴趣」

用户认为博主是有个人特色的 (54.2%)、真诚的 (39.5%)、新潮的 (37.6%)；22岁及以下平台用户对博主印象特质感知更强烈。

你对小红书上发布奢侈品内容的【博主】的印象是？(多选)	总体	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上
N	1159	339	300	407	113
有个人特色的	54.2%	56.0%	52.3%	53.8%	54.9%
真诚的	39.5%	42.5%	36.0%	38.1%	45.1%
紧跟最新消息的、新潮的	37.6%	39.8%	36.3%	37.1%	36.3%
专业的	33.1%	42.2%	27.0%	29.2%	36.3%
互动亲切的/接地气的	32.5%	40.1%	28.3%	29.5%	31.9%
有高级感的	31.8%	38.3%	31.0%	27.5%	29.2%
有创意的	29.1%	38.6%	27.7%	22.6%	27.4%
没有特点的/雷同的	5.0%	4.4%	3.7%	7.1%	2.7%
不真诚的/虚假的	3.4%	3.5%	4.0%	3.2%	1.8%
缺乏高级感的	3.3%	2.9%	3.0%	3.7%	3.5%
不专业的	3.0%	3.2%	5.3%	1.2%	2.7%
没有创意的/老派的	2.8%	2.9%	2.0%	3.9%	0.0%
不接地气的/缺少互动的	2.8%	2.9%	2.0%	3.4%	1.8%
消息滞后的/落伍的	1.3%	2.1%	1.0%	0.7%	1.8%
其他，请说明	0.9%	0.6%	1.7%	0.5%	1.8%



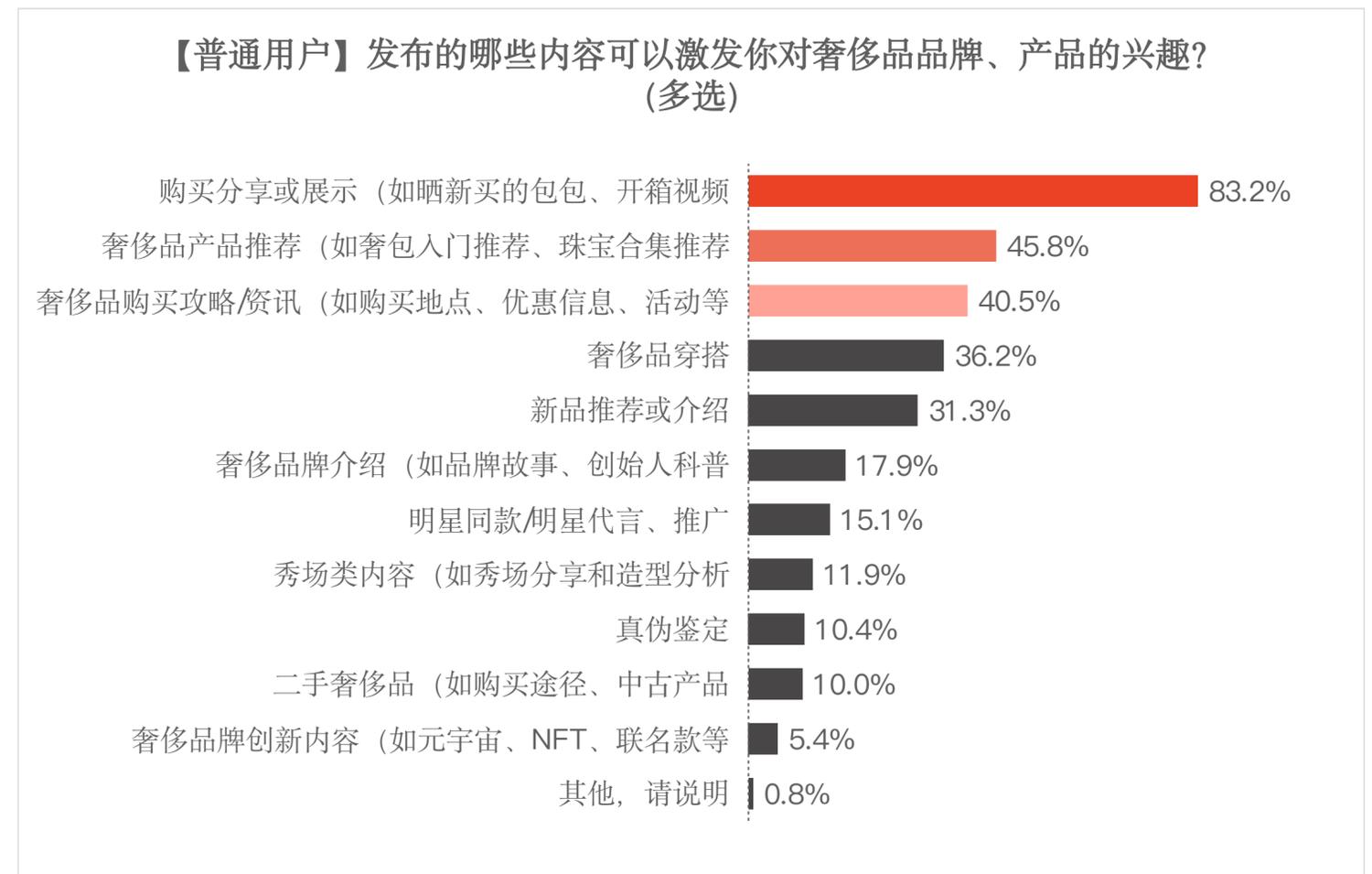
# 大家喜欢看普通用户发布的「奢侈品晒单、产品推荐、攻略」等内容

普通用户分享的「购买分享或展示、产品推荐、购买攻略或资讯」内容最能激发用户对奢侈品牌、产品的兴趣。

## 「普通用户UGC内容，有效激发用户对于奢侈品品牌、产品兴趣」

**83.2%**用户对普通用户的购买分享感兴趣，**45.8%**用户喜欢看普通用户的奢侈品推荐；明星同款/代言/推广等是**22岁以下**用户（00后）爱看的内容。

【普通用户】发布的哪些内容可以激发你对奢侈品牌、产品的兴趣？（多选）	总体	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上
N	849	201	222	325	101
购买分享或展示（如晒新买的包包、开箱视频）	83.2%	79.1%	83.8%	86.8%	78.2%
奢侈品产品推荐（如奢包入门推荐、珠宝合集推荐）	45.8%	51.7%	49.5%	44.9%	28.7%
奢侈品购买攻略/资讯（如购买地点、优惠信息、活动等）	40.5%	38.8%	41.4%	43.4%	32.7%
奢侈品穿搭	36.2%	36.8%	35.1%	37.2%	33.7%
新品推荐或介绍	31.3%	27.4%	29.7%	34.5%	32.7%
奢侈品牌介绍（如品牌故事、创始人科普）	17.9%	20.4%	18.9%	17.5%	11.9%
明星同款/明星代言、推广	15.1%	23.4%	16.2%	11.1%	8.9%
秀场类内容（如秀场分享和造型分析）	11.9%	13.4%	15.3%	9.8%	7.9%
真伪鉴定	10.4%	13.9%	8.6%	10.8%	5.9%
二手奢侈品（如购买途径、中古产品）	10.0%	11.9%	10.8%	9.2%	6.9%
奢侈品牌创新内容（如元宇宙、NFT、联名款等）	5.4%	9.0%	4.5%	4.6%	3.0%
其他，请说明	0.8%	1.0%	0.9%	0.6%	1.0%



