

从种草到决策： 聚焦伤痛管理新增量

一个产业的年度最强音

THE STRONGEST VOICE OF AN INDUSTRY

小红书商业医药健康行业

目录



01 从教育到对话，
UGC长出健康社区

02 从人出发，
理解伤痛需求用户

03 下钻伤痛赛道，
解码行业的新趋势

04 好产品长出好生意，
伤痛赛道如何破局？

01

从UGC长出来的 医药健康社区

Inspire Lives

- 你的生活兴趣社区 -

SHARE

看见广阔世界



CONNECT

创造人感社区



LOVE

鲜活 & 真实



小红书已经成为多元 生活兴趣社区 & 跨代际人群的 生活百科全书

月活跃用户数

3.5亿

一二线城市用户占比



50%

95后用户占比



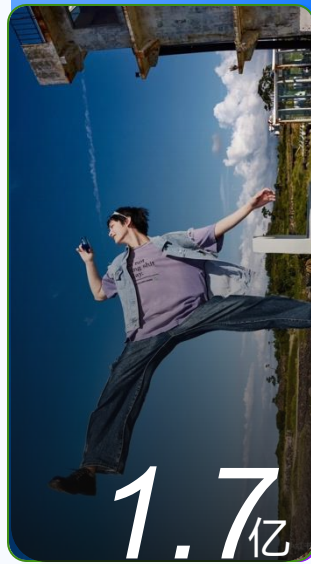
50%

UGC内容占比



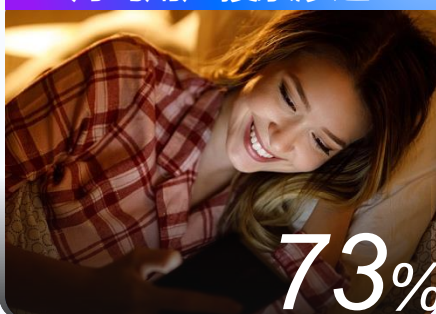
90%

每月寻求购买建议用户数



1.7亿

月均用户搜索渗透



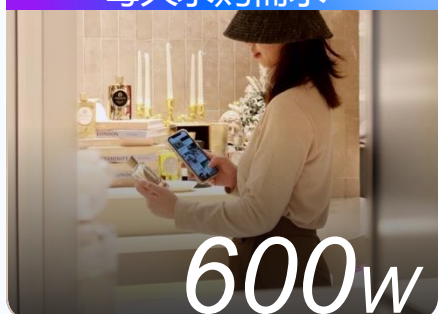
73%

每天用户笔记截存行为



1.2亿

每天求购需求



600w

+ 一个产业的年度最强音

THE STRONGEST VOICE OF AN INDUSTRY

小红书成为1.9亿健康高敏用户的健康百科

行业月活用户量同比增长37%，呈现三大特征：更高净值、更年轻 & 更「顾家」

更高线&更高消费力

高于大盘6%

56 %

一二线城市占比

更年轻

高于大盘7%

57 %

95后占比

家庭健康掌门人

26 %

育儿状态占比

海量UGC点亮生活全场景，真诚分享构建利他社区生态

一级内容类目

37↑

二级内容类目

200+

灵感熠熠的内容
点亮生活全场景



搞笑

↑ 247.6%



社科

↑ 122.6%



游戏

↑ 119.2%



二次元

↑ 110.8%



星座命理

↑ 99.1%



体育运动

↑ 95.7%



商业财经

↑ 93.6%



汽车

↑ 76.9%



生活记录

↑ 74.2%



科技数码

↑ 73.5%

每日新增笔记数

600万+

每日新增评论数

6000万+

专业有用的内容
提供生活方式参考

一个产业的年度最强音

THE STRONGEST VOICE OF AN INDUSTRY

从浏览到搜索，用户真实选择，深度影响决策

用户浏览
主阵地

精准分发
激活需求

双列呈现

用户主动选择

每个点击更有价值

推荐的产品
正合我意



搜索之后
下定决心



