

2025种草爆点透视 内容营销洞察报告

(小红书平台)

数据来源：千瓜数据

数据时间：2024年8月1日-2025年1月31日

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

前言

平台观察：

在小红书，一个“氛围感、生命力”的关键词，或许就能引爆传播，优质内容效应更是巨大。

然而：“到底什么样的内容能爆？”

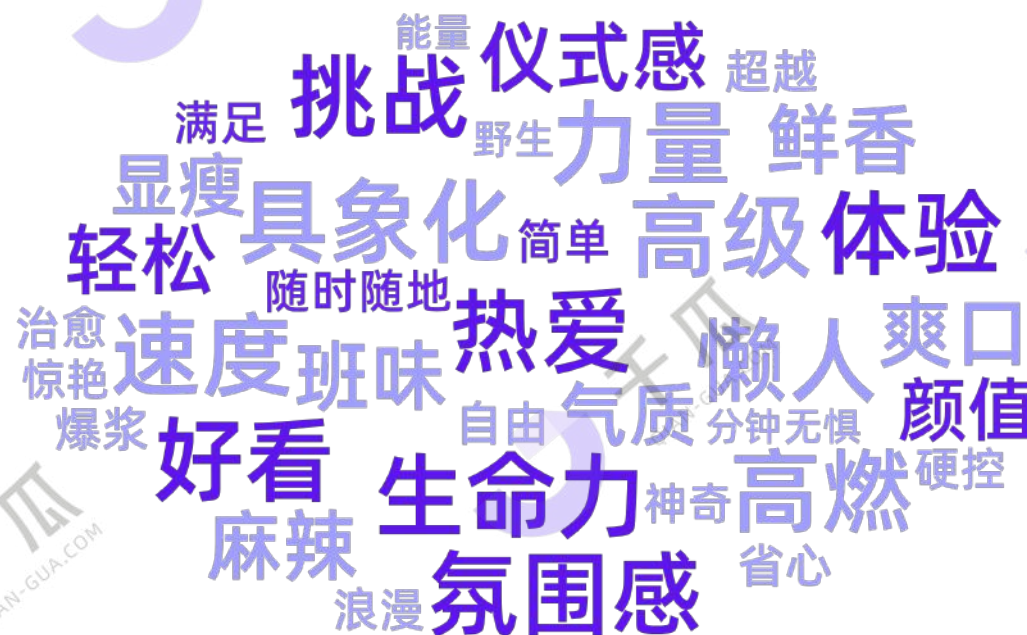
品牌营销过程，无不在找寻这个问题的答案。

千瓜发现，通过平台爆文观察与内容调性，从“人”的角度看爆点，问题迎刃而解。爆点并非全然难以捉摸，可以是主动种草的结果，爆点亦有触点与人味。

爆点洞察：

根据过往爆款内容调研，本期，千瓜将从爆点的四个触点：

痛点、痒点、爽点、燃点，挖掘内容打造方式，助推品牌圈粉，突出核心产品的同时，与消费者建立有效的互动沟通。



报告 目录

01 爆非玄学 | 爆点有“触点”

02 爆非流量 | 爆点有“人味”

03 营销见地 | 商业推广建议

爆点有“触点”