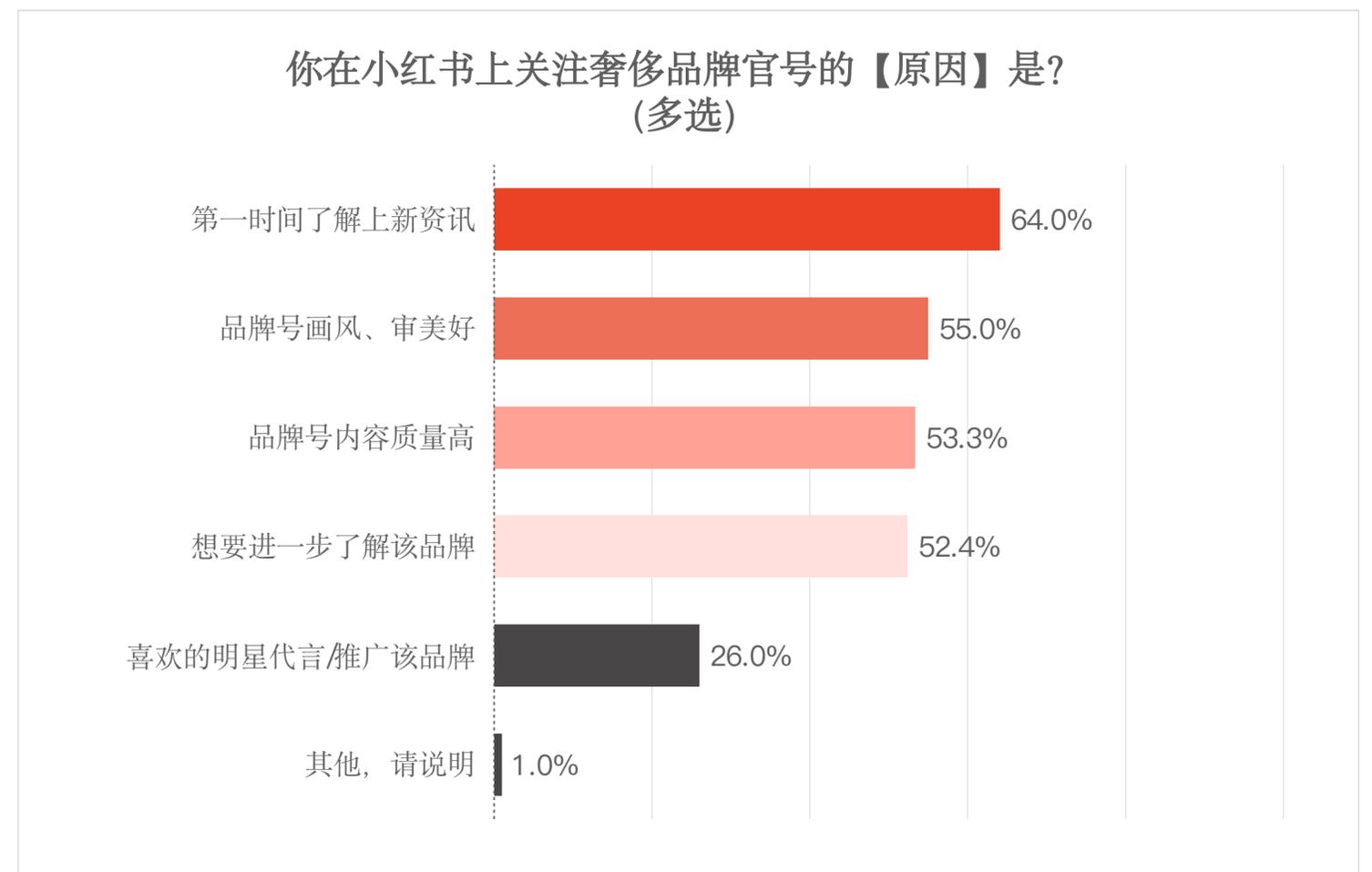
# 用户关注小红书奢侈品牌官号的主要目的是「抢先了解上新」

近八成偏爱小红书奢侈品官号的用户愿意关注小红书奢侈品牌官号，尤其对最新产品上新信息感兴趣。

## 「品牌上新、内容审美好、内容质量高，是用户关注奢侈品品牌官方号的三大要素」

最快时间了解上新资讯是用户关注品牌官号的最主要原因，占比**64%**，22岁及以下、23-27岁用户更愿意利用品牌官方账号去了解品牌。

你在小红书上关注奢侈品牌官号的【原因】是？（多选）	总体	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上
N	420	121	98	137	64
第一时间了解上新资讯	64.0%	52.9%	63.3%	72.3%	68.8%
品牌号画风、审美好	55.0%	65.3%	55.1%	48.2%	50.0%
品牌号内容质量高	53.3%	61.2%	52.0%	50.4%	46.9%
想要进一步了解该品牌	52.4%	64.5%	53.1%	46.0%	42.2%
喜欢的明星代言/推广该品牌	26.0%	32.2%	26.5%	19.0%	28.1%
其他，请说明	1.0%	0.8%	0.0%	1.5%	1.6%



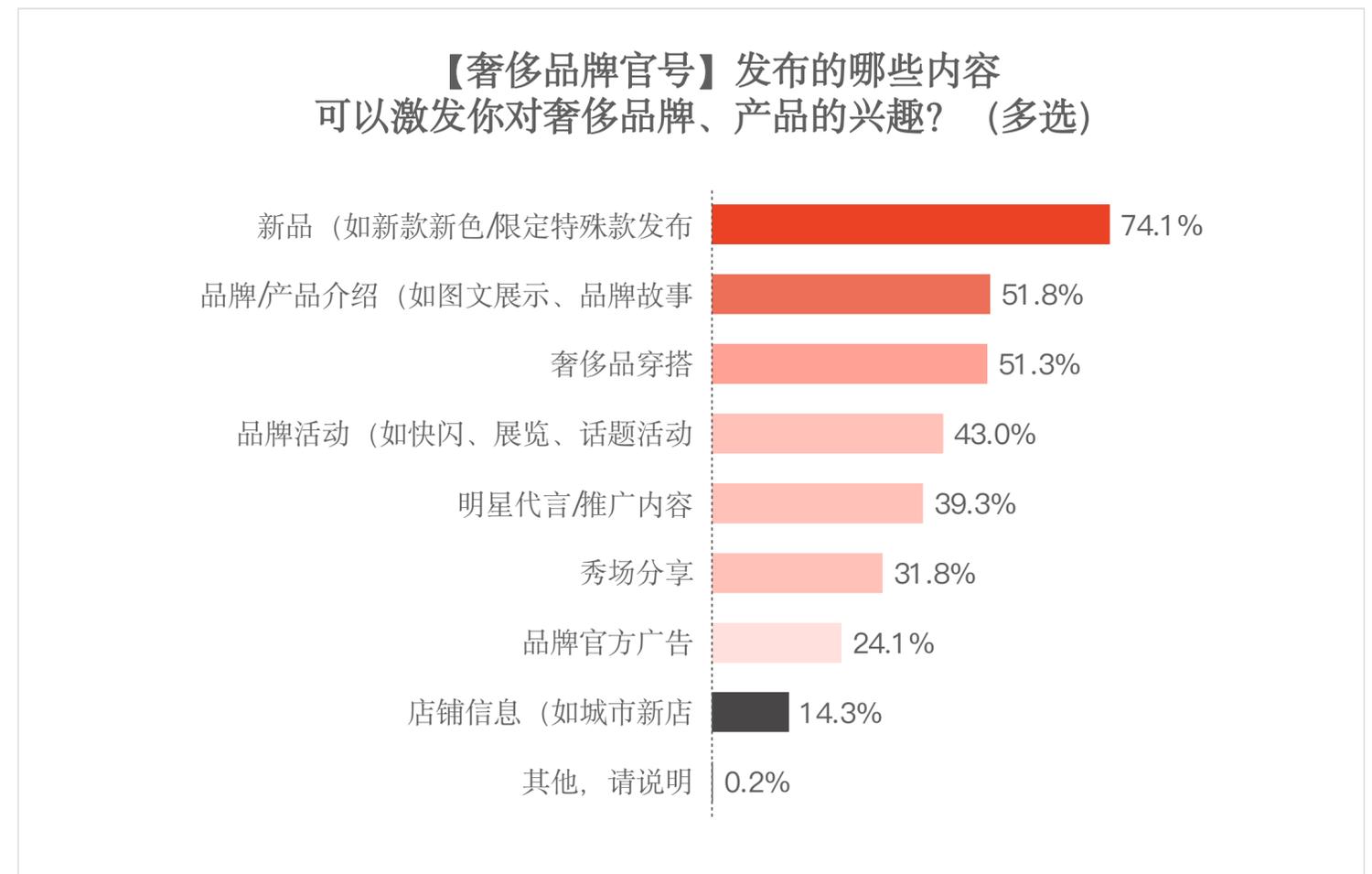
# 奢侈品牌官号发布的「新品」内容，最能激发用户对奢侈品的兴趣

74.1%平台奢侈品用户认为品牌官号上的新品信息（如新款新色/限定特殊款发布）可以激发他们的兴趣。

## 「奢侈品官号发布多样化内容，能最大化引起奢侈品用户的兴趣」

51.8%平台用户偏爱品牌/产品介绍、51.3%用户偏爱看奢侈品穿搭。

【奢侈品牌官号】发布的哪些内容可以激发你对奢侈品牌、产品的兴趣？（多选）	总体	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上
N	544	166	124	174	80
新品（如新款新色/限定特殊款发布）	74.1%	77.1%	70.2%	71.8%	78.8%
品牌/产品介绍（如图文展示、品牌故事）	51.8%	51.8%	46.8%	54.0%	55.0%
奢侈品穿搭	51.3%	56.0%	46.8%	49.4%	52.5%
品牌活动（如快闪、展览、话题活动）	43.0%	45.2%	37.1%	46.6%	40.0%
明星代言/推广内容	39.3%	48.2%	36.3%	32.8%	40.0%
秀场分享	31.8%	33.1%	38.7%	28.2%	26.3%
品牌官方广告	24.1%	23.5%	25.0%	24.1%	23.8%
店铺信息（如城市新店）	14.3%	17.5%	16.1%	10.9%	12.5%
其他，请说明	0.2%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%