从浏览到搜索的
流转
真实消费决策路径

60%

日均用户搜索渗透

主动搜索
深度决策

搜索收敛

用户心智集中

每个搜索更加高效

诞生新趋势，放大新场景，让好产品深耕发芽

抓住健康趋势的新风向

把自己重新养一遍

5.9亿+ 5.9亿+

#重新养自己一遍 话题浏览量

2024年1月小红书社区发起为期一年的全民健康打卡活动

体检

10.4亿+ 10.4亿+

#帮你查看体检单 话题浏览量

32万+ 32万+

6.17亿 #体检 搜索量

老祖宗的养生智慧

6.6亿+

#三伏天养生 话题浏览量

+6675%

#三伏天晒后背 搜索同比

3.5亿

#中式养生 阅读量

公园20分钟效应

481.9万

搜索总量

+1745%

笔记发布



挖掘未被满足的健康需求

办公室带薪健康

#带薪健康 阅读量 1.5亿

#办公室养生 相关内容趋势同比增长 133%

#养生茶 话题浏览量 9.9亿+

巢女养成

#卵巢保养 阅读量 7.6亿

搜索同比增长 56%

#补雌 搜索同比增长 315%

相关内容趋势同比增长 533%

健身搭子

#健身搭子 阅读量 7.3亿

阅读同比增长 540%

#关节养护 阅读量 8930万

阅读同比增长 109%

特种兵式养胃

#玻璃胃 阅读量 7.9亿

#肠胃养护套餐 相关内容趋势同比增长 218%

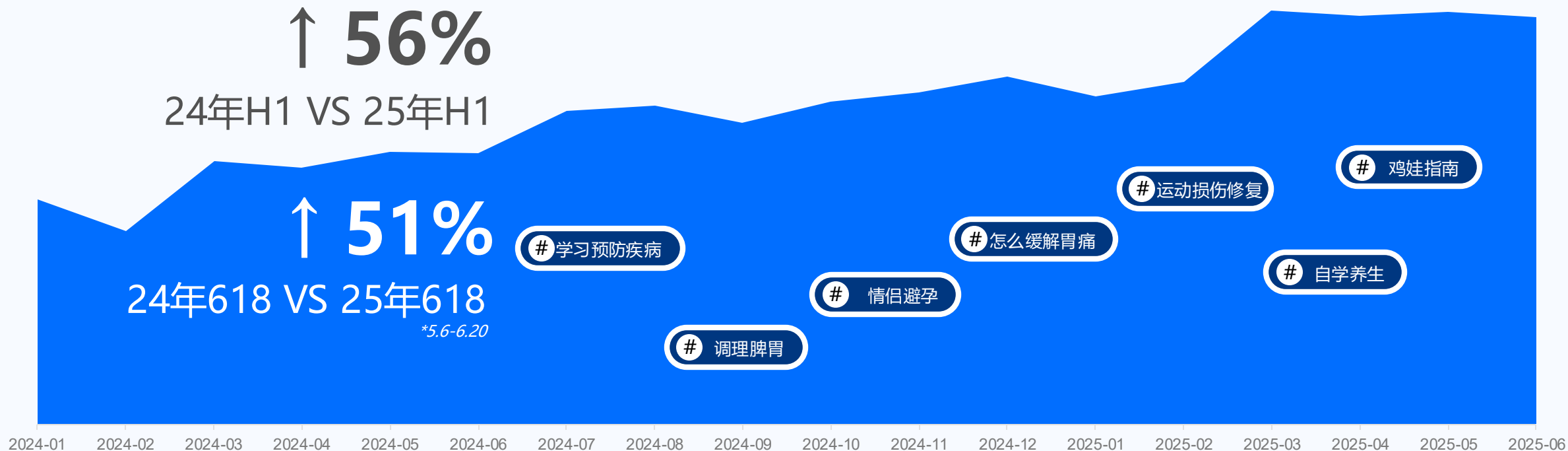
*数据来源小红书后台 时间周期: 2023.8 - 2024.8

02

从人出发 理解伤痛需求用户

大健康在小红书保持高速增长

大健康行业24H1-25H1搜索趋势



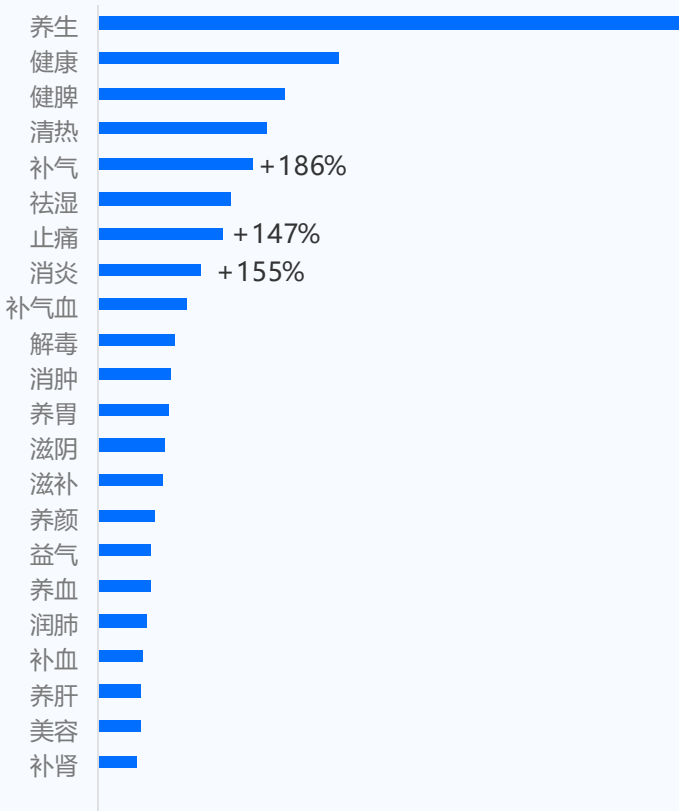
小红书正在成为 用户新的“健康生活搜索引擎”



中医文艺复兴

医疗健康行业笔记词云

热门功效排名 (2025H1) & 环比增长 (2025H1 vs 2024H2)



养生大潮袭来，国人血脉里的中医属性觉醒

国人健康意识增强，由治到养，期待体质得到全面增强
滋补、调理是国人千年不变的养生需求，消肿止痛需求显著



喝了8天苹果水的真实反馈.....
本来就脾胃虚脸黄，偶然刷到xhs煮苹果水，说喝了可以调养脾胃就试了下，但还是脸黄气色差，就搭配补胶原的食补一起，坚持下来，上厕所规律多了，黄气退了78成，



女性8大气血调养穴位，气色不好按一按😊

❤️ 4444



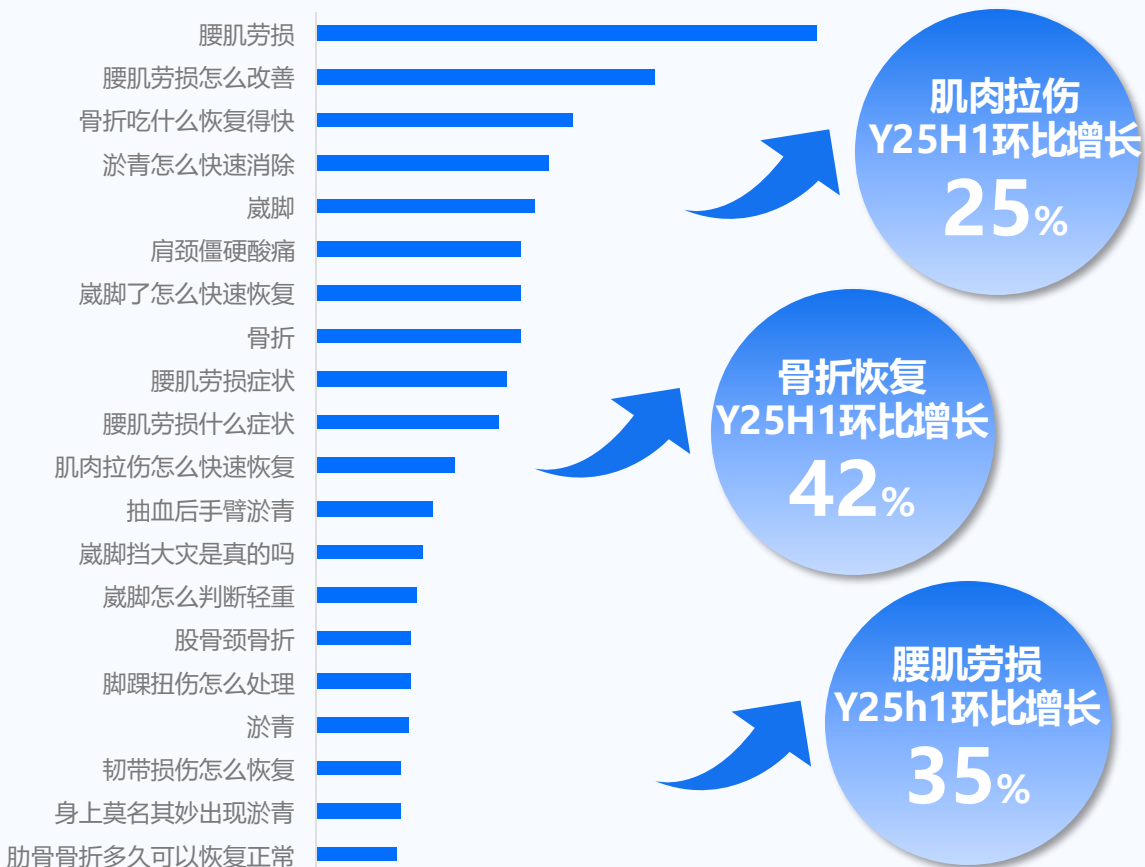
常见的8个止痛小妙招，建议收藏，备不时之需
#健康科普 #健康知识 #中医健康养生知识 #预防 #科普 #知识 #止痛小妙招 #牙疼止痛 #不懂就问有问必答 #我的健

