

# 小红书

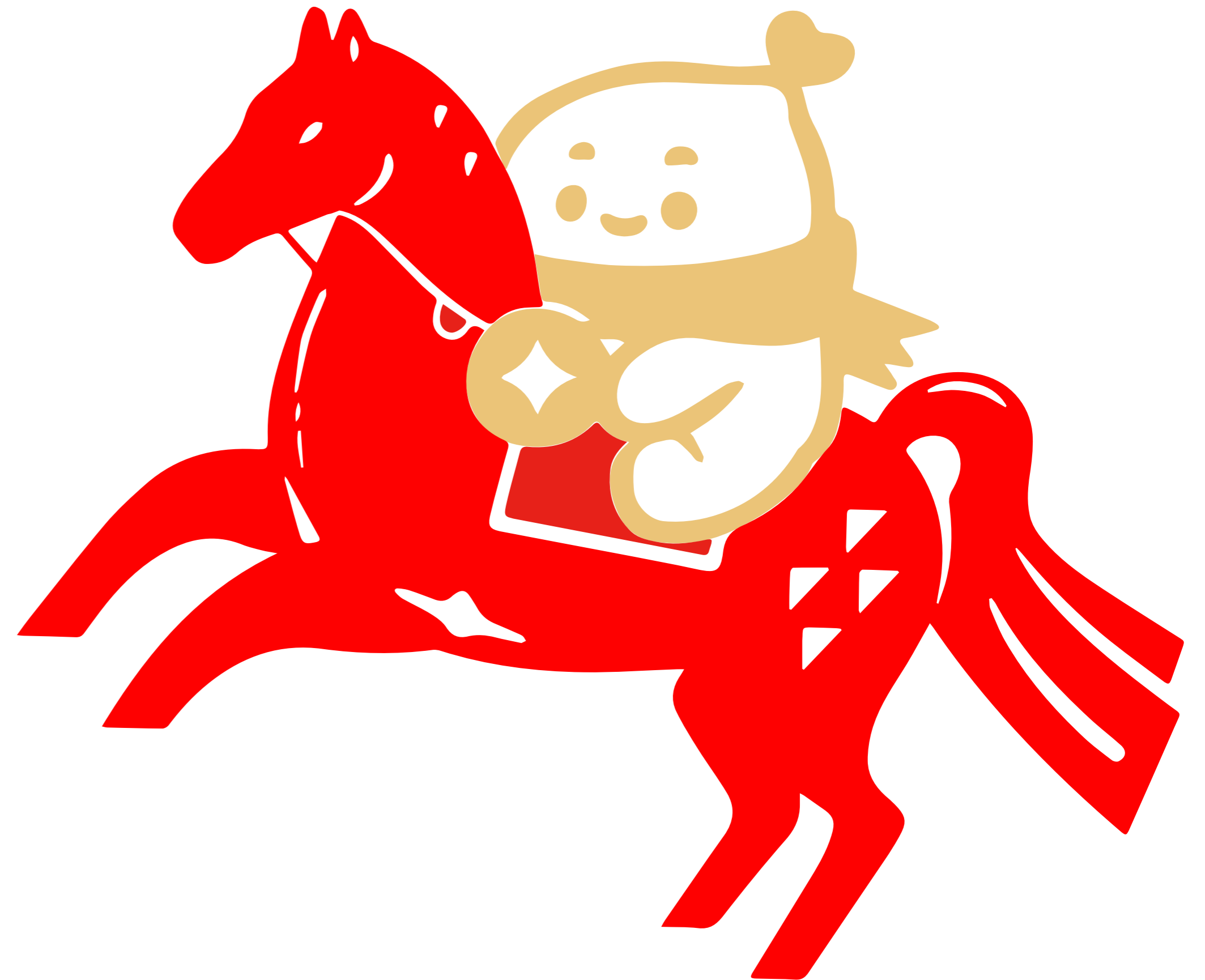


# 家生活

# 行业

主讲人

桑弘 | 小红书家用行业运营专家



以“审美”为主线，细分家用/ 家饰/ 家纺三个主营赛道

## 家用



餐饮具



厨房用具



收纳整理



家庭清洁



轻养生



香薰蜡烛

## 家饰

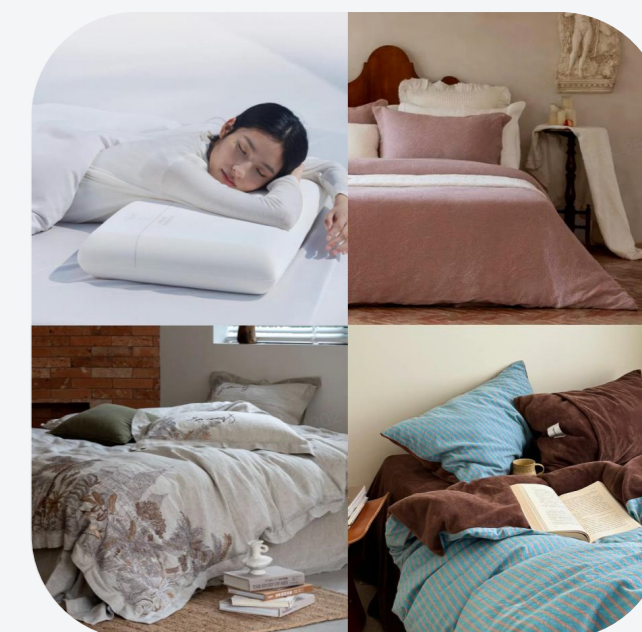


鲜花绿植



家居饰品

## 家纺



床上用品



居家布艺

## 搜索词TOP20

1. 红包
2. 花束
3. 花
4. 哪吒雕像已从公司门口搬走
5. 我家能攒下钱的原因
6. 新年装修焕新
7. 春节卷发棒造型
8. 羽绒服洗了成坨怎么蓬松
9. 对联上下联怎么区分
10. 装修风格
11. 餐边柜
12. 蝴蝶兰
13. 卷发棒推荐
14. 沙发
15. 新年窗帘搭配
16. 保温杯
17. 新年房间布置卧室
18. 卧室布置
19. 农村自建房
20. 春节花束

## 家生活热搜话题列表-普笔

1. 礼物, 学生党
2. 地台, 收纳, 住进长期主义的家
3. 小空间拜年礼收纳术, 我在小红书搞新春装修, 装修年景布置
4. 保命, 生活常识, 纸巾
5. 个人护理, 女生必看, 香香好物
6. 女生独居过暖年
7. 生活小妙招拜年用, 春运行李箱小妙招, 出远门回家必备, 解放双手迎新春
8. 生日红包, 镂空红包, 红包仪式感, 过年给我准备这个红包吧
9. 小红书居住趋势, 家居新趋势, 这才是家的真痛点, 穷装显贵指南