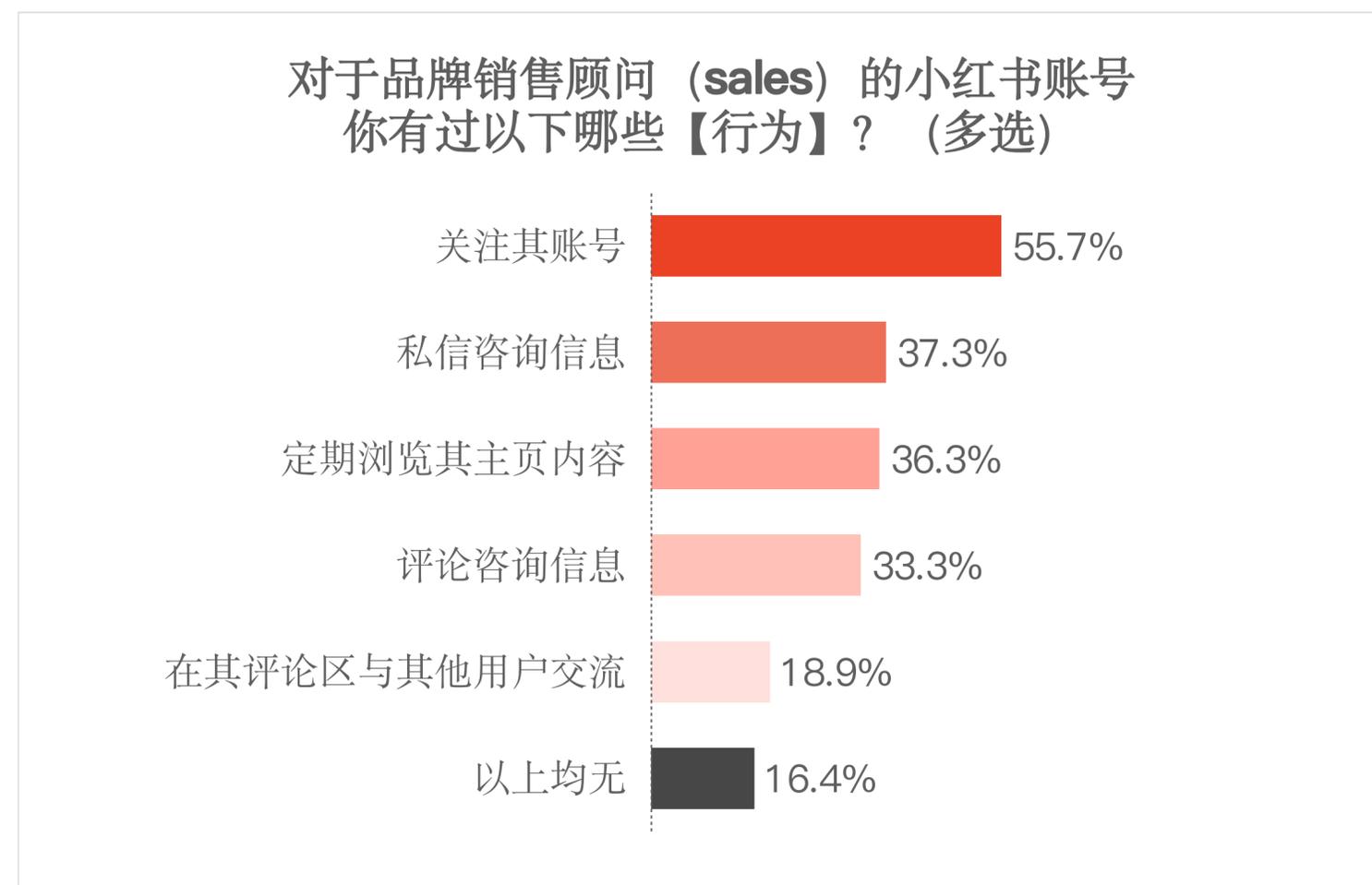
# 用户有关关注品牌销售小红书账号的习惯，并与其产生互动

平台用户有一定关注品牌销售账号的习惯，不同年龄段的用户与品牌销售顾问账号的互动程度不同。

## 「用户通过小红书与奢侈品品牌销售进行互动交流」

**55.7%**用户会关注品牌销售顾问账号，私信咨询信息占比**37.3%**、定期浏览主页内容占比**36.3%**、评论咨询信息占比**33.3%**。

对于品牌销售顾问 (sales) 的小红书账号，你有过以下哪些【行为】？ (多选)	总体	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上
N	201	40	48	79	34
关注其账号	55.7%	57.5%	56.3%	53.2%	58.8%
私信咨询信息	37.3%	20.0%	39.6%	46.8%	32.4%
定期浏览其主页内容	36.3%	50.0%	39.6%	34.2%	20.6%
评论咨询信息	33.3%	17.5%	37.5%	35.4%	41.2%
在其评论区与其他用户交流	18.9%	27.5%	16.7%	17.7%	14.7%
以上均无	16.4%	17.5%	10.4%	16.5%	23.5%