全民健身花式受伤

「健身」成为当代人的一种生活方式
随之而来的是各类身体部位扭伤、拉伤、损伤的增加

无论「健身小白」还是「资深健身控」，都在小红书寻求解决方案

Y25H1关节/肌肉损伤相关热门搜索词



数据来源：小红书数据中台；数据截止2025年6月

知识科普 | **解决方案** | **好物推荐**

医用固定带 +9.1%

医用护踝 +23.2%

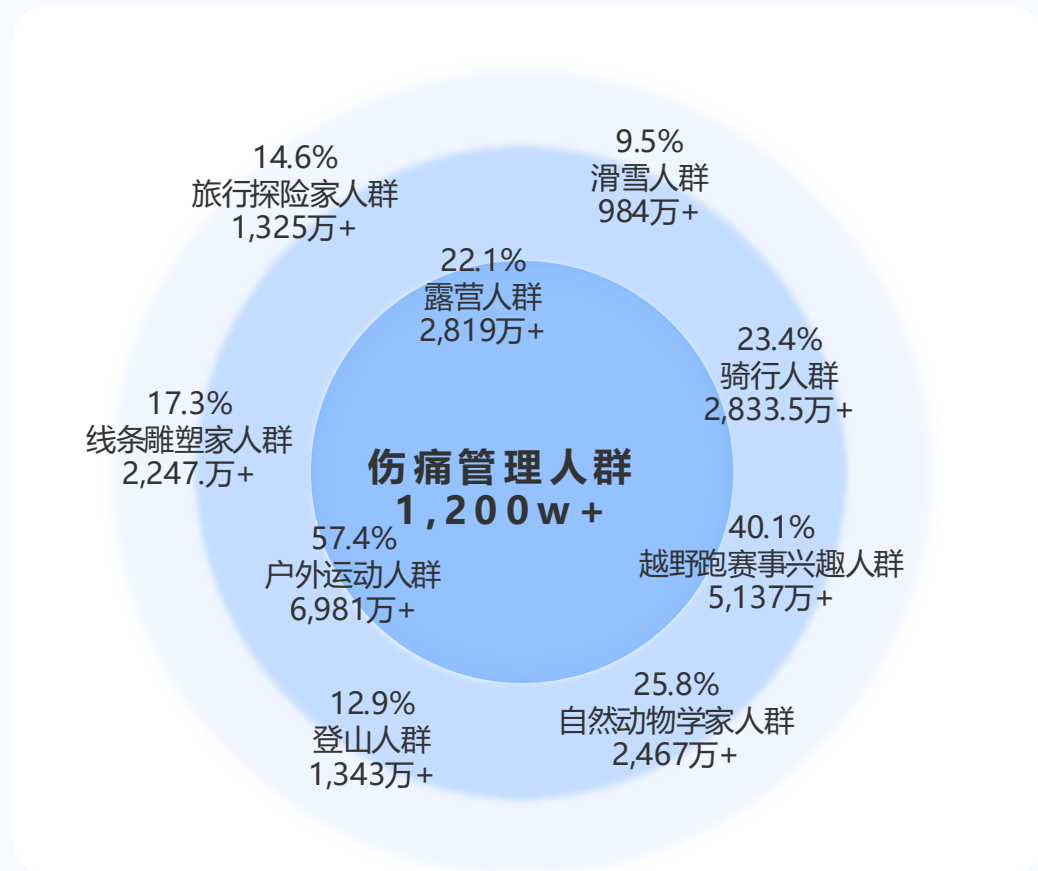
一个产业的年度最强音
THE STRONGEST VOICE OF AN INDUSTRY

03

下钻伤痛赛道 解码行业的新趋势

小红书聚集运动人群&社群，涌现大量运动损伤场景

伤痛管理兴趣人群在各大运动人群中渗透率高



一个产业的年度最强音
THE STRONGEST VOICE OF AN INDUSTRY

球类运动占比较高，新潮运动引发更多新型伤痛场景

运动伤痛搜索快速增长，缓解骨折、拉伤和淤青是主要诉求

25H1 VS 24H2运动伤痛
赛道搜索环比增速

+20%



2024-01 2024-02 2024-03 2024-04 2024-05 2024-06 2024-07 2024-08 2024-09 2024-10 2024-11 2024-12 2025-01 2025-02 2025-03 2025-04 2025-05 2025-06

骨折

淤青

崴脚

韧带

扭伤

拉伤

25H1热搜伤痛类型

- 淤青怎么快速消除
- 崴脚
- 骨折
- 骨折吃什么恢复得快
- 脚踝扭伤怎么处理
- 肩颈僵硬酸痛
- 崴脚怎么判断轻重
- 崴脚了怎么快速恢复
- 肌肉拉伤怎么快速恢复
- 淤青
- 股骨颈骨折
- 韧带损伤怎么恢复
- 肋骨骨折
- 抽血后手臂淤青
- 骨折吃什么加快骨头...
- 崴脚挡大灾是真的吗
- 肌肉拉伤
- 肌腱炎
- 崴脚怎么快速恢复
- 崴脚恢复的几个阶段