## 家生活品类高搜词

### 鲜花绿植

绿萝怎么养护  
插花新年  
客厅花卉绿植



### 家百

迎新版化妆台收纳布置  
租房实用好物  
年夜饭好看餐具推荐  
提升年味感的摆件



### 家纺

一眼显贵的春节卧室  
冬季保暖被芯材质  
决明子枕头功效

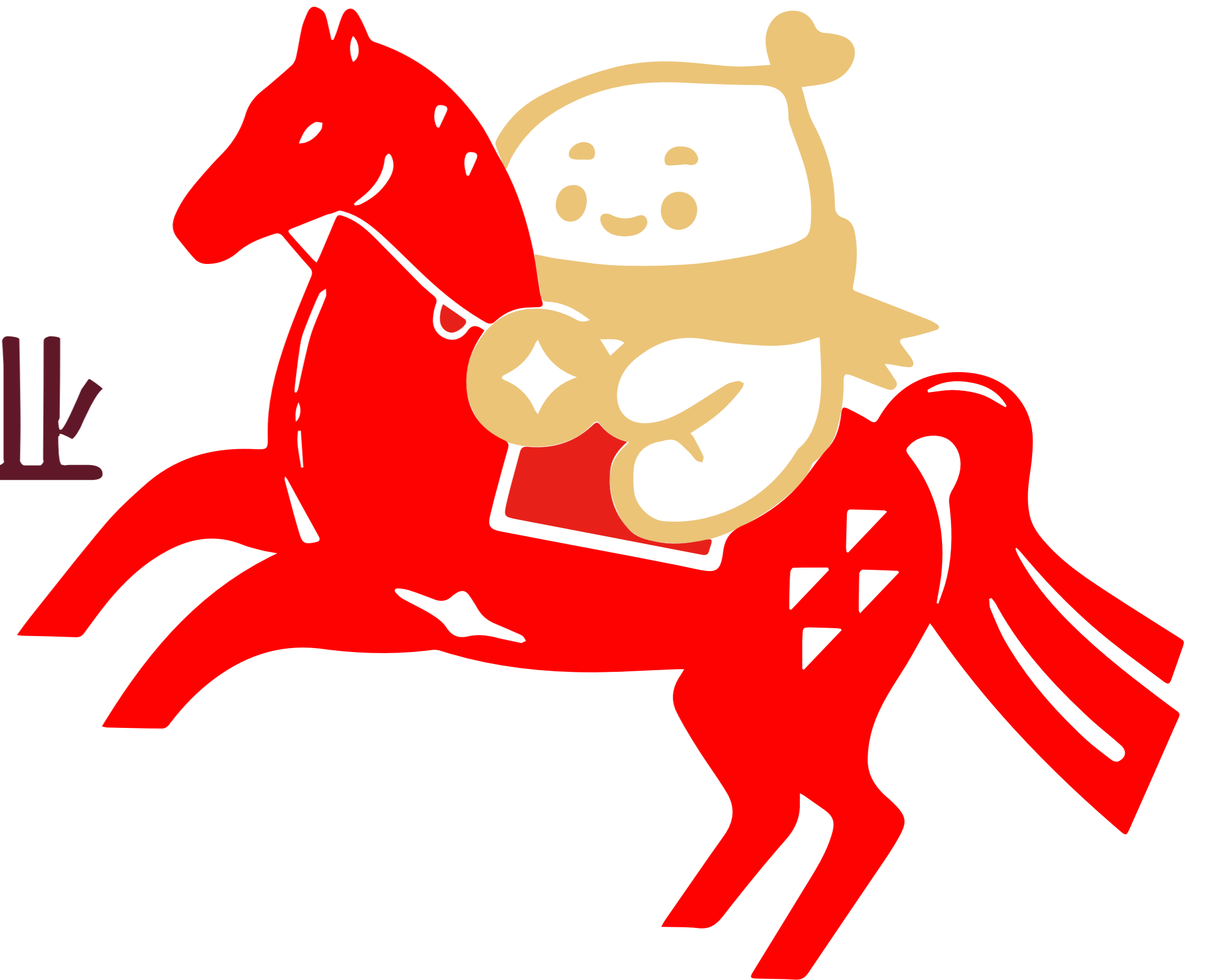


# 小红书



# 家生活

# 家用行业



# 家生活[家用]春节期间站内热点/趋势

小红书市集

新春市集

小红书

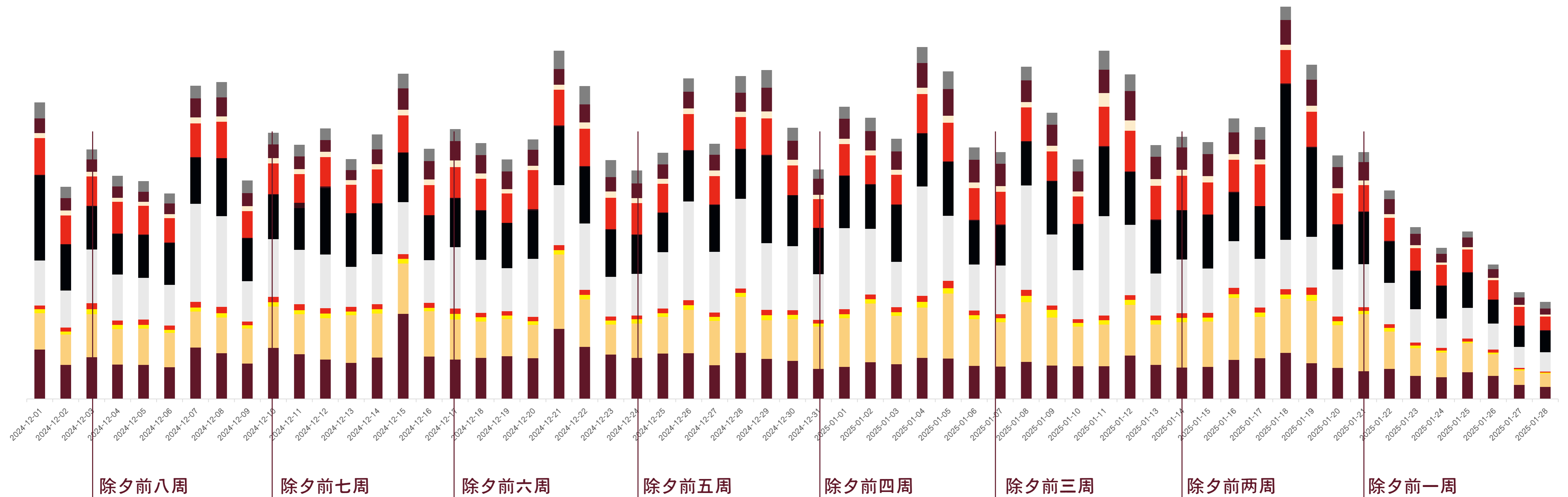
电商学习中心

■ **从时间节奏角度：**大盘从春节前两个月开始持续增长，除夕前2-3周达成峰值

■ **重点爆发类目：**家居香薰、餐具、烹饪用具、家清

家用-二级类目商品节奏

■ 杯子/水杯/水壶 ■ 餐具 ■ 厨房储物 ■ 厨用工具 ■ 烹饪用具 ■ 家居香薰 ■ 居家日用 ■ 家庭收纳用具 ■ 卫浴/置物用具 ■ 家务/地板清洁用具 ■ 衣物鞋包清洁剂/护理剂





## 报名条件

全行业

满足要求的商家均可参与，具体以报名页面显示为准

01

商家报名门槛：

商家是新商家或满足店铺服务分 $\geq 4.20$ 或满足商品品质分 $\geq 4.20$ ，未缴纳保证金商家不可报名

02

商品报名门槛：

商品可售且可售库存 $\geq 1$ ，组合品、快捷开单品、闪拍品不可报名

\*特定类目/商品可能无法报名，以具体am咨询反馈为准

\*新商定义：90 天内入驻且近 30 天内首次发品，或90天内入驻且90天内从未发品



## 报名促销

ACTIVITY



- 单品直降-立减15%起
- 优质渠道品提报

## 活动时间

TIME



- 招商报名：01/12- 02/08
- 活动时间：01/23- 02/08

## 报名路径

PATH



小红书千帆APP/PC端- 首页-  
小红书市集 · 新春市集 活动报名

## 店播玩法

### ① 店播排位赛

#### 玩法概括:

活动期间内,商家通过不断提升开播时长及频次,提高直播质量,从而完成GMV和开播时长任务,即享对应流量激励

#### 门槛要求:

商家需报名新春市集85折直降活动

#### 活动时间:

商家参与/激励发放周期: 1.23-2.8

#### 活动权益:

活动周期内,商家开播满足对应的GMV及开播时长任务,即可获得相应激励:

