

2024年热门行业 「科技生活」趋势洞察报告

小红书平台·科技数码 | 家居家装 | 彩妆护肤 | 母婴育儿 | 医疗健康

数据来源：千瓜数据

数据时间：2024年1月1日-2024年7月31日



前言

趋势捕捉:

当下，科技逐步渗透人们的日常生活，对有更高生活质量追求的人来说，产品的智能化、科技化程度已经成为影响他们消费决策的重要因素。

千瓜数据显示，小红书平台2024年1月到7月，“科技”相关种草笔记数较去年同期增长超140%，月均互动超6000W。

趋势调研:

科技如何影响当代人的消费决策？科技消费背后人群关注焦点是什么？各行业呈现出哪些内容趋势？品牌要如何种草？

本期报告，千瓜将围绕小红书**五大热门行业（科技数码、家居家装、彩妆护肤、母婴育儿、医疗健康）**，探索行业风向、品类趋势、内容生态，为品牌提供「科技生活」下的营销解读，预见未来机会点。



报告 目录

01 科技生活赛道概览

02 热门行业趋势洞察

科技数码、家居家装、彩妆护肤、母婴育儿、医疗健康

03 趋势总结 营销建议

科技生活赛道概览

PART 1

商业声量增长超177%，种草热度飙升

千瓜数据显示，2024年1月-7月，“科技”相关种草笔记数较2023年同期增长超140%，月均笔记数超80W，预估互动量增长超20%，月均互动超6000W；众多品牌纷纷加码，商业笔记数较同期增长超177%。

千瓜观点，小红书作为年轻人的生活方式平台和消费决策入口，见证着“科技”内容的崛起与品牌入驻的热潮，这一趋势反映科技已逐渐渗透并改变着人们的日常生活，在用户日常消费体验中的决策占比大幅提升，成为塑造高品质生活方式的关键驱动力。

笔记相关数据

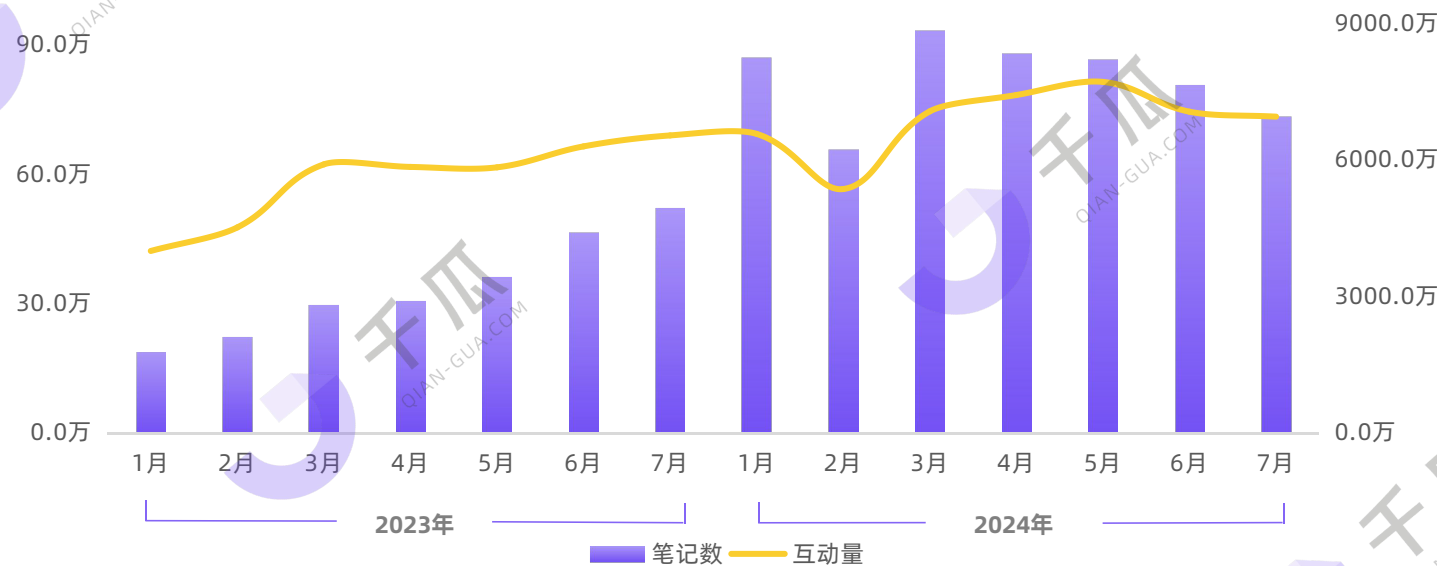
种草笔记数

140%+ ↑

商业笔记数

177%+ ↑

种草笔记趋势图



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1月-7月小红书“科技”相关种草笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