25H1相关笔记提及运动场景

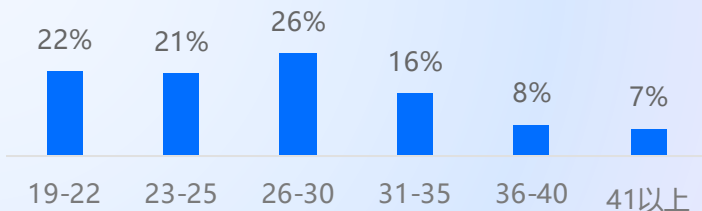


急性损伤激发大量主动搜索，用户急需对症解决方案

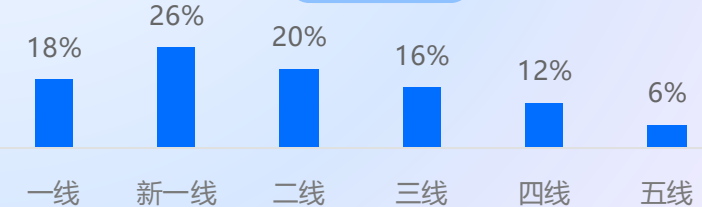
一二线城市分布多，消费实力强，年轻学生人群&运动人群占比突出

运动伤痛人群画像

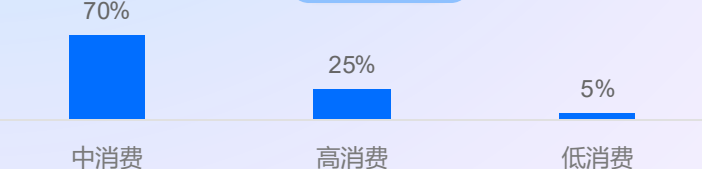
年龄分布



城市分布



消费分布



25H1运动伤痛人群搜后热门笔记



25H1运动伤痛人群下游搜索词解决方案

- 崴脚怎么判断轻重
- 骨折吃什么恢复得快
- 崴脚
- 淤青怎么快速消除
- 骨折
- 淤青和淤紫哪个严重
- 淤青恢复颜色变化过程
- 崴脚了怎么快速恢复
- 肌肉拉伤能自愈吗
- 云南白药红瓶和白瓶作用
- 云南白药气雾剂
- tfcc
- 骨折多久可以恢复正常
- 肌肉拉伤怎么快速恢复
- 核磁共振多少钱
- 崴脚的尽头是玄学
- 距腓前韧带损伤
- 股骨颈骨折
- 撕脱性骨折
- 崴脚挡大灾

伏案场景催生慢性伤痛，腰疼、腱鞘、关节是主要痛点

腱鞘炎和关节疼相关的搜索增速较快

25H1 VS 24H2慢病伤痛
赛道搜索环比增速

+19%



2024-01 2024-02 2024-03 2024-04 2024-05 2024-06 2024-07 2024-08 2024-09 2024-10 2024-11 2024-12 2025-01 2025-02 2025-03 2025-04 2025-05 2025-06

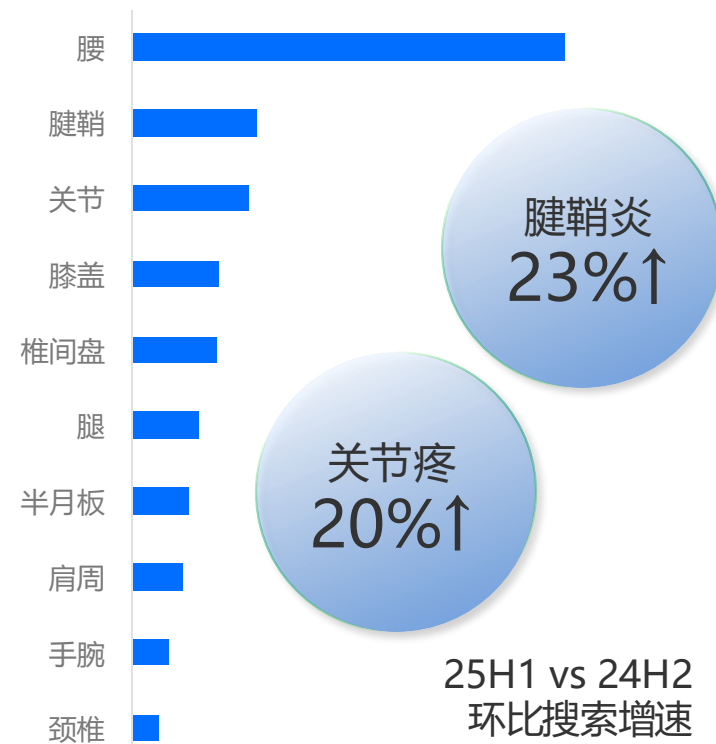
疼痛应对方法

病痛症状

疼痛疑问

如何快速恢复

Y23H2热搜伤痛部位



25H1 vs 24H2
环比搜索增速

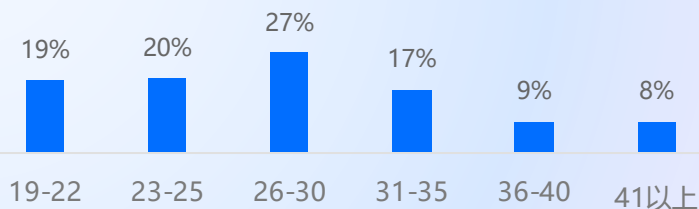
一个产业的年度最强音
THE STRONGEST VOICE OF AN INDUSTRY