爆非玄学，热门内容洞察，发掘爆文逻辑

PART 1

「痛点、痒点」，赋予生活解法与想象

以往谈论爆点，通常基于“产品卖点与内容传播”，进一步调研小红书爆文（点赞≥1000）及其内容性质，**从用户实际需求角度，可提炼两种触点：**

痛点：用户有意识、尚未解决的需求，换言之，即日常普遍存在、时常遇到的问题或困扰，如热门内容中频现的“爆痘怎么办、水肿怎么消”；

痒点：用户潜在的、尚未意识的需求，多源于人们对个体或生活的渴求，如爆款内容中常见的“妈生感好气色、高级感春夏穿搭”等。

千瓜观点，痛点在于解决问题，痒点在于引发想象，品牌触发的关键都是借由日常生活的切实感知，与消费者形成共识，从而引爆内容。

痛点

· 有意识、尚未解决的需求，迫切需要解决的问题或困扰

入睡困难
脱发怎么养回来
敏感肌修护
烂脸爆痘怎么办
焦虑内耗如何自救
水肿怎么消
结节可以消除吗



达人：理科生阿钰

敏感肌



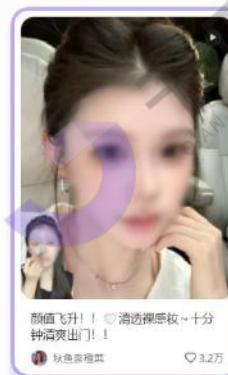
达人：某张某颖

失眠

痒点

· 尚未意识、或内心潜在的需求，渴望得到的意愿

神仙色号
妆容风格
妈生感好气色
高颜值 浪漫礼物
温柔气质美甲
高级感春夏穿搭
氛围感餐厅
减龄发型



达人：秋鱼奈橙菜

高颜值



达人：易楠楠

氛围感

「爽点、燃点」，营造生活体验与热情

同时，随着平台情绪与生活方式内容水位走高，站在用户精神需求角度，还可发掘两种触点：

爽点：以“发疯文学、爽文大女主”为代表，通常为即时、快速的体验，创造畅快、愉悦感；

燃点：以“高能量、passion”为代表，通过激发人的动力、热情，产生强烈共鸣、情感释放。

千瓜观点，爽点与燃点，侧重内容创意的呈现、生活态度的表达，以实现精神上的欣喜与满足，帮助品牌达成由浅入深的「交心」。

爽点

· 即时、快速，带来愉悦、畅快的情绪感受

达人：樱桃老丸子呀



短剧

达人：都市丽柴omo



发疯

带感设定
宅家体验有多爽
捏捏解压
短剧 发疯文学
大口吃到爽 重生
爽文大女主

燃点

· 激发人的动力、情感，产生强烈的共鸣

达人：尼脑瓦特特啦



Passion

达人：钳钳妈阿曼达呀



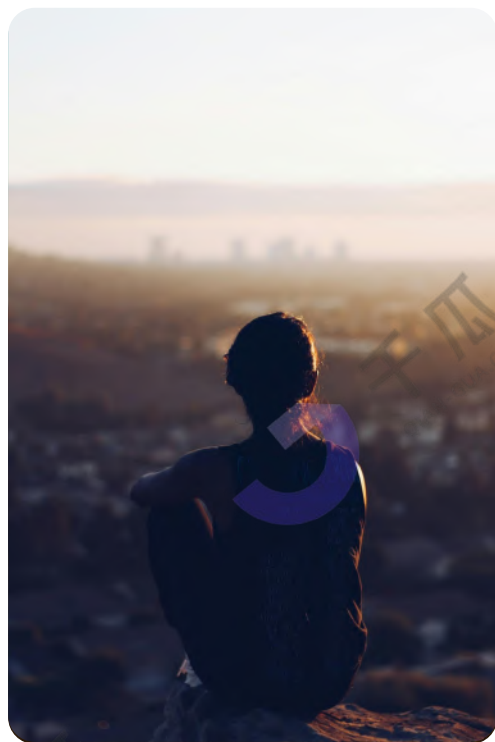
高能量

高光时刻
极限运动体验
高能量养成
人生就是要充满passion
超燃竞技场
每一帧都是热爱
来一点小小的二次元震撼
全程高能

爆点有“人味”

爆非流量，以人感探爆点，打造有效爆文

PART 2



PART 1

痛点·人性

消解恐惧

痛点：「人性的恐惧」，护肤、大健康行业表现显著

痛点需求词数据显示，“法令纹、泪沟、瑕疵皮、疼痛、近视、老化”等位列互动TOP20，主要集中在护肤与大健康行业。进一步调研行业商业笔记高互动热词，除上述痛点外，还频现“屏障受损、熬夜脸、肤色暗沉”、“消化不良、湿疹、感冒”等。

千瓜观点，**痛点往往源于“人性本能的恐惧”，怕丑、怕老、怕生病...故护肤、大健康行业运用痛点更易吸引用户互动。**品牌可作为「专业守护者」的角色，提供**单一症状到系统解决方案、皮肤/健康隐患预防性方案**。同时需要注意，避免“过度制造恐惧”，核心在于**“消解恐惧”，将「害怕」转化为「行动力」**。

■ 种草笔记痛点热词-互动TOP20

排序	关键词
1	焦虑
2	法令纹
3	肿泡眼
4	长痘
5	泪沟
6	掉发
7	失眠
8	疼痛
9	臃肿
10	近视

■ 护肤&大健康行业-商业笔记痛点热词

排序	关键词
11	脱发
12	瑕疵皮
13	烂脸
14	咳嗽
15	晒黑
16	蜡黄
17	疲劳
18	老化
19	肥胖
20	敏感肌

屏障受损	大干皮	缺水	干纹细纹
熬夜脸	油敏皮	鱼尾纹	肤色暗沉
睡不好	消化不良	湿疹	贫血
鼻塞	水肿	便秘	感冒

数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年8月1日-2025年1月31日小红书点赞≥1000的种草笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