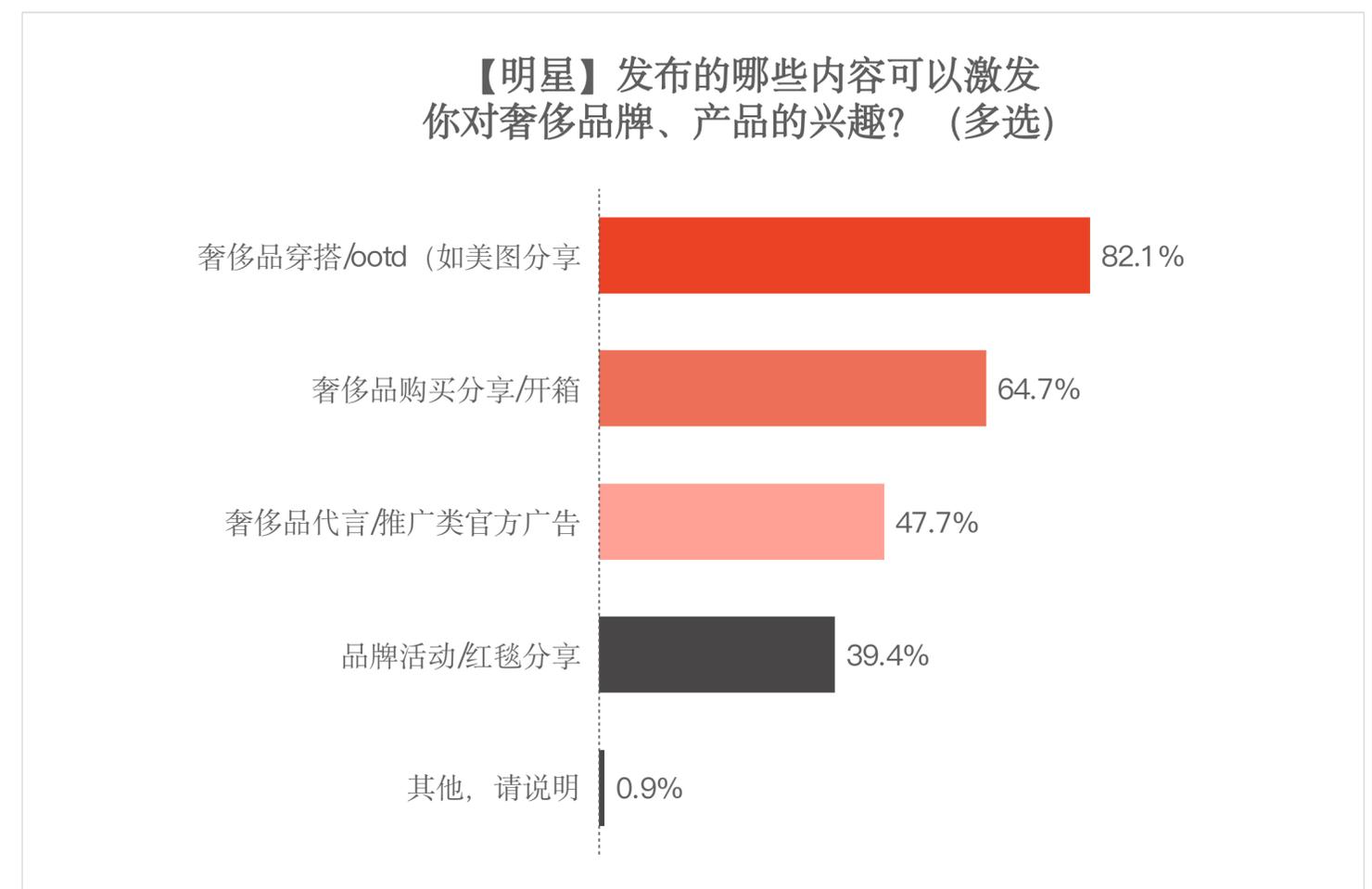
# 多数用户爱看明星发布的奢侈品穿搭/OOTD，并受到影响

明星发布的奢侈品穿搭/OOTD内容最能激发用户对奢侈品牌、产品兴趣的内容，奢侈品代言/推广等也能起到一定种草效果。

「在喜欢看明星发布奢侈品相关内容的用户中，多数用户被奢侈品穿搭内容成功种草」

23.4%的用户喜欢明星作为奢侈品内容发布者，其中82.1%的用户认为奢侈品穿搭/OOTD内容更能够激发他们对奢侈品牌、产品的兴趣。

【明星】发布的哪些内容可以激发你对奢侈品品牌、产品的兴趣？（多选）	总体	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上
N	436	137	101	147	51
奢侈品穿搭/oold (如美图分享)	82.1%	82.5%	78.2%	83.0%	86.3%
奢侈品购买分享/开箱	64.7%	63.5%	59.4%	70.1%	62.7%
奢侈品代言/推广类官方广告	47.7%	50.4%	46.5%	43.5%	54.9%
品牌活动/红毯分享	39.4%	46.7%	42.6%	33.3%	31.4%
其他，请说明	0.9%	1.5%	0.0%	0.7%	2.0%



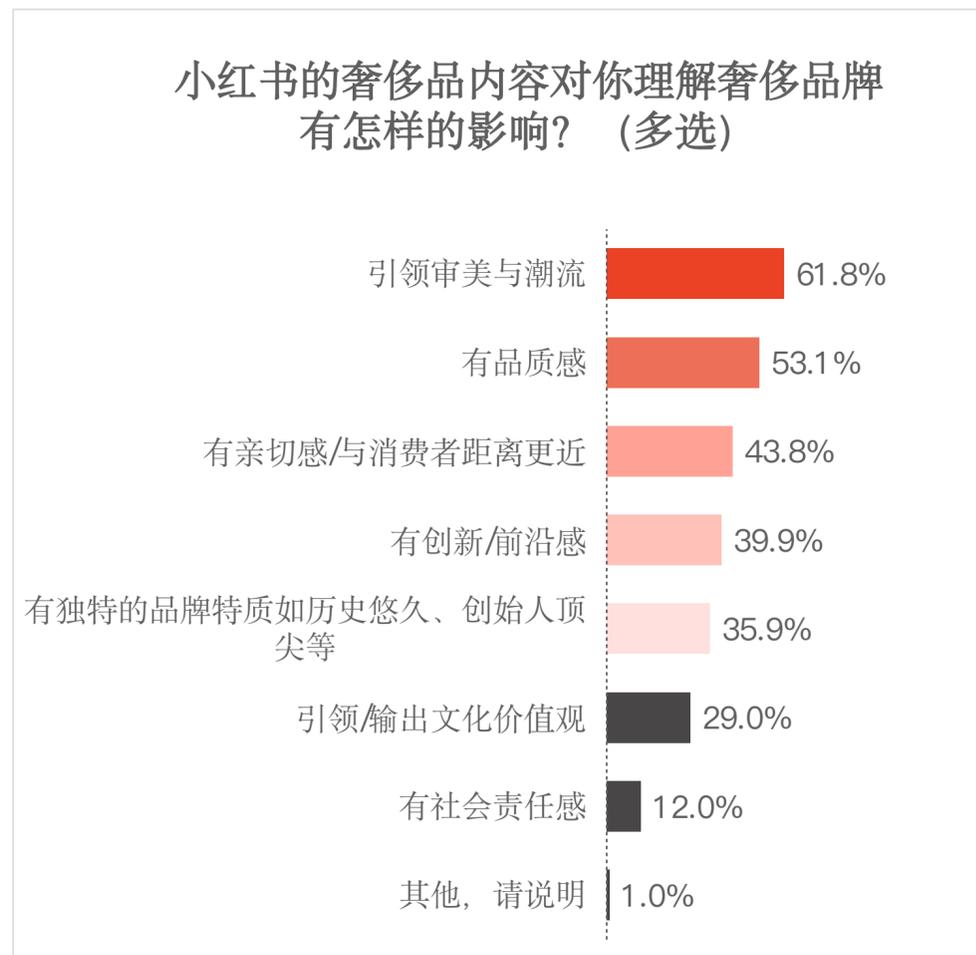
# 小红书是奢侈品品牌的种草官，可以有效提升用户的品牌好感度

小红书可以提升平台用户对奢侈品牌的好感度，重点增强用户对奢侈品牌「审美与潮流、品质感、亲切感」等感知。

## 「小红书上的奢侈品内容备受用户认可、信任」

小红书的奢侈品内容对平台用户理解奢侈品牌有很正向的影响：**57.3%**的用户认可小红书奢侈品内容可以提升品牌好感度。

小红书的奢侈品内容对你理解奢侈品牌有怎样的影响？(单选)	总体	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上
总计	1864	500	472	661	231
好感度提升	57.3%	56.4%	54.2%	58.9%	61.0%
没有影响	40.7%	41.4%	43.9%	39.2%	37.2%
好感度下降	2.0%	2.2%	1.9%	2.0%	1.7%



提升的【好感度】具体是指？(多选)	总体	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上
N	1068	282	256	389	141
引领审美与潮流	61.8%	68.4%	61.3%	58.9%	57.4%
有品质感	53.1%	59.6%	50.8%	50.9%	50.4%
有亲切感/与消费者距离更近	43.8%	42.6%	40.6%	45.8%	46.8%
有创新/前沿感	39.9%	50.0%	44.5%	32.4%	31.9%
有独特的品牌特质如历史悠久、创始人顶尖等	35.9%	46.5%	29.7%	34.7%	29.1%
引领/输出文化价值观	29.0%	38.3%	28.9%	24.2%	24.1%
有社会责任感	12.0%	19.5%	10.5%	7.7%	11.3%
其他, 请说明	1.0%	1.1%	0.4%	1.0%	2.1%

# 「广告也有价值」，用户从奢侈品广告中了解新品趋势、资讯

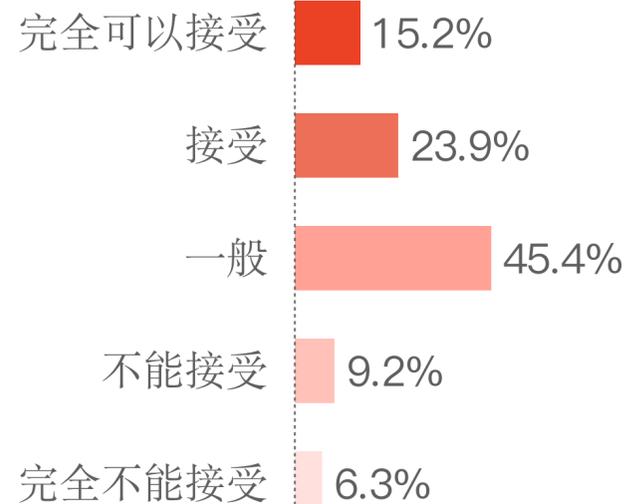
小红书平台的奢侈品广告对于用户种草奢侈品、了解潮流趋势、新品资讯有一定价值，用户对奢侈品广告接受度良好。