治标也要治本，除了缓解疼痛，用户也期待长期改善

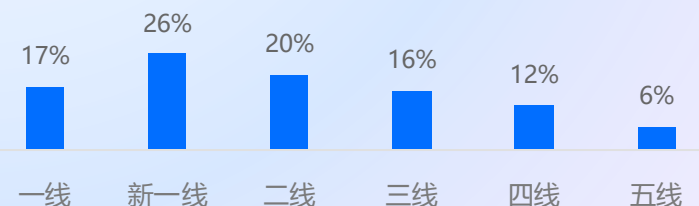
职场白领和年轻学生诉求突出，一二线城市占比高，买单能力强

运动伤痛人群画像

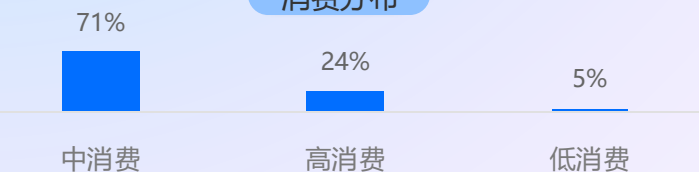
年龄分布



城市分布



消费分布



25H1运动伤痛人群搜后热门笔记



Y5H1运动伤痛人群下游搜索词解决方案

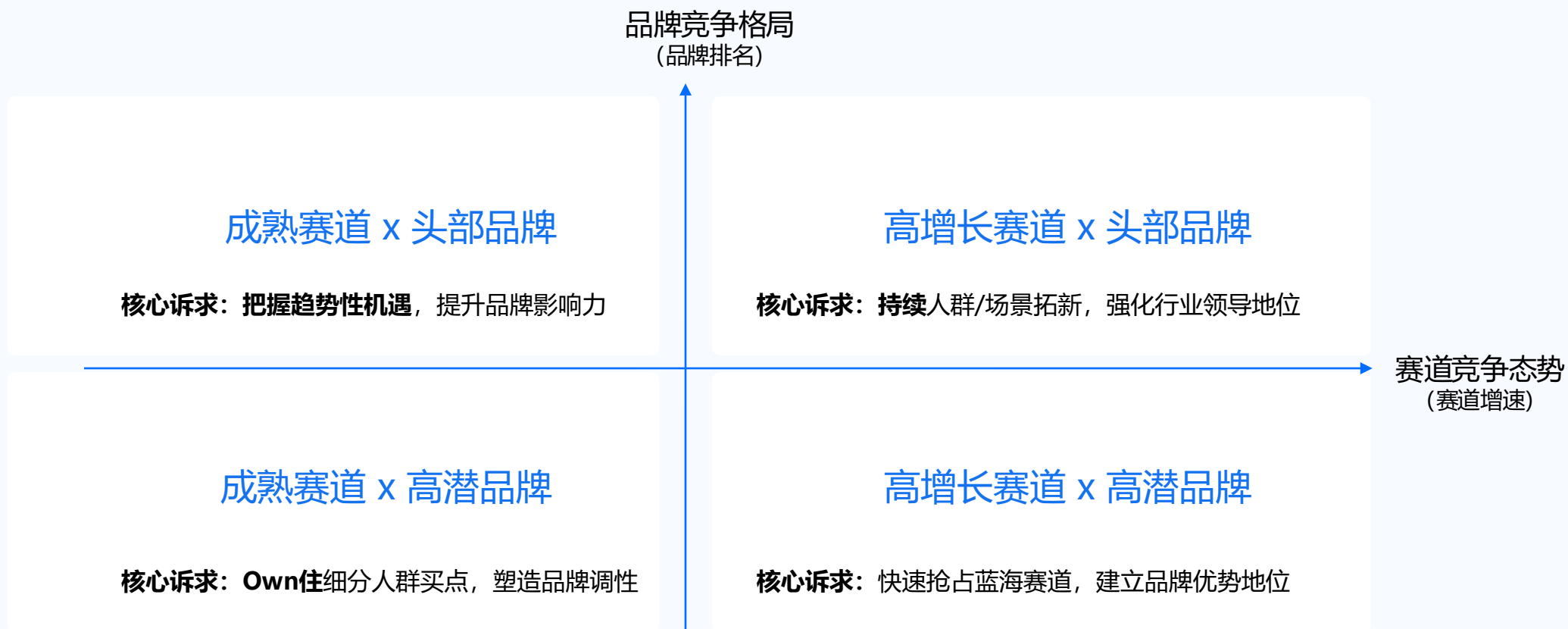


04

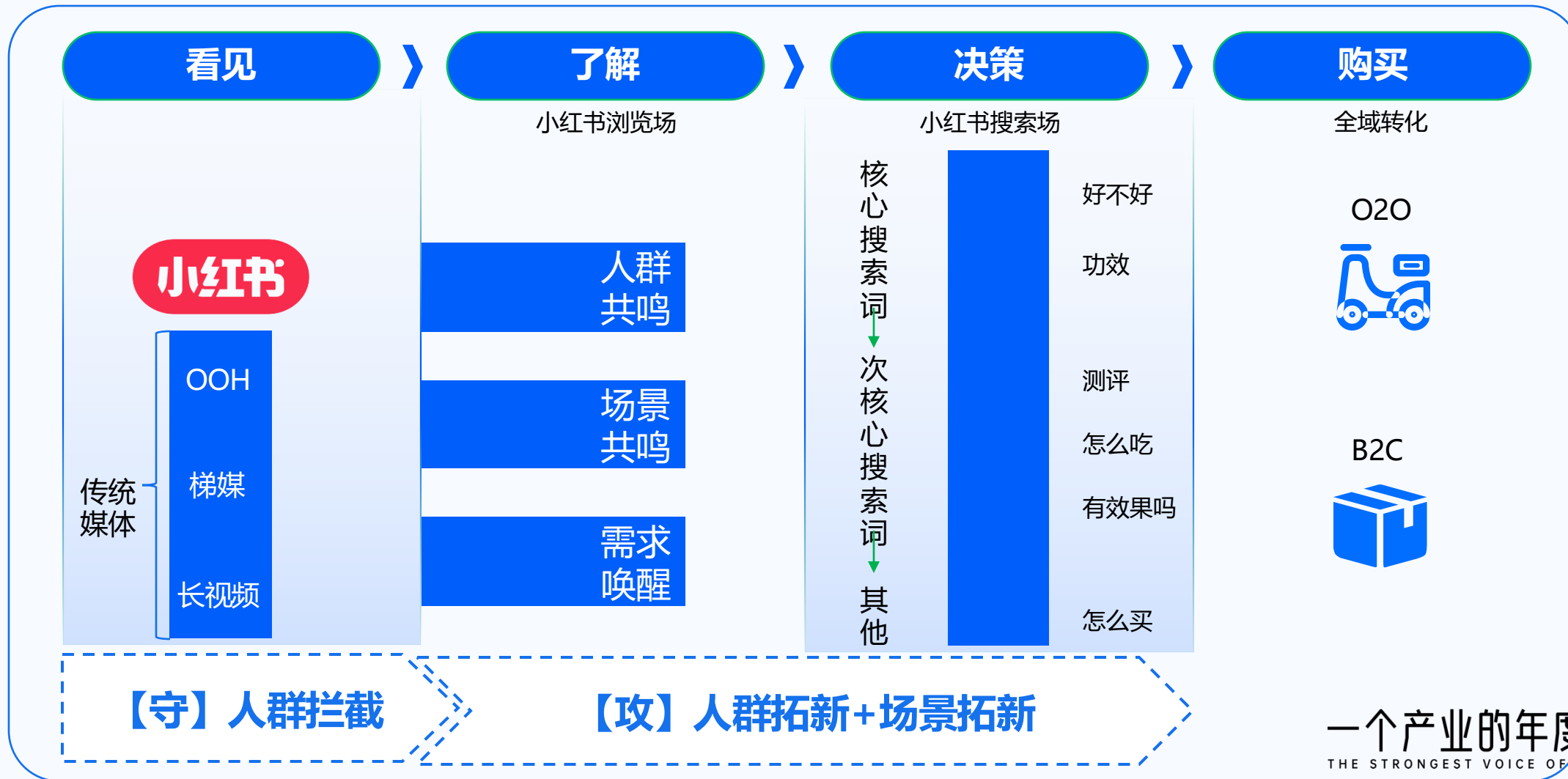
好产品长出好生意 伤痛赛道如何破局

品牌诊断：赛道竞争 x 品牌定位 => 核心诉求&策略解法

洞察赛道，研判机会点；聚焦品牌，挖掘人群策略



变被动为主动，信息流&搜索双管齐下 攻守兼备，在小红书打开生意的第二增长曲线