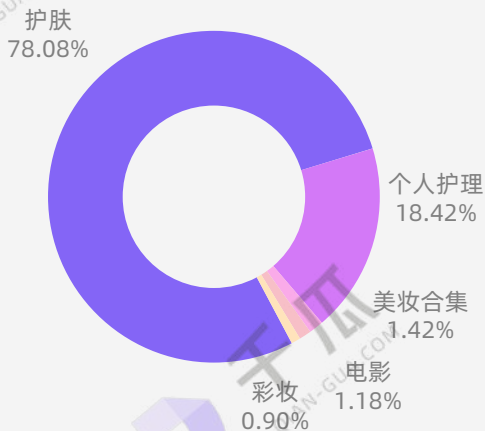
护肤品牌：把握“暗糙黄黑”，升级产品解决方案

行业风向标OLAY精准把握痛点，数据显示，品牌持续深耕“护肤与个人护理”强关联垂类内容，二者投放占比超9成，半年内商业笔记爆文数增长超79%。主要营销词包括：“暗沉、粗糙、蜡黄、晒黑”，以及“细纹、法令纹、抬头纹、表情纹”等。

千瓜观点，OLAY的内容布局将人的外貌恐惧细分为“暗、糙、黑、黄”，视野由表层护肤深入抗糖、抗老化等维度，例如：甜食-暗黄皮、纹路-熟龄肌。对痛点恐惧的解决横跨“抑制黑色素-改善肤色-色质兼修”，强调的不只是产品的升级，更是解决方案的升级。笔记评论品牌词、产品词位列TOP10，爆文有效度拉满。

OLAY | 品牌案例

商业笔记分类占比



商业笔记主要营销词

表情纹 痘印 颈纹 泛红 蜡黄 晒黑 斑点 下垂 出油 色斑 粗糙 暗沉 晒伤 法令纹 肤质不均 眉间纹 反黑 油敏皮 发黄 干敏皮 抬头纹 闭口 熬夜脸 老化 瑕疵

商业笔记示例



· 内容要点：
熬夜气色差
晒黑晒斑
入夏氧化暗沉油光



· 内容要点：
熬夜爱吃甜食的暗黄皮
斑点、肤色不白净的瑕疵皮
粗糙顽固纹路多的轻熟龄肌

种草與情词云

抗老水乳
效果OLAY美白
面霜小白瓶支持
淡斑大红瓶精华
健康

品牌内容声量

商业笔记爆文数 +79%

品牌相关笔记互动量 +77%

数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年8月1日-2025年1月31日小红书品牌相关笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

保健品品牌：关注“亚健康”恐惧，对症中式养生方

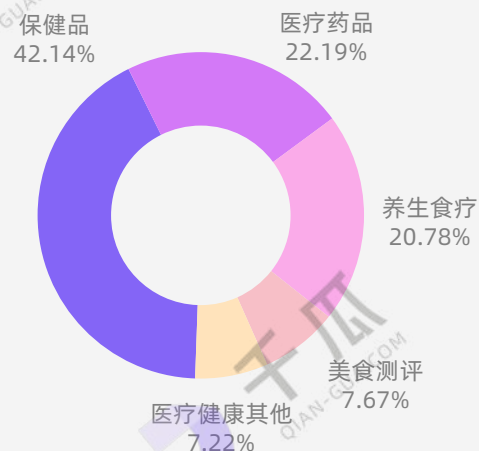


维特健灵深谙现代人的亚健康困扰，重点布局“失眠、拉肚子、代谢慢、便秘”等痛点词，投放笔记类型占比：保健品（42.14%）、医疗药品（22.19%）、养生食疗（20.78%），笔记内容针对“体虚、垮脸、累丑”、“湿气重、无精打采”，对应“港式保养、防己黄芪汤”养生方，商业笔记爆文数增长76%+。

千瓜观点，快节奏生活导致生物钟紊乱、饮食失衡，亚健康恐惧本质是人对生命失控的集体焦虑。品牌可将中式养生的“治未病”理念转化为产品语言，借助传统中医的心智优势，构建“古方+科学”的双重信任体系，消解健康焦虑。