## 「多数用户对奢侈品广告接受程度高，并能从中获取一定价值信息」

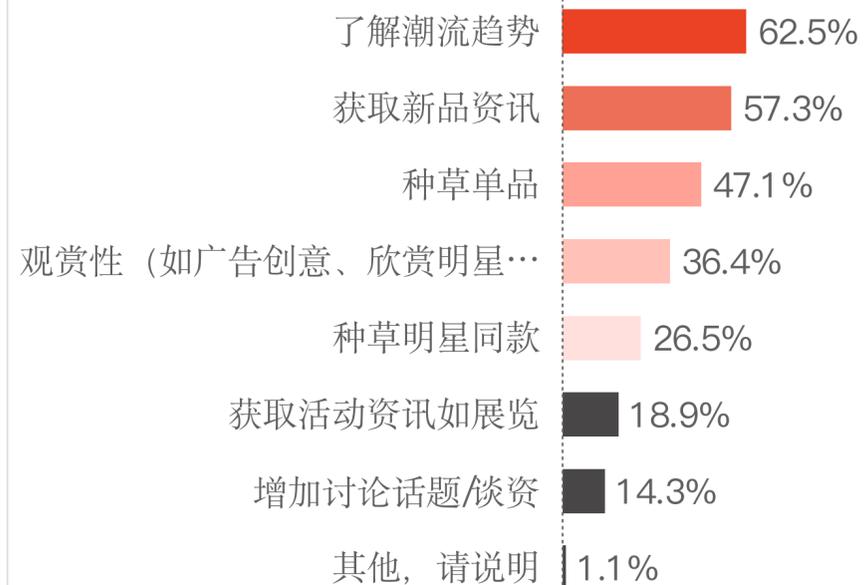
了解潮流趋势占比**62.5%**、获取新品资讯占比**57.3%**、种草单品占比**47.1%**。

在小红书中，你对奢侈品广告内容的感受如何？

(1-5分打分，1分为完全不能接受，依次递增)



【广告型】的奢侈品内容会给你带来什么样的价值？(多选)



【广告型】的奢侈品内容会给你带来什么样的价值？(多选)	总体	22岁及以下	23-27	28-35岁	36岁及以上
N	1576	436	397	539	204
了解潮流趋势	62.5%	65.6%	62.5%	58.8%	65.7%
获取新品资讯	57.3%	52.3%	56.9%	60.7%	59.8%
种草单品	47.1%	49.3%	46.6%	46.8%	44.1%
观赏性 (如广告创意、欣赏明星或模特)	36.4%	38.8%	36.8%	34.5%	35.3%
种草明星同款	26.5%	30.0%	27.7%	23.2%	25.5%
获取活动资讯如展览	18.9%	18.3%	21.2%	18.4%	17.2%
增加讨论话题/谈资	14.3%	17.9%	14.9%	12.4%	10.3%
其他, 请说明	1.1%	1.4%	0.5%	1.3%	1.5%