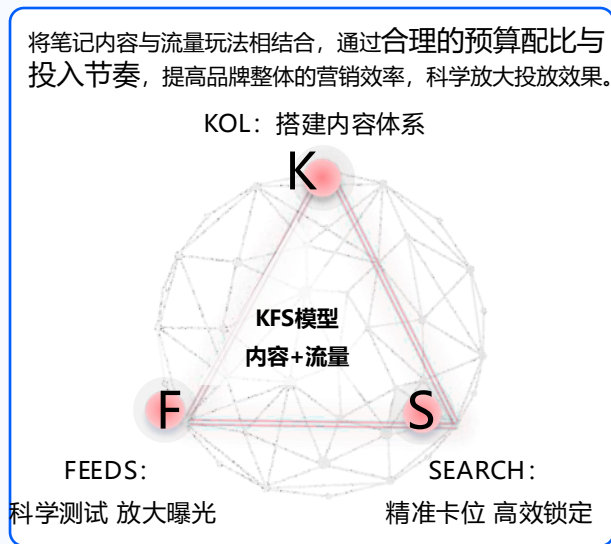


医药健康行业方法论赋能：「B+KFS+IP」

「B」品牌专区



「KFS」模型



N + F S 联动打破生意增长的瓶颈，为品牌提供新势能

B+KFS 服务于产品 决定了生意的基本盘

产品口碑↑ 产品搜索量↑ 品类渗透率↑

纯KFS合作对生意的影响

IFS 服务于品牌 生意的上限

品牌影响力突破
更多人知道&讨论

品牌好感度
更多人喜欢

品牌忠诚
更多人非你不可

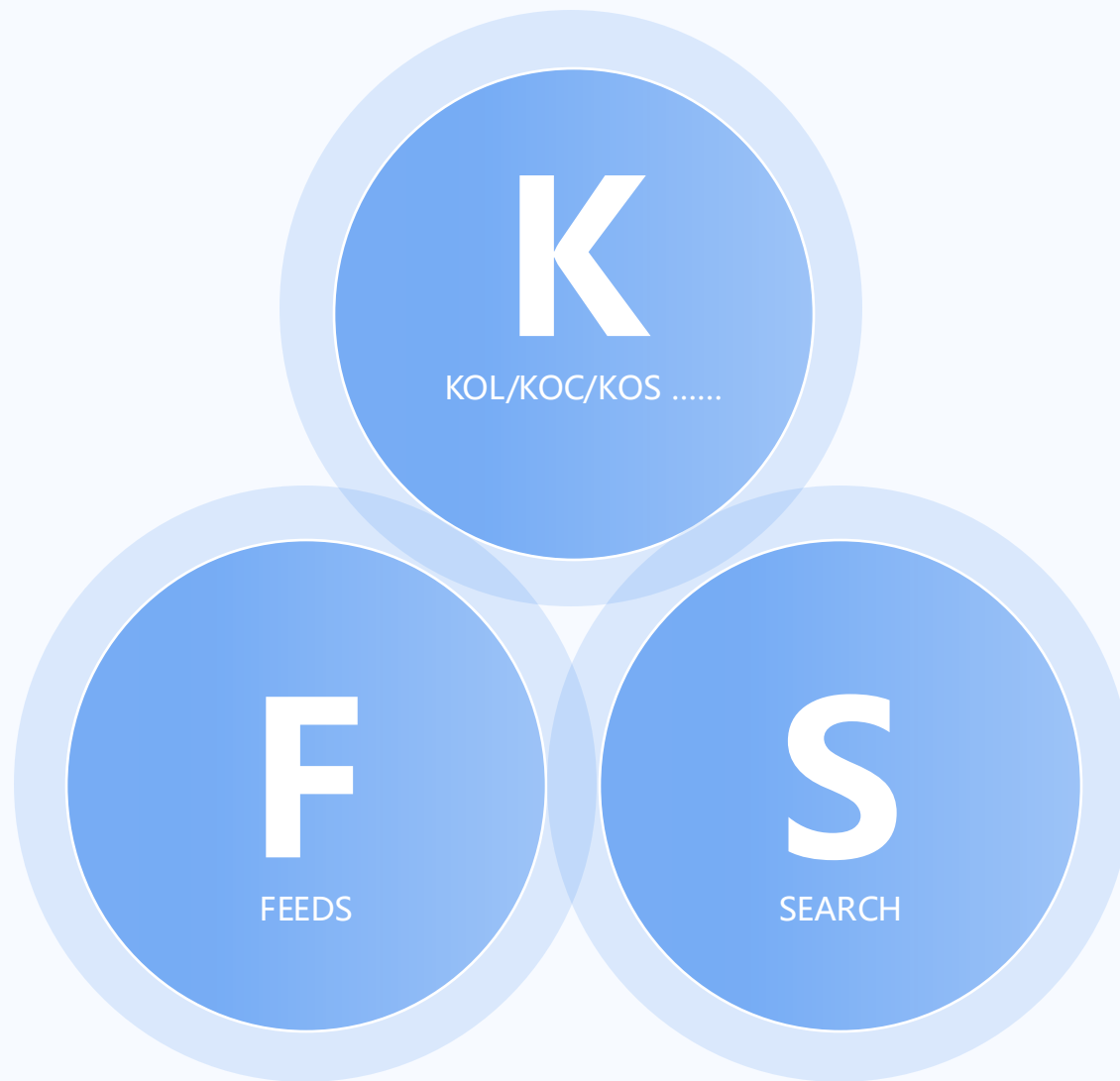
IFS 打破生意增长的瓶颈
为品牌提供持续增长的势能

一个产业的年度最强音

THE STRONGEST VOICE OF AN INDUSTRY

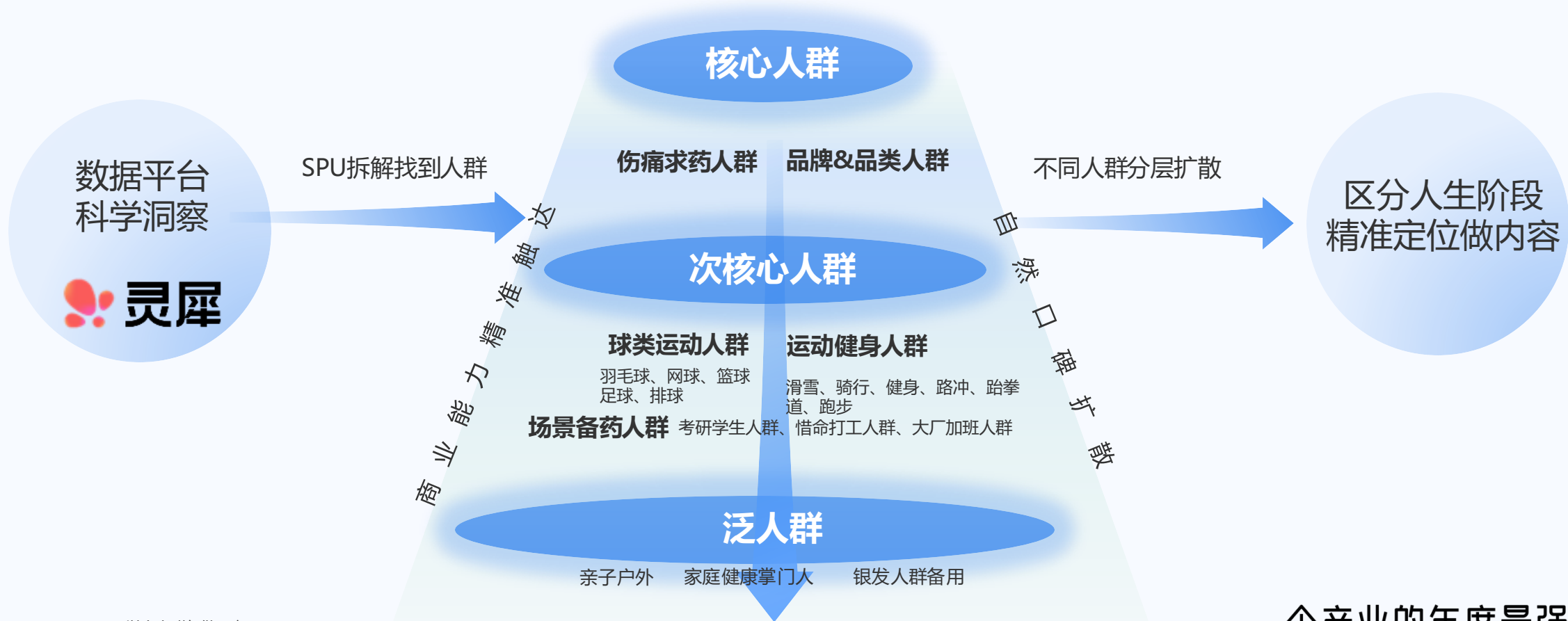