维特健灵 | 品牌案例

商业笔记类型



商业笔记主要营销词

保健 拉肚子 代谢慢 关节疼痛 腹胀 失眠 腹泻 气色 掉发 经期 胀气 疼痛 消化不良 养生 睡不好 熬夜 便秘 工作压力 营养 皮肤粗糙

商业笔记示例



· 内容要点：
体虚垮脸、累丑
头脑昏昏沉沉
精力不足



· 内容要点：
1天洗1次头还油
无精打采、走两步就累
肿得像发面馒头

达人：傲娇小鲸鱼

达人：赵赵的秃发奇想

种草舆情词云

乌丝素 祛湿 灵芝 效果 气色 码住 链接 睡眠 尿酸 胃 五色灵芝 虫草 维特健灵

品牌内容声量

商业笔记爆文数 +76%

品牌相关笔记互动量 +30%

数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年8月1日-2025年1月31日小红书品牌相关笔记预估数据。部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

更多免费行业报告

并购买

www.ipoipo.cn



PART 2

痒点·人心

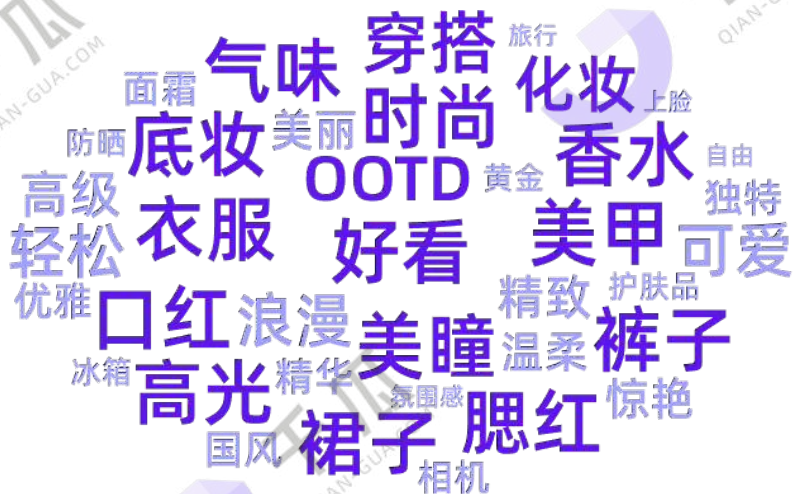
引发向往

痒点：「人心的向往」，高度关联美妆、服饰领域

调研数据显示，高赞爆文中“好看、高级、精致、浪漫、氛围感”等词频现，涌现“穿搭、美甲、口红、香水、腮红”等品类词。涵盖服饰、美妆行业高热话题：**#妆容分享**、**#显瘦穿搭**、**#今天穿什么香**.....品牌投放的“高智感穿搭、千金感妆容”等商业笔记，单篇点赞高达10万+。

千瓜观点，结合人感角度，痒点的触发关键点在于“引发人心的向往”，打动人心的是其映射的生活图景。由此，与美妆、服饰领域高度关联。建议品牌内容营销可将**功能诉求转变为风格符号**，架设现实与向往之间的痒点，让产品成为用户通往“美好生活、更好自己”的通行证。

种草笔记内容热词词云



服饰、美妆行业-热门话题&商业笔记

#妆容分享

#完美底妆这样画

#显瘦穿搭

#今天穿什么香



点赞：10万+

品牌：Palladium帕拉丁
达人：草鱼爱吃鱼zzz



点赞：7万+

品牌：兰蔻LANCOME
达人：周千金

彩妆品牌：释放“美的氛围感”，意象打法埋钩

美妆品牌酵色半年内品牌投放数据显示，纵深布局彩妆内容（商业笔记占比96%+），主要营销词包括“显白、温柔、透亮、柔焦、雾面”等，商业笔记爆文数、互动量增长155%+、108%+，种草效果显著。

品牌总是围绕鲜明主题给足氛围感，如“冬日蓝调、粉雾口红”，将诗意、浪漫的美色哲学凝结于产品设计，投放内容以“初恋蓝、复古滤镜”诠释，从产品到文案、视觉，对齐“颗粒度”。这种“意象打法”，既快速建立产品联想，又留白于用户，投射“使用即变美”的具象画面，埋下了双重钩子，可谓“痒点”打造教科书。