# 04

## 奢侈品行业的购买与分享

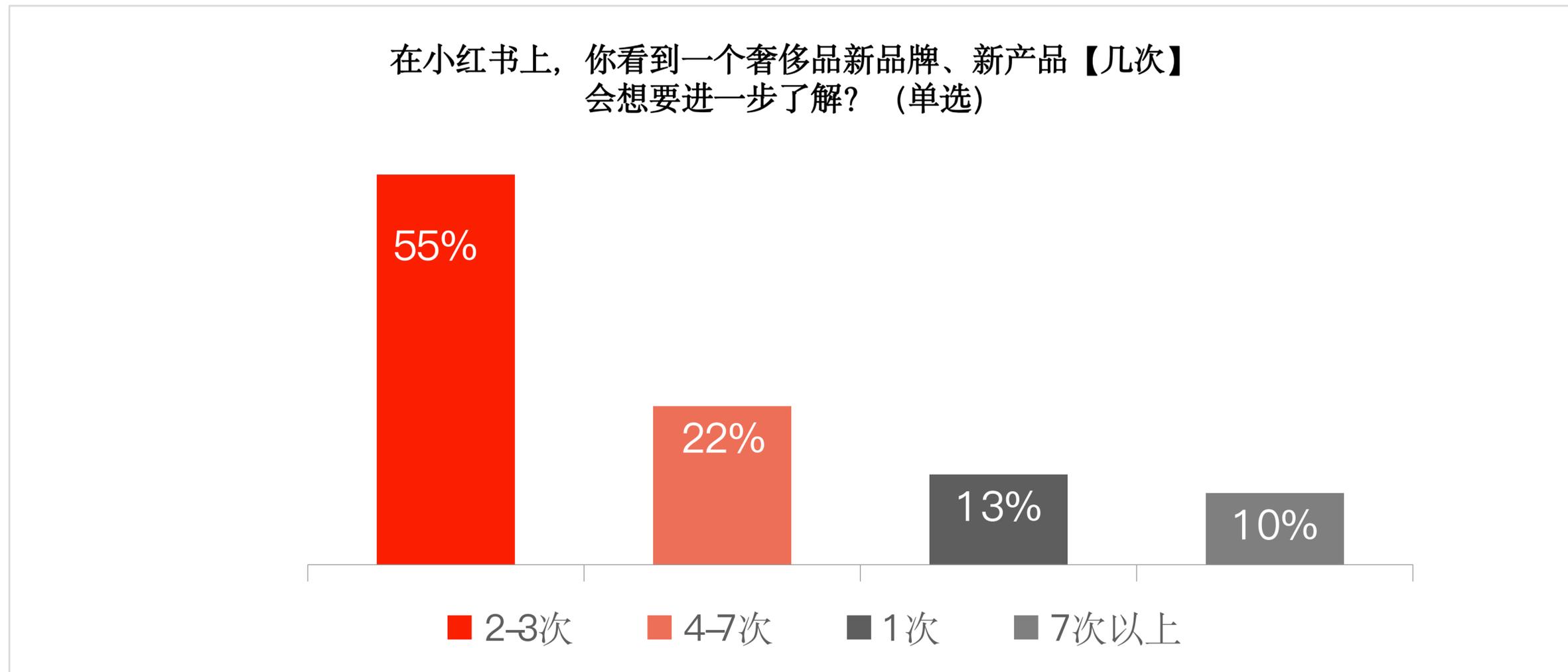
决策周期 | 种草效率 | 分享意愿

# 「看到之后就想买」，小红书用户极易被奢侈品内容成功种草

67.6%的用户看到奢侈品新品牌、新产品不超过3次，就会想要进一步了解；高达75.4%的人在近一年有购买行为。

## 「近七成用户，看到奢侈品新品牌、新产品1-3次就会被种草」

12.7%的用户看到1次就会被会种草，54.9%的用户看到2-3次会想要进一步了解奢侈品新品牌、新产品。



数据来源：小红书用研团队，N=1864，2022.9

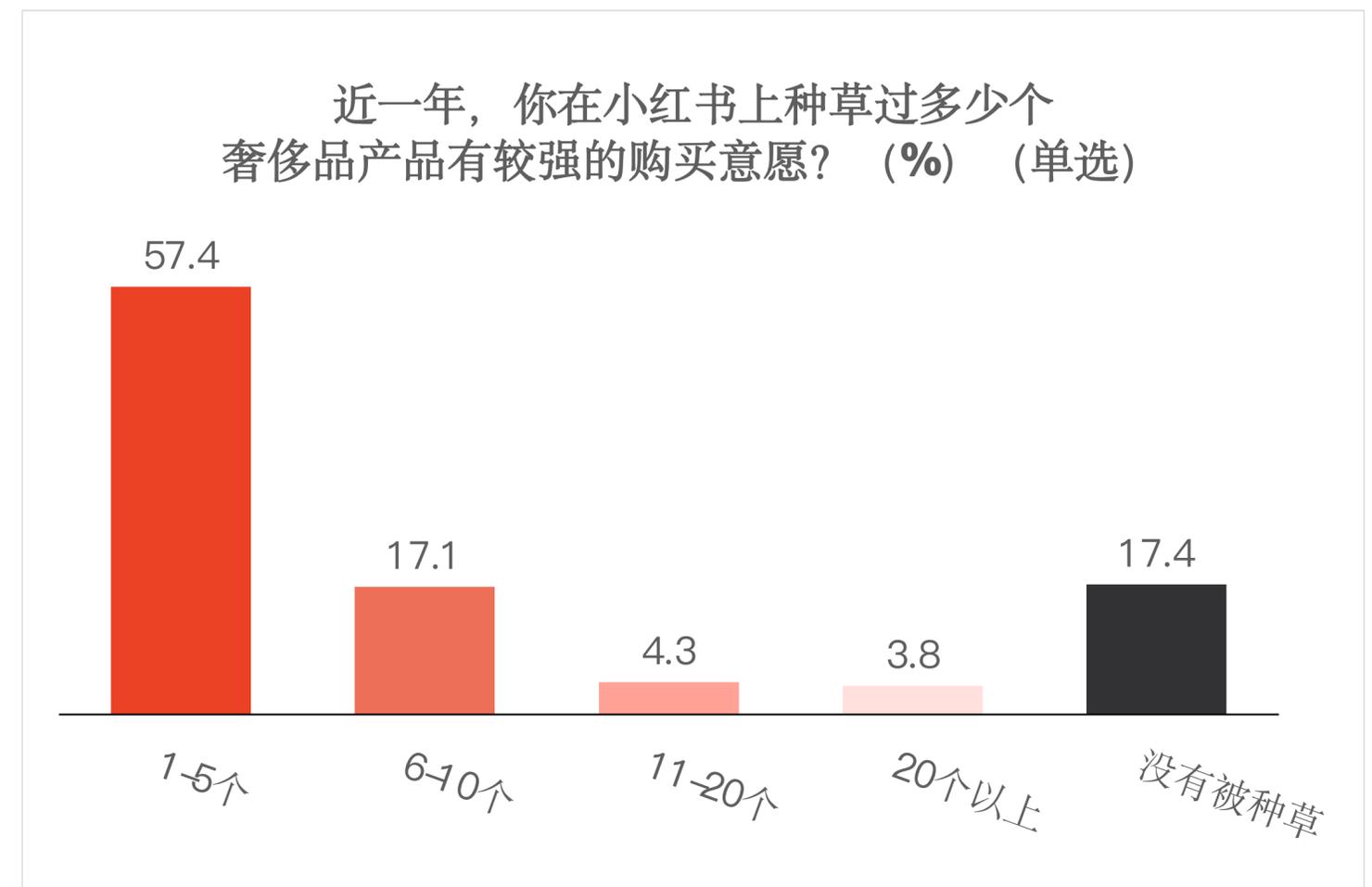
# 「越看越多越想买」，多数用户近一年有在小红书被种草过奢侈品

大部分平台奢侈品用户，超八成（82.6%）近一年有在小红书上种草过奢侈品。

## 「超四成用户，近一年在小红书种草了6个及以上的奢侈品」

28-35岁的用户种草的奢侈品数量整体偏多，种草6个及以上的用户占比**29.3%**，高于其他年龄段用户。

近一年，你在小红书上种草过多少个奢侈品产品（有较强的购买意愿）？ (单选)	总体	22岁及以下 (00后)	23-27 (95-00)	28-35岁	36岁及以上
总计	1864	500	472	661	231
1-5个	57.4%	52.0%	60.0%	58.5%	60.6%
6-10个	17.1%	14.2%	16.5%	20.1%	15.6%
11-20个	4.3%	4.0%	4.2%	4.7%	4.3%
20个以上	3.8%	3.0%	3.6%	4.5%	3.5%
没有被种草任何奢侈品	17.4%	26.8%	15.7%	12.1%	16.0%



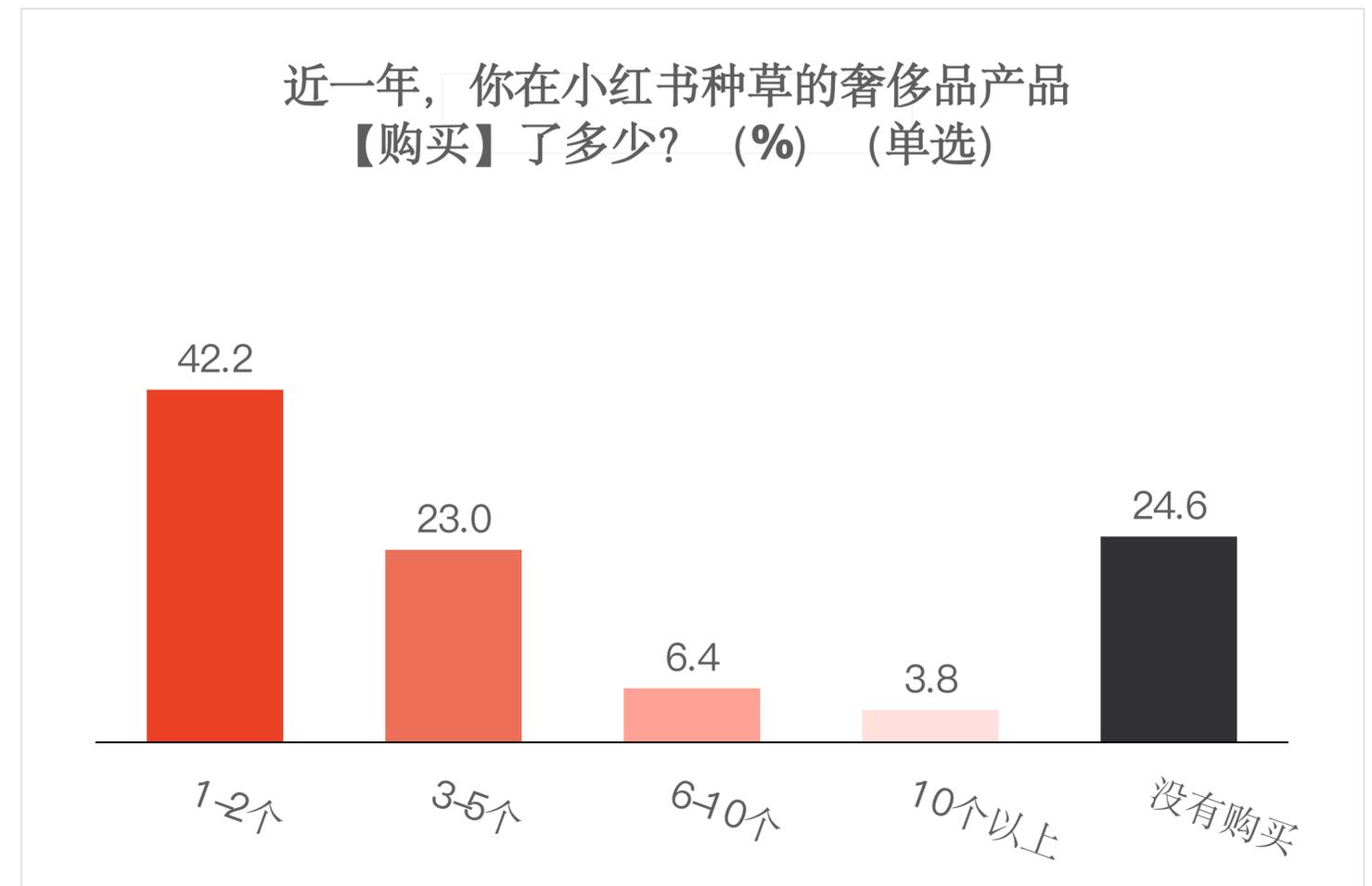
# 「看久之后就会买」，小红书用户从种草到实际购买转化极高

近一年在小红书有过种草的奢侈品用户中，75.4%的用户买了至少1件奢侈品。

## 「小红书已经成为高消费人群种草到购买的重要决策平台」

购买在3-5个的人占比均**40%**，尤其是超高消费人群购买6-10个、10个以上的占比均达**20%**。

近一年，你在小红书种草的奢侈品产品，【购买】了多少？（单选）	总体	22岁及以下	23-27	28-35岁	36岁及以上	普通消费	中高消费	超高消费
总计	1539	366	398	581	194	375	400	175
1-2个	42.2%	39.3%	38.4%	45.4%	45.9%	63.2%	41.3%	13.1%
3-5个	23.0%	16.7%	26.1%	24.6%	23.7%	18.7%	41.3%	40.6%
6-10个	6.4%	5.7%	3.8%	7.6%	9.3%	2.7%	9.5%	20.0%
10个以上	3.8%	3.8%	4.0%	3.8%	3.1%	1.3%	2.3%	22.3%
没有购买	24.6%	34.4%	27.6%	18.6%	18.0%	14.1%	5.8%	4.0%



# 「种草转化效率高」，小红书用户种草后的线上转化率良好

在站内和电商平台上搜索品牌、产品是用户被种草后的重要标志；平台用户种草后线下转化率随用户的年龄增长而增长。

## 「被小红书成功种草后，用户会在线上搜索品牌，线下进行产品购买」

被种草后，用户最多的线上行为是会去小红书上搜索品牌、产品（占比**58.2%**）；**40.4%**的用户会在种草后去线下购买心仪的奢侈品。

以下【哪些行为】表明你在小红书上成功种草了奢侈品？（多选）



你在小红书被种草奢侈品后，去线下店的情况如何？（单选）	总体	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上	一线	新一线	二线	三四五线	港澳台/海外
N	1864	500	472	661	231	559	525	316	346	118
只要被种草就会去	16.0%	12.4%	19.5%	14.8%	20.3%	16.6%	14.9%	17.1%	13.3%	23.7%
去线下店较多	24.4%	11.2%	21.4%	31.8%	38.1%	32.6%	25.5%	17.7%	10.4%	39.8%
去线下店较少	37.6%	39.2%	36.2%	39.3%	32.0%	37.4%	38.1%	40.8%	37.6%	28.0%
基本不去	21.9%	37.2%	22.9%	14.1%	9.5%	13.4%	21.5%	24.4%	38.7%	8.5%