KFS产品种草 组合投放方式

好内容+确定性流量



平台特色人群的反漏斗渗透模式

深耕伤痛垂类人群，破圈潜在损伤高发场景人群，影响备药人群



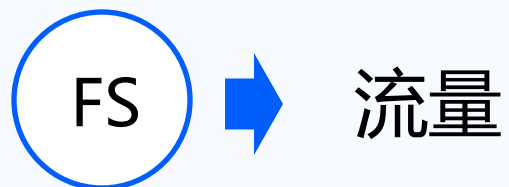
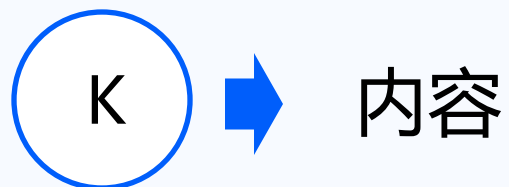
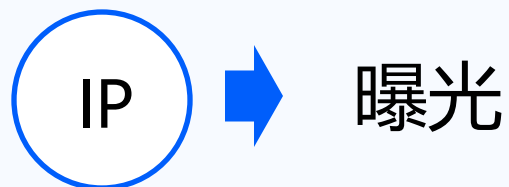
*以上人群仅供示意

基于目标人群，差异化场景植入

人群渗透	球类运动人群	运动健身人群	家中常备药	白领、学生党
内容场景	运动场中受伤使用 运动装备翻包 教练推荐	健身房种草 拳击/跆拳道受伤 跑步拉上/酸痛	宝宝磕碰/育儿经验 日常家务酸疼 父母风湿疼痛	职场放松 学生备用
达人类型	运动达人 明星休闲运动	专家背书	精致宝妈 小镇养生圈 家庭主妇	校园风小姐姐 职场科普教育
内容示例				