酵色 | 品牌案例

商业笔记分类占比

彩妆 96%+

商业笔记主要营销词

大地色 水光感 透亮 氛围感妆容
复古 自然 显白 暖调
雾面 晕染 奶咖色 裸粉 浪漫
哑光 气质 妆效
细闪 光泽 高级感 烟粉色
珠光 伪素颜 温柔
柔焦 精致 木质玫瑰 红棕色

产品宣传



粉雾&智感复古 | 冬日蓝调&浪漫

商业笔记示例



· 内容要点：
日系透明感
由内而外红润感
firstlove初恋



· 内容要点：
粉雾软糯感
灰调肉桂，时髦高级
清冷裸灰粉，miu系

种草舆情词云

想要
质地
粉饼 酵色
好美 颜色 口红
眼影 色号 腮红
超美 链接

品牌内容声量

商业笔记爆文数 +155%

商业笔记互动量 +108%

数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年8月1日-2025年1月31日小红书品牌相关笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

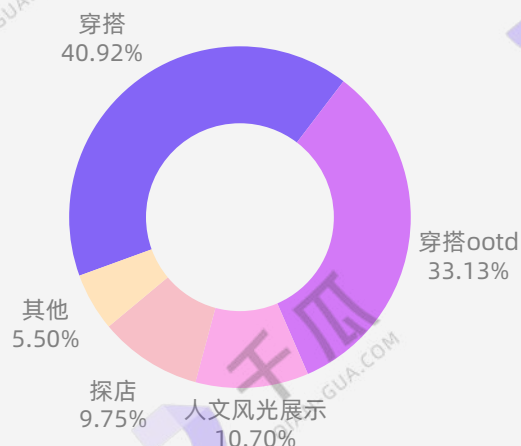
服装品牌：凝练“高级感风格”，勾勒质感形象

太平鸟围绕“品质”内核，开启痒点攻心术。投放内容主要以“小香风、优雅气质、简约高级”、“修身、修饰腿型”等为关键词，穿搭类笔记占比超七成，还布局人文风光（冰岛、大理等）、探店（门店、工坊等）笔记，占比分别为10.70%、9.75%。数据显示，去年第四季度商业笔记爆文数增长超125%。

千瓜观点，不论“小香风”，还是近年的“老钱风、静奢风”，都恰恰对应用户对“高级感”的不变追求，品牌可通过穿搭风格、上身效果、线下场景，多方位呼应高级感、制造向往感，回应消费者对品质生活的隐秘期待，勾勒富有质感的产品形象，成就用户对身份标识、生活表达的遐想。

太平鸟 | 品牌案例

商业笔记分类互动量占比



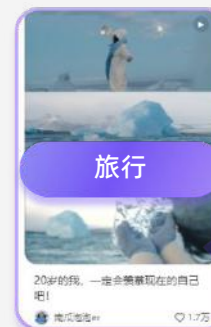
商业笔记主要营销词

简约大方
修饰腿型
通勤
保暖
优雅气质
自在出行
修身
轻盈
简约高级
小香风
时尚
高颜值
显瘦
质感
品质
品质穿搭
不挑身材
舒适
高腰

商业笔记示例



· 内容要点：
节日限定色
时髦贵气千金
高质感穿搭



· 内容要点：
冰岛旅行
白色大衣超级出片
旅行拍照

种草舆情词云

上衣 内搭
好美 羽绒服 衣服
裤子 太平鸟 外套
价格 大衣 毛衣
链接

品牌内容声量

商业笔记爆文数 +125%

品牌相关笔记互动量 +62%

2024年第四季度

数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年8月1日-2025年1月31日小红书品牌相关笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。



PART 3

爽点·人感

即时体验

爽点：「人的感受满足」，猛戳美食、家居人群

近年，“爽”凭其独有的快感机制，成为内容传播密码。爆文内容数据显示，爽感的触发主要涵盖三类关键词：**情绪感受词**，“快乐、幸福、享受、舒适”等；**品类词**，“火锅、炸鸡、冰淇淋、洗衣机、空调”等；**场景词**，“宅家、一个人、独居、吃饭、清洁、解压”等。

千瓜观点，“爽点”遵循「满足“本我”的快乐原则」，美食、家居占据流量高地。综合场景词数据，品牌内容布局可通过**“孤独经济、解压心理、补偿机制”**等情绪切口，营造即时的感官刺激与感受体验，形成“多巴胺式”的爽感时刻。