任务类型	具体任务门槛
店播GMV	店播GMV达到1w
	店播GMV达到5w
	店播GMV达到10w
	店播GMV达到30w
	店播GMV达到50w
	店播GMV达到100w
开播时长	活动期间开播时长达到40小时

## 优质封面/运营案列



### ① 商品为主体

单品(爆品/新品): 占比 $\geq 60\%$ , 光线充足、细节清晰, 背景干净简洁或虚化

多品/套装: 有序搭配, 光足、色谐、风格统一

拼图展示: 四/六/九宫格呈现, 视觉和谐无跳脱

### ② 主理人为主体

人物清晰且大方美观, 背景力求干净简洁、不造成视觉干扰, 主推商品在前景或和人物平齐

### ③ 图文类

文字 $\leq 10$ 字, 突出折扣、新品、福利等利益点  
视觉上用对比色区分文字与图片, 避免混淆

## 店播商家需要做什么

### ① 播前策划

**排品策划:** 备引流品、热卖品、搭配品、形象品、新品, 根据货盘和目标调整比例, 参考往期数据与笔记数据确定主推品。

**场次规划:** 每周至少1次店播大场(以热卖品、新品为主), 货盘与普通场区分开, 并搭配福利, 冲高成交额与店铺数据。

**封标/直播间搭建:** 优化视觉呈现, 提升进播率与停留数据。

### ② 直播预热

**群聊预热:** 发布直播预告, 完成直播间冷启动。

**笔记预热:** 开播前7天内, 日更2-3篇直播相关优质笔记(视频优先), 配合平台投流, 大幅提升引流效果。

核心目标数据: GPM(千次曝光成交)、OPM(千次曝光下单数)、CTR(封面点击转化)、看播时长。

### ③ 直播进行

**营销玩法:** 用抽奖/口令红包/关注秒杀等提升停留、转粉成交。

**排品顺序:** 冷启阶段 $\rightarrow$ 引流品; 人气阶段 $\rightarrow$ 热卖品、新品、形象品, 搭配品穿插其中。

### ④ 播后动作

**预约提醒:** 引导用户预约下场直播。

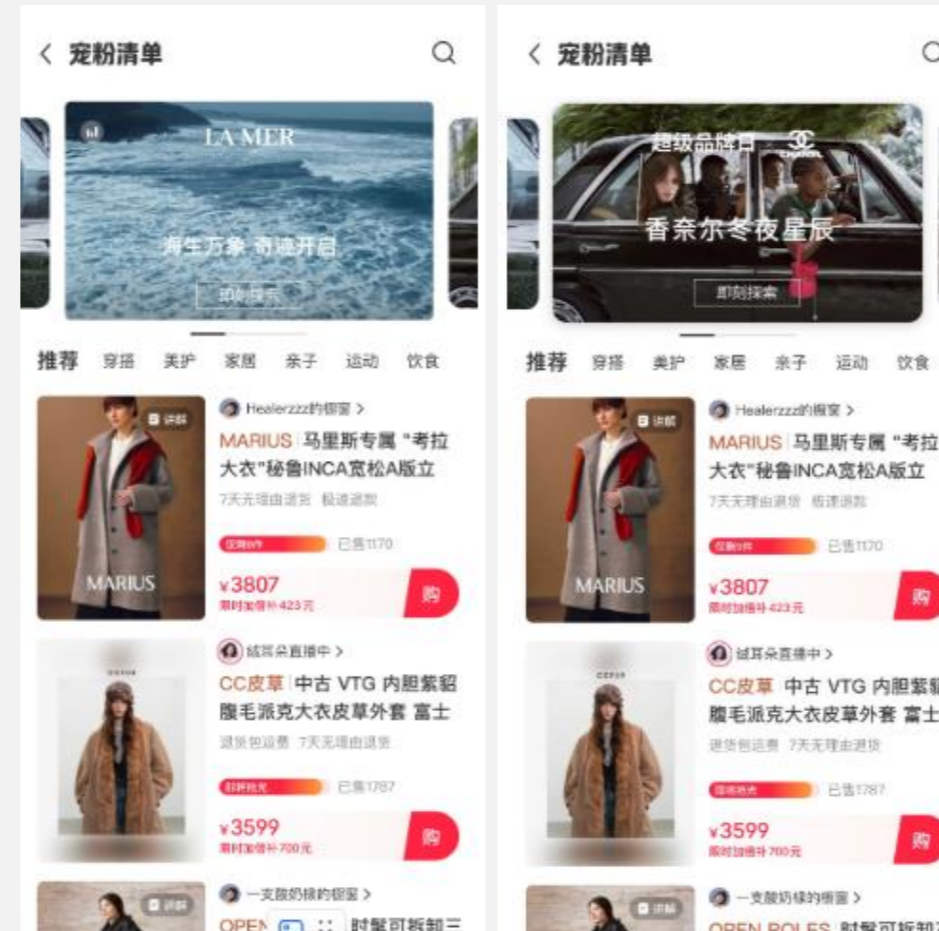
## 买手玩法

### ① 宠粉清单

2026年1月10日至2026年2月8日之间

报名通道：同日常宠粉清单报名通道

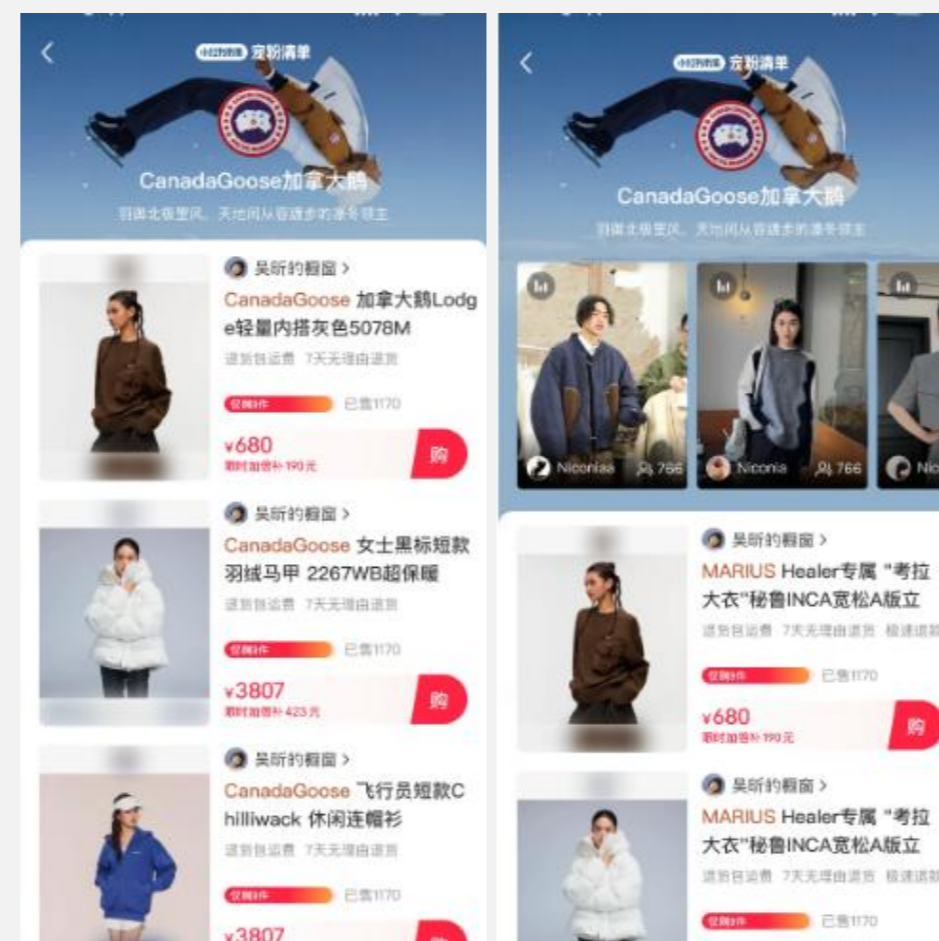
商品券补贴率：为助力宠粉清单好货在年货节期间猛猛爆发，2026年1月10日至2026年2月8日之间，统一10%