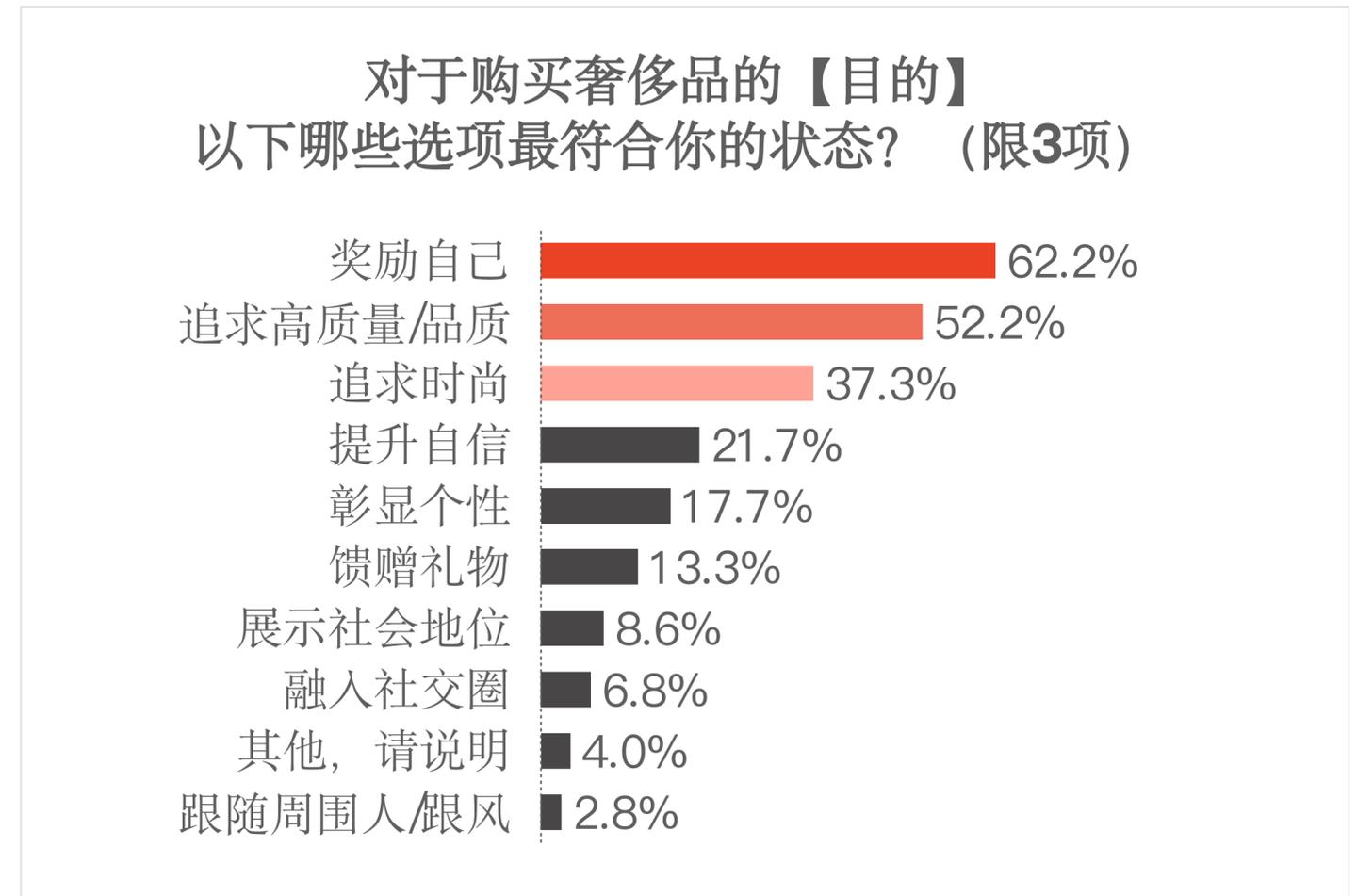
# 用户在购买奢侈品时的心态变得「越来越悦己」

22岁及以下用户购买奢侈品时，更注重追求时尚（44.5%）、提升自信（29.7%）。36岁及以上用户，更注重追求高质量/品质（59.4%）

## 「更爱悦己、追求品质生活、追逐时尚，是用户购买奢侈品的三大原因」

奖励自己占比**62.2%**、追求高质量/品质占比**52.2%**、追求时尚占比**37.3%**。但根据年龄及城市线级的不同，购买目的也存在一定差异。

对于购买奢侈品的【目的】，以下哪些选项最符合你的状态？（限3项）	总体	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上
N	1625	209	355	746	315
奖励自己	62.2%	62.2%	58.3%	63.8%	62.5%
追求高质量/品质	52.2%	45.5%	47.9%	53.2%	59.4%
追求时尚	37.3%	44.5%	39.7%	36.7%	31.1%
提升自信	21.7%	29.7%	22.8%	19.8%	19.7%
彰显个性	17.7%	20.6%	16.3%	16.6%	19.7%
馈赠礼物	13.3%	17.7%	14.6%	11.7%	12.7%
展示社会地位	8.6%	4.8%	10.1%	9.9%	6.3%
融入社交圈	6.8%	5.7%	8.7%	6.7%	5.7%
其他，请说明	4.0%	7.2%	5.1%	3.2%	2.5%
跟随周围人/跟风	2.8%	2.4%	4.2%	3.1%	1.0%