商业笔记内容情绪感受&品类热词



种草笔记爽点场景热词-笔记数TOP20

排序	关键词
1	美食
2	宅家
3	一个人
4	晚上
5	独居
6	旅行
7	装修
8	运动
9	周末
10	吃饭

排序	关键词
11	厨房
12	职场
13	晚餐
14	清洁
15	下班
16	收纳
17	户外
18	睡觉
19	懒人
20	解压



数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年8月1日-2025年1月31日小红书点赞≥1000的种草笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

食品品牌：打造“感官快感”，调动炫饭DNA

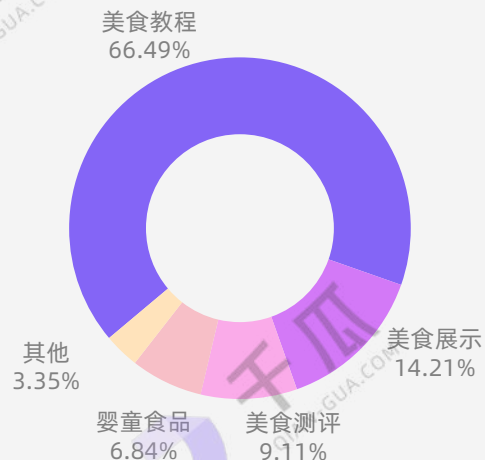


传统调味品起家的太太乐，小红书商业笔记超六成为美食教程，重点布局烹饪食物的**口感、风味**：“**鲜美、香辣、浓郁**”、“**爆汁、Q弹爽滑、爽口**”等，以及食用感受“**过瘾、满足、满口留香**”...与达人合作笔记包括“百香果排骨&夜宵、酸汤火锅&一人食”等，爆文数增长超76%。

千瓜观点，食物的极致风味（鲜、辣、酸...），加上场景的情绪容器（夜宵的罪恶快感、一人食的无拘无束），构成“**风味的情绪化升级**”，形成有力的感官轰炸。美食品牌可参考「**用视觉制造渴望、用味觉唤醒记忆、用场景创造归属**」立体化的内容模式，挑动人的爽感神经。

太太乐 | 品牌案例

商业笔记类型



商业笔记主要营销词



投放商业笔记



达人：牙套先生 | June食光旅 | 桃子裹冻
内容：百香果排骨、夜宵自由；酸汤火锅，酸辣开胃一锅端；酸汤肥牛，吸满汤汁大口炫

种草與情词云

味道 **好吃** 诱人 **食欲**
鲜美 太太乐 鸡精
做饭 松茸 鲜美 美味
链接

品牌内容声量

商业笔记爆文数 +76%

品牌相关笔记互动量 +100%

数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年8月1日-2025年1月31日小红书品牌相关笔记预估数据。部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

家电品牌：布局“沉浸式清洁”，迸发心流体验



作为智能家电品牌，追觅种草内容“爽点”打造，一方面，通过产品功能、使用体验，“自清洁、自动集成、自动添加”、“随时随地、一步到位”等关键词，另一方面，布局了“解压大扫除、深度清洁”沉浸式清洁场景，用户问询产品的同时，直呼“舒服了、看得好爽、好看爱看！”

千瓜观点，沉浸式实际上属于“心流体验”，心流理论认为，当人全身心投入某件事时，会过滤掉外界信息，获得“高峰体验”，这种高度愉悦的感受与“爽感”相契合。家居家装品牌均可借助“沉浸式”的内容表现形式，传递“舒适解压”的爽点属性。

追觅 | 品牌案例

商业笔记分类占比

家用电器 92%+

商业笔记主要营销词

轻松搞定 居家清洁 抑菌
一键智能托管 自动添加
沉浸式 自清洁 省心省力
方便 自动集尘 随时随地
5分钟 全屋清洁
一机多用 一步到位
干净 仿生机械 自动 智能
扫拖一体 解放双手 自动上下水

投放商业笔记



达人：陈卷卷的靠谱生活

点赞：1.9万+

内容：沉浸式原声清洁
洗洗刷刷、暴爽解压
打扫卫生、极度舒适



达人：提子蛋高

点赞：2万+

内容：沉浸式清洁
大滚刷用着省心
打扫变成一种乐趣



达人：尹太太

点赞：4000+

内容：沉浸式清洁
清洁技巧、清洁神器
全屋扫除、干净舒适

笔记热门评论

不敢想有多爽
什么牌子吸尘器 舒服了
看得好爽 求链接
看得我好解压
好看爱看

品牌内容声量

商业笔记爆文数 +25%

商业笔记互动量 +142%

数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年8月1日-2025年1月31日小红书品牌相关笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。