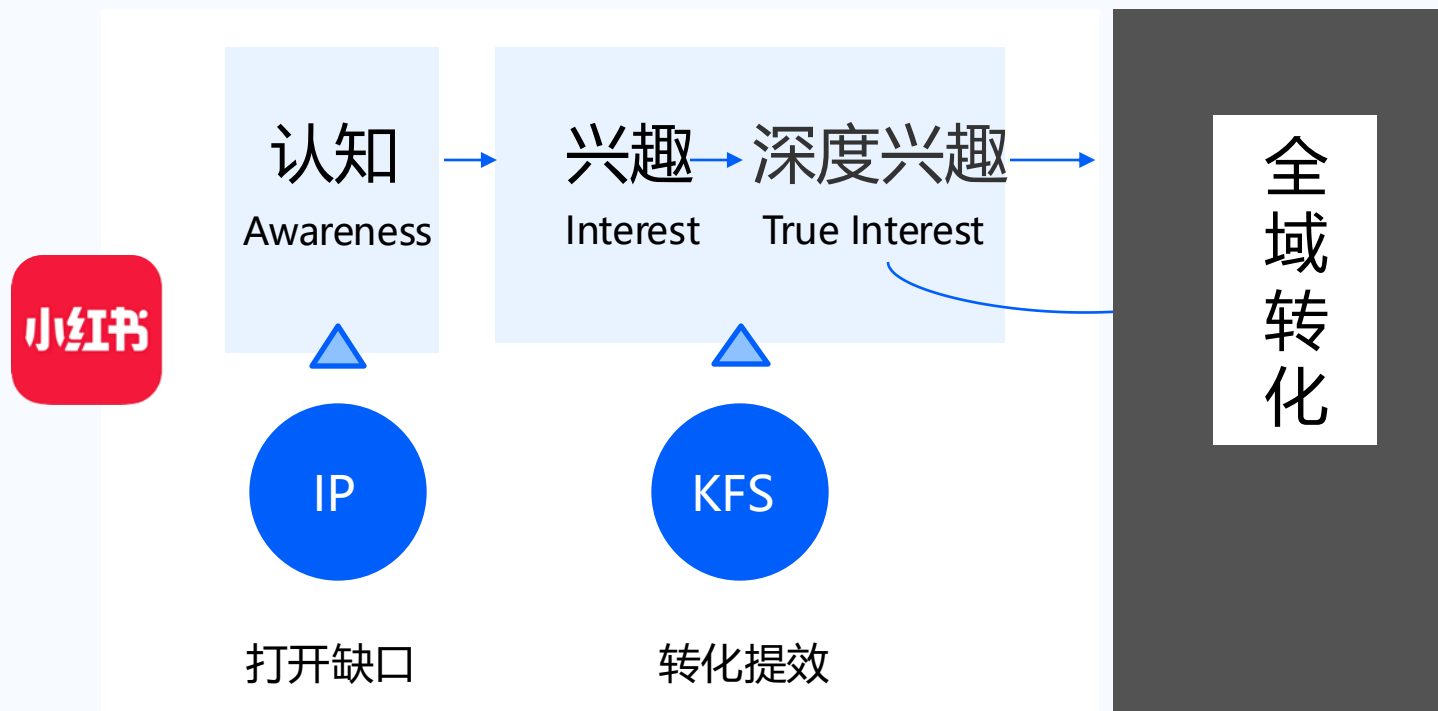
IP + KFS，助力生意经营，让每一步投放科学量化

之前投放习惯：单一模块拆开投放



小红书：消费者种草决策首场，全盘生意经营必要一环

小红书人群资产衡量体系



一个产业的年度最强音
THE STRONGEST VOICE OF AN INDUSTRY

医药健康行业 2025 营销图谱

行业升级

科普测评

《小课堂》《生活备药指南》《看中国》《集美我来评》《真相研究所》

好物破圈

新品专项《红薯开新日》《宝藏新品》、单品打爆《红薯种草地》《红薯趋势报》《流行黑话指南》《新风向制造局》

锚定人群

《加油吧打工人》《她宇宙》《妈妈能量俱乐部》《妈咪支招联盟》《小美说》《宝贝萌娃初长成》

电商内循环

《红薯买手集》《星动买手直播间》《晒单小赏》

明星剧综

《星官宣计划》《当红剧好看》《娱乐星薯地》《星动买手直播间》

应季生活

《我就要这样过系列(春/夏/秋/冬天)》《万物有时节》

大事件

内容心智

烟火气

极致体验

商业心智

大促节点

节点节点

宝藏新品

公益

1月

2月

3月

4月

5月

6月

7月

8月

9月

10月

11月

12月

遛遛生活

遛遛生活

马路生活节*

遛遛生活

时尚盛典

雪人节

慢人节*

外人节

雪人节

CNY

我的健康生活方式18薯你会买

所有女生的红薯清单1薯你会买

双旦

三八

母亲节

520

六一

毕业季

七夕季

开学

中秋

十一

双旦

宝藏新品

好事发生

案例1

新品小红书种草 x 引流O2O平台助力生意增长

小红书 生活备药指南

IP合作话题词 #来滴双眼快乐水

1.9e+

品牌活动总曝光

1.4w+

UGC笔记促产数

TOP1

TOP3

SPU在眼部用药类
AIPS人群资产登顶

SPU在垂类人群内容渗透率提升14倍+

增幅270%

提升40+名



上海2日快闪曝光15w+人流
撬动2.8k+用户参与



职场/学生KOL种草笔记
带来80w+用户阅读种草



好好玩专属积分邀约参与
撬动优质活动打卡笔记



百万级NNS入口
引导跳转品牌话题页

UGC激励加成
470w+



活动H5百万浏览量
来30w+互动参与



小红书活动H5 banner跳转美团买药活动页
紧密链路赋能O2O交易侧



活动后备药长线阵地全年展示
持续引流延长品牌内容价值

*数据来源, 小红书内部数据, 时间周期: 2024.10-2024.12



红猫&红京计划图景

	红猫计划	红京计划
合作平台	淘宝天猫	京东
链路	CID-联盟 CID -流量通pro UD	CID-联盟 CID (6月5日内测) JDSmart (6月5日内测)
产品升级	点击归因 - 15天 阅读归因 - 30天 阅读归因 - 30天	点击归因 - 15天 阅读归因 - 30天 阅读归因 - 30天
合作门槛	有淘宝/天猫店铺 (淘宝: 综合体验分 \geq 4.5天猫: 综合体验星级 \geq 4.5/三项评分均 \geq 4.5)	有京东店铺 (店铺星级 \geq 4.5, 自营旗舰店豁免该要求)
行业准入	「大快消」美妆 / 个护 / 母婴亲子 / 家清 「运动户外」 「大健康」国内保健食品 / 营养滋补品 / 体检检测 / 隐形眼镜 白名单行业需要特批: 护理液 / 器械 / 计生用品 / 海外保健食品	全行业

种草直达CID：保障用户进店，优化单品成交



推广目标

行业商品访问 (店铺访问)

行业商品成单



大众医药健康消费指南



联系我们

感谢您的观看

THANKS FOR WATCHING

一个产业的年度最强音

THE STRONGEST VOICE OF AN INDUSTRY