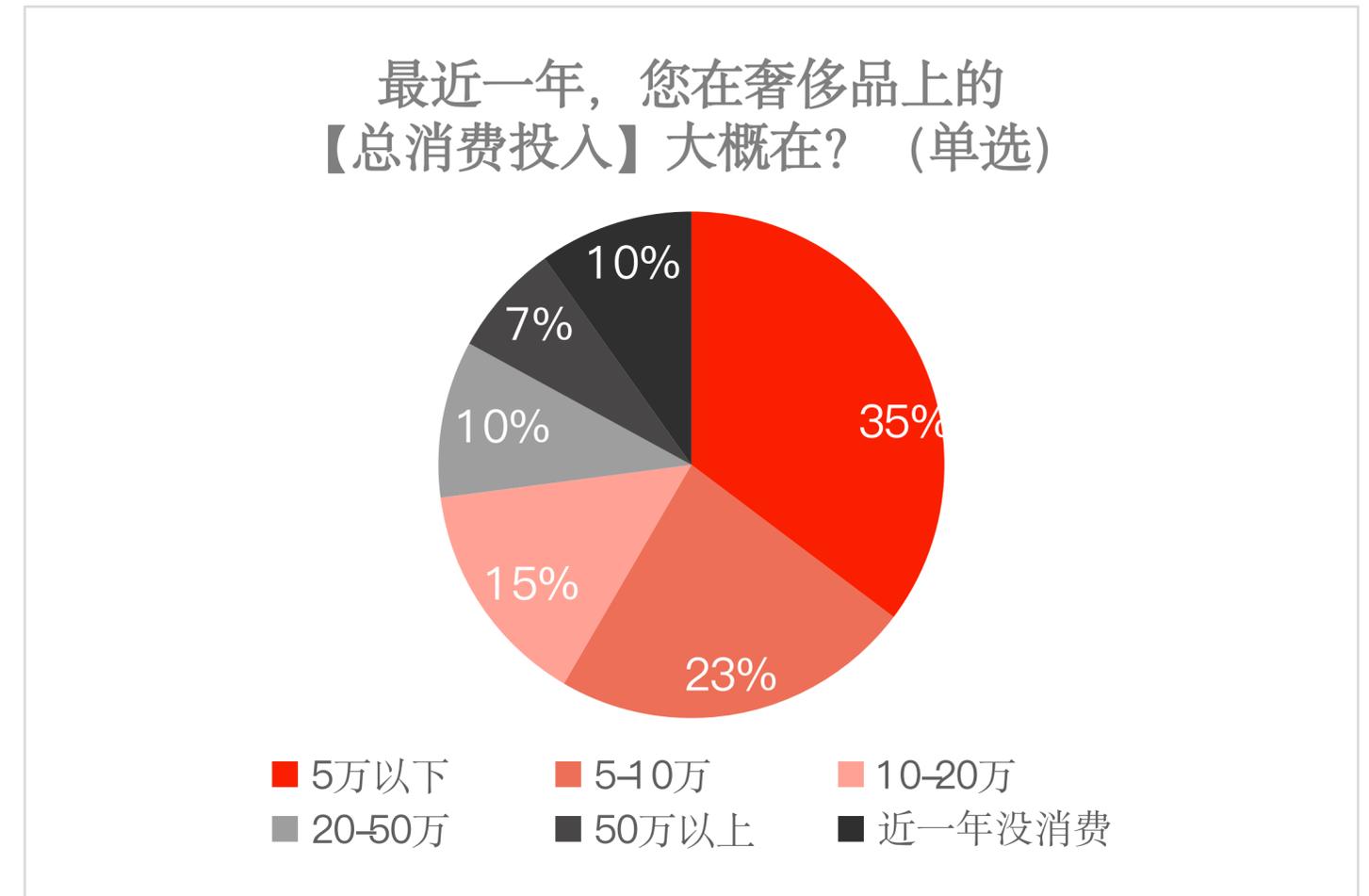
# 「年轻用户高消费、潜力大」五成以上用户奢侈品消费高于5万

小红书平台奢侈品用户消费力强：奢侈品年消费投入在5万以上的用户占比54.8%，其中消费10万以上的用户占比31.7%。

## 「高消费力的用户不受年龄限制，都在买买买」

22岁及以下用户的消费能力较为分散，23-27岁用户整体消费力强：**六成23-27岁**用户年消费在5万以上，高于其他年龄段用户。

近一年，您在奢侈品上的【总消费投入】大概在？ (单选)	总体	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上
N	1625	209	355	746	315
5万以下	35.3%	45.0%	32.1%	34.0%	35.2%
5-10万	23.1%	18.2%	27.3%	22.4%	23.5%
10-20万	14.5%	8.6%	14.4%	16.1%	14.9%
20-50万	10.0%	7.2%	9.0%	11.8%	8.9%
50万以上	7.2%	9.1%	9.3%	6.2%	6.0%
近一年没消费	9.8%	12.0%	7.9%	9.5%	11.4%

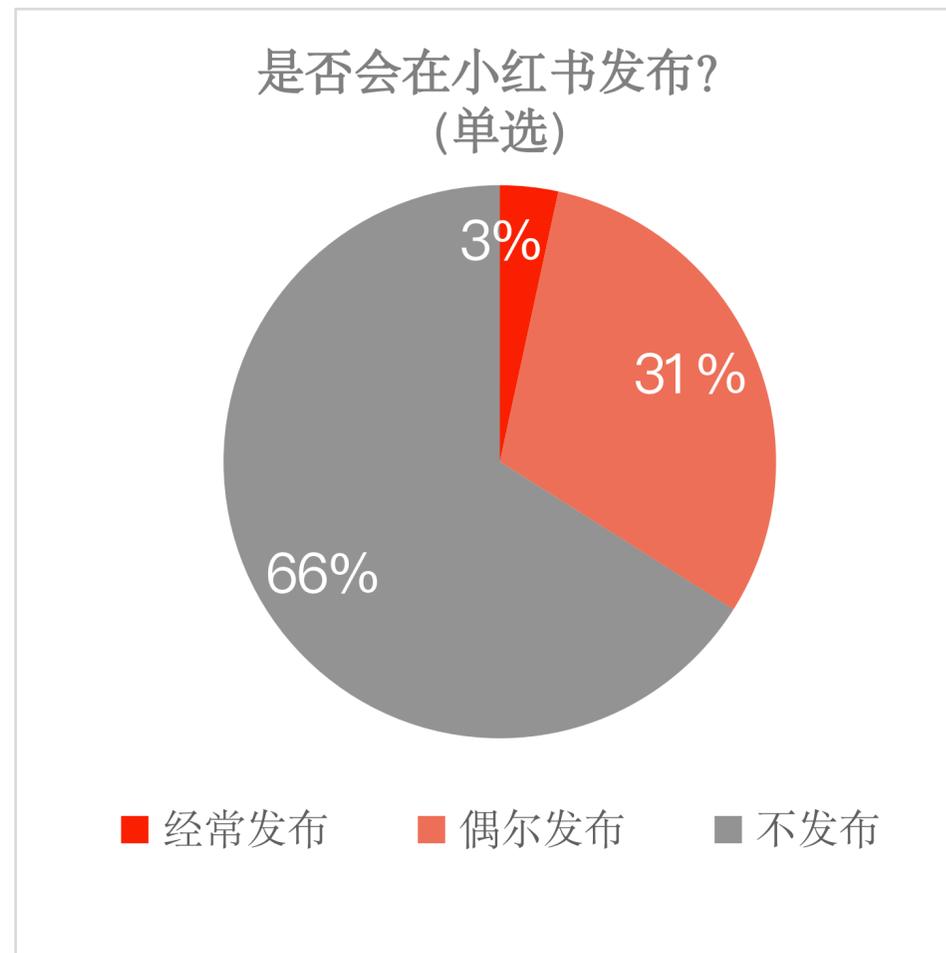


# 乐于分享、互动活跃，用户在小红书上积极分享奢侈品相关内容

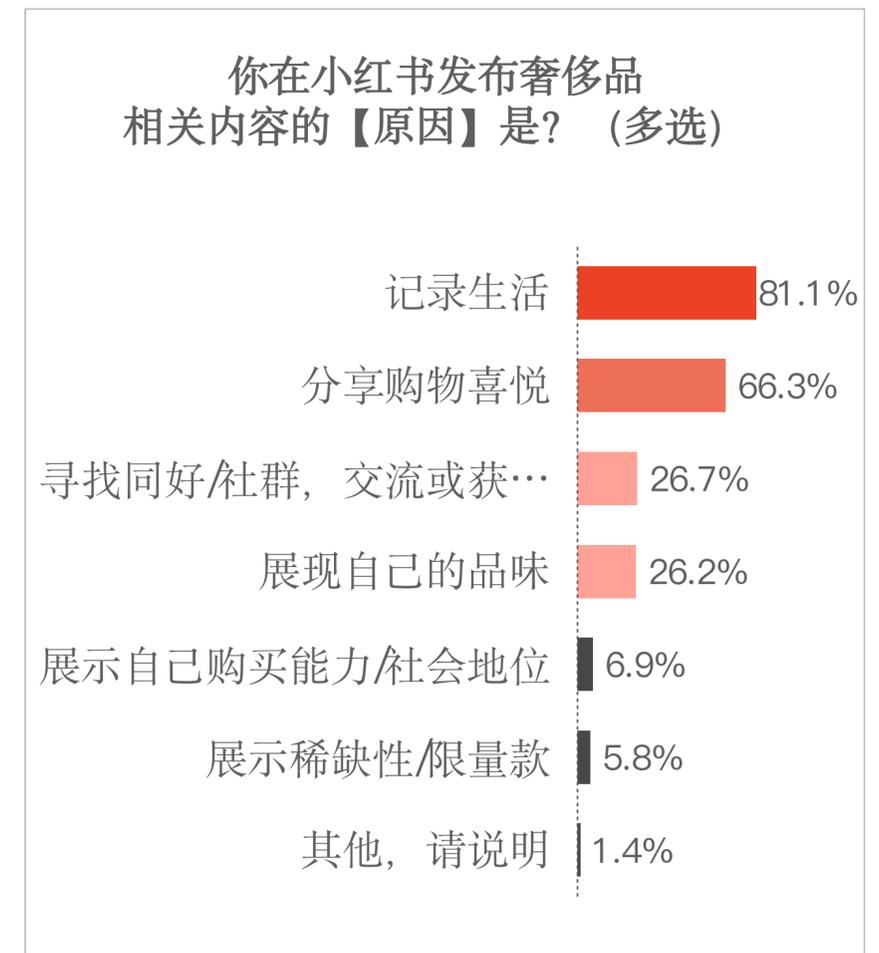
约三分之一的平台奢侈品用户会在小红书分享与奢侈品相关的内容，记录生活和分享购物喜悦是他们发布的主要原因。

## 「爱分享奢侈品内容的用户，促进了小红书奢侈品种草的循环」

**34%**用户会在小红书分享奢侈品相关内容；用户发布相关笔记更多是为了「记录生活、分享购物喜悦」。



是否会在小红书发布？(单选)	总体	22岁及以下	23-27岁	28-35岁	36岁及以上	一线	新一线	二线	三四线	港台及海外
N	2551	633	605	933	380	789	709	437	429	187
经常发布	3.4%	1.7%	3.5%	4.0%	4.5%	5.1%	2.7%	2.5%	1.2%	5.9%
偶尔发布	30.6%	13.3%	26.6%	42.3%	36.8%	37.3%	29.9%	25.4%	20.3%	40.6%
不发布	66.1%	85.0%	69.9%	53.7%	58.7%	57.7%	67.4%	72.1%	78.6%	53.5%





Xiaohongshu

**Thanks**

2022

小红书灵感营销