PART 4

燃点·人生

价值认同

千瓜观点，**燃点始于“人生的兴趣、理想”**，TA将人们从倦怠、虚无中抽离，形成精神支点。而肾上腺素激增的**运动、户外生活场**，恰恰是令人心潮澎湃的所在。品牌营销需**以价值观传递为核心主轴**，深入高光时刻、兴趣圈层、自我叙事等，创造积极的内在驱动力。

运动&户外行业-热门商业笔记



充满passion跑向2025 | 闯关马拉松 | 冬训跑山挑战 | 高原徒步登顶 | 运动场绽放热爱

数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年8月1日-2025年1月31日小红书点赞>1000的种草笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

户外品牌：定格“高能瞬间”，将场景转化为精神道场



户外品牌phenix的内容种草，对“燃点”构建可圈可点。品牌内容布局：话题 #开板需要passion、#滑雪反应来了 等，场景“滑雪、爬山、骑行”等，并结合“无惧、生命力、探索”等关键词。进一步查看爆文内容，山顶俯冲、旋转跳跃...暗合对抗生活惯性的倔强，也是自我实现的隐喻，评论区用户纷纷求链接。

千瓜观点，品牌将场景转化为精神道场，通过“人生态度+场景行为的高能瞬间+产品植入”的内容，点燃消费者的热望。户外品牌皆可借鉴这种内容形式，紧扣价值观输出，视觉与画面凸显“瞬间的力量”（例如：雪板划破雪原的刹那、岩壁解锁新高的震颤...），与用户共同实现价值确证。

phenix | 品牌案例

品牌参与话题

开板需要passion
滑雪反应来了
户外是我的精神保护区

商业笔记内容关键词

无惧 生命力 专业
穿搭 徒步 进阶 运动 防水
速干 出游 防雨 爬山 战衣
探索 户外 技术
防风 滑行 撞色 野生 骑行
旅行 滑雪 单板
山系穿搭 肌肉 透气排汗

投放商业笔记



点赞：9200+

内容：山的那边是什么 我自己会去看
站在山顶、迎着大山，勇敢向下冲
风声在耳边呼啸、感受板刃与雪地摩擦



点赞：2300+

内容：人应该待在没有天花板的地方
每一天都是人生限定、做你自己的屋檐
旋转跳跃的动作、技术流大拿

种草舆情词云

下单 滑雪服 冲冲冲
鞋子 雪服 速干衣
冲锋衣 超酷 链接 帅气

品牌内容声量

商业笔记爆文数 +133%

品牌相关笔记互动量 +192%

2024年11月-2025年1月

数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年8月1日-2025年1月31日小红书品牌相关笔记预估数据。部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

运动品牌：故事营销，“叙事性内容”注入灵魂

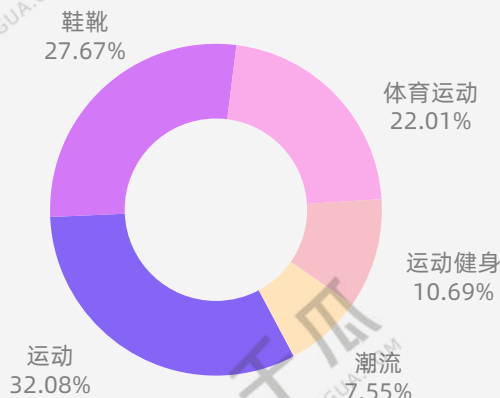
近年迅速崛起的运动品牌HOKA，如何实现燃点爆破？数据显示，品牌投放笔记：**运动占32.08%、体育运动占22.01%、运动健身占10.69%**，覆盖垂类细分领域。

代表性爆文主题为：**雪山生日**（旅居生活）、**短跑比赛**（截肢后第一场）、**越野人生**（从宁海到霞慕尼），评论区高呼：“有种灵魂共振感、狠狠激励到！”

千瓜观点，品牌**用成长弧光代替传统商品种草**，通过**“个体真实历程”**，让产品成为蜕变见证者。运动行业的燃点构建，可运用故事性营销，使消费者在品牌叙事场中找到自我投射的棱镜。当消费者为人生故事所动容时，产品自然承载了「热爱与理想」的精神价值。