### ② 品牌日专区

频道新增品牌专区，轮播实时更新品牌；上线品牌落地页，展示头部品牌 Logo与故事，营造大牌氛围

通过商品标签、腰封、落地页频道元素等C端展示，在各处强化「宠粉清单」X「品牌」的关联心智



## 平台扶持政策

现金补贴：

宠粉清单 报名审核通过后10%，限定SKU

用户补贴：

全量随机用户券，1.23-2.8 的每周五-周日

流量加持：

确定合作的场次信息&预热笔记同步am 提前加持

## 商家需要做什么

① For买手货盘梳理

② 前置和对接运营沟通 帮助撮合

③ 确定场次申请流量

④ 跟播复盘 问题及时反馈

## 笔记玩法

### ① 话题笔记关联群聊

#### 玩法概括:

活动期间内, 商家带话题&关联群聊, 发布笔记, 根据群聊内新入群人数, 获取相应曝光激励

#### 发布要求:

- 关联话题: 需添加活动主话题#新春市集
- 关联群聊: 在正文下方添加任一商家关联群
- 关联群要求: 只能关联商家自己创建/管理的群聊
- 关联路径: 发布笔记时, 选择“添加组件”-“群聊”, 选择相应群即可

#### 正文内容:

- 图文笔记: 图片张数 $\geq 3$ 张, 正文字数 $\geq 50$
- 视频笔记: 时长 $\geq 30s$

#### 活动时间:

- 商家笔记参与周期: 1.19-2.8
- 平台激励发放周期: 1.23-2.8

**活动权益:** 笔记发布后, 根据关联群聊内, 新入群人数, 进行梯度流量激励。

- 话题笔记关联群聊后, 新入群人数 $\geq 50$
- 话题笔记关联群聊后, 新入群人数 $\geq 100$

SPRING  
FESTIVAL



### ② 活动商品商笔扶持

#### 玩法概括:

活动期间内, 关联了活动商品(报名85折直降招商)的优质商笔, 笔记点赞数/订单数满足一定数量, 即可解锁相应曝光激励

#### 发布要求:

商品笔记必须关联活动商品(即: 报名85折直降招商)

#### 活动时间:

- 商品笔记参与周期: 1.19-2.8
- 平台激励发放周期: 1.23-2.8

#### 活动权益:

商笔发布后, 单篇商笔的笔记点赞数/订单数, 满足一定数量要求, 即享对应流量激励。

- 单篇笔记点赞数 $\geq 100$
- 单篇笔记订单数 $\geq 100$

## 笔记玩法



花园下午茶 水晶与瓷器的浪漫相遇



11.10 上新预告 久违的开窑记录 + ...



秋花秣原来有三个尺寸



出摊预告, 一起看细节! 又烧出了满意的自留款



探店 plog | 分享最近新入的漂亮餐具



特别的餐具! 特别的美!

## 笔记商家需要做什么

### 优质笔记的基础要素



- **标题：**精炼且突出核心卖点，适当使用颜文字和emoji
- **图片：**建议图片6-10张，风格统一，布局协调
- **视频：**封面高清，可二创添加文字突出卖点吸引用户
- **正文：**可加入自己感性化评价，增加内容趣味性
- **话题：**话题与内容紧密相关，可关联社区热搜词帮助商品带来更多流量

### 优质笔记的模型



- **重场景：**商品有具体的适用场景，能向用户传递生活幸福感
- **重细节：**视觉焦点为单个或单套商品，放大展示商品细节品质
- **超实惠：**展示商品价格，通过传递“有品质且优惠”的利益点，让用户有赚到的感觉；

# 预祝各位商家朋友

小红书市集 SPRING  
FESTIVAL

新春市集 **大卖**