HOKA | 品牌案例

商业笔记类型



投放商业笔记



点赞：1.8万+

内容：29岁雪山生日
穿越冰原、抵达全新人生
祝女性，永爬高山



点赞：4000+

内容：赛场拼搏
截肢后的第一场800m
运动的意义



点赞：2500+

内容：越野跑挑战
不管何时抵达，都有人为你喝彩
成为自己心中的巨人

种草舆情词云

有被狠狠激励到
热泪盈眶
精神上的冠军 太cool了
有种灵魂共振感
很有力量 好棒
我也要出发了

品牌内容声量

商业笔记爆文数 +46%

商业笔记互动量 +25%

数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年8月1日-2025年1月31日小红书品牌相关笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

商业推广建议

PART 3

■ 基于小红书平台爆文数据调研与内容观察，千瓜总结爆点的四大触点与营销建议如下：

- **痛点：**往往由「人性的恐惧」产生，护肤、大健康行业人群易被触动，内容打造关键在于“消解恐惧的产品方案”。针对外貌、衰老、疾病等方面，匹配、升级解决方案，更好地解决消费者日常的痛点。
- **痒点：**触发根本通常是「人心的向往」，美妆、服饰领域可借此打造爆点。营销需将功能卖点转变为风格符号，笔记内容与产品呈现注重“美感、质感、氛围感”，以产品意象打动人心。
- **爽点：**从「人的感受满足」出发，实现“本我的快乐”，美食、家居行业爆文多源于此。品牌可通过感官、情绪的链接，结合五感与“一人食/独居、解压、沉浸式”等内容场景，打造即时体验。
- **燃点：**反映现代人精神层面的迫切需求，源于「人的热忱理想」，户外、运动人群尤为受用。品牌可运用以“价值观输出”为主轴的场景化、故事性内容，呈现高光时刻、个体成长叙事，激发消费者的内心热爱或未竟之志。

种草内容的“常爆、有效爆”，靠的从不是盲目的流量狂欢、跟风模仿，而是在不同触点中找到“人之所向”和“属于自己的表达”，形成能够反哺品牌的爆点。未来内容营销还会怎么变？千瓜将继续与您一同探索。

■ 版权说明

本报告除部分内容源于公开信息（均已备注）外，其他内容（包括图表及文字内容）的版权均归千瓜数据所有。千瓜数据获取信息的途径包括但不限于公开资料、市场调查等。

任何对本数据及报告的使用不得违反任何法律法规或侵犯任何第三方合法权益，任何场合下的转述或引述以及对报告的转载、引用、刊发均需征得千瓜数据方同意，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。

本数据及报告来源于千瓜数据，违者将追究其相关法律责任。

■ 数据说明

基于社媒数据分析平台「千瓜数据」在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2024年8月-2025年1月小红书点赞≥1000的种草笔记、品牌笔记预估数据进行趋势研究所得。基于隐私及数据安全的考虑，本报告数据经过脱敏及指数化处理。

小红书营销数据服务专家

数智工具 · 管理赋能 · 营销智库 · 数据定制

千瓜数据
QIAN-GUA.COM



千瓜公众号



商务顾问-麦麦

扫码获取商务咨询与产品支持



2025品牌挚友

ebrun 亿邦动力



消除一切电商知识鸿沟

仪美尚
YI BEAUTY & LIFESTYLE



让美妆时尚消费品
没有难做的生意

运营研究社



运营创造价值

DT 商业观察



理性热爱

化妆品
观察



化妆品产业值得
信赖的财经媒体

沥金
FINDING GOLD



数据驱动的消费创投智库

CBX DATA
第一财经商业数据中心



国内领先的消费产业
研究机构与媒体型智库

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

· 排名不分先后

果集-社交媒体全链路服务商

旗下产品

GUOJI.PRO

数据洞察

电商增长

飞瓜抖音



飞瓜快手



选爆款

找达人

查品牌

营销种草

千瓜数据



飞瓜B站



市场洞察

内容创作

友望数据



西瓜数据



营销管理

营销舆情

飞瓜品策



市场洞察

营销分析

品牌舆情

话题透视

品牌定制

集瓜数据



市场趋势

竞品分析

消费洞察

舆情监控

运营提效

自播运营

飞瓜智投



流量监控

主播轮班

录屏回看

实时切片

达人分销

飞瓜智星



达人匹配

样品管理

履约监控

数据复盘

矩阵管理

云略



投流起量

飞瓜易投



找广告

看竞对

辨效果

拆策略

带货选品

飞瓜米选



海量选品库

免费申样

高佣爆品

智能选品

矩阵管理

AI创作

智能分发

线索收集



| 关注果集

领取更多 抖/快/红内容信息



| 市场合作

果集市场品牌总监 何十三