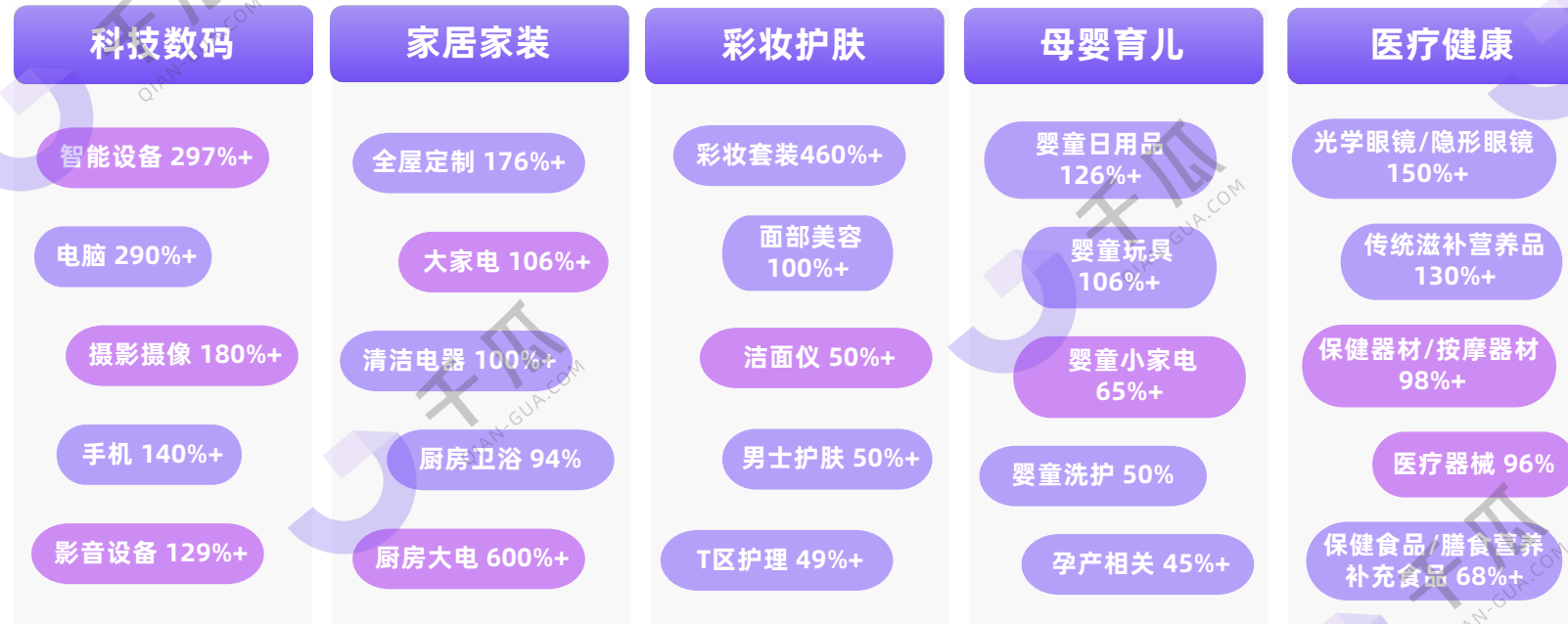
心智覆盖五大热门行业，引领消费新风向

查看种草笔记分类数据，科技数码、家居家装笔记总数和互动总量位列前二，预估互动量分别达亿级、千万级；除了这两大热门行业，母婴育儿、彩妆护肤预估互动量也在千万以上，其中医疗养生笔记增长率超过250%。热门品类中，与科技强关联的品类如智能设备、大家电、洁面仪、医疗器械等笔记声量也显著增长。千瓜观点，科技的发展推动了各行各业的品类开拓与产品创新，在追求品质生活的大背景下，更便捷、更智能、更科技化的产品不断成为人们的消费首选，“科技消费”的潜力进一步释放。接下来，千瓜将从科技数码、家居家装、彩妆护肤、母婴育儿、医疗健康五大行业出发，为品牌提供营销解读。

种草笔记分类

分类	预估互动量	笔记数增长率
科技数码	21100W+	130%+
家居家装	3500W+	80%+
母婴育儿	1000W+	70%+
彩妆护肤	1100W+	80%+
医疗养生	700W+	250%+

热门品类笔记数增长率



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1月-7月小红书“科技”相关种草笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

热门行业趋势洞察

科技数码、家居家装、彩妆护肤、母婴育儿、医疗健康

PART 2



PART 1

科技数码

产品性能前沿化，「硬实力」融合新玩法

调研科技数码领域品类数据，“手机、电脑”等品类词位列互动量TOP10，“智能手表”笔记数增长率超229%，“相机、音响、折叠屏手机、投影仪”笔记数增长率高达188%。内容关键词中，“功能”一词热度位列TOP20，预估互动量超1200W，同时还出现“系统、屏幕、内存、续航、性能、配置”等词。

千瓜观点，作为科技强关联的领域，数码相关品类热度持续升温，硬核的功能和性能是产品硬实力的体现，也是消费者关注重点。如今，品牌开始将AI等最新的科技元素融入产品，为用户提供更加有趣的产品玩法：例如，荣耀MagicBook Pro 16采用AI PC技术实现生态互跨、人机交互等功能，小米口袋照片打印机洞察用户渴望即时的情绪价值反馈，扫描生成“会动”的AR照片，新鲜有趣。对于品牌来说，在产研层面除了深耕细化产品性能点，还需要迎合年轻人喜好，紧跟技术潮流，洞察新鲜玩法，打造产品差异化的竞争优势。

笔记内容关键词-热门品类词

品类词	预估互动量	笔记数增长
手机	4160W+	100%+
电脑	740W+	130%+
相机	440W+	130%+
智能手表	170W+	229%+
音响	170W+	150%+
折叠屏手机	120W+	188%+
头戴式耳机	120W+	86%+
打印机	100W+	80%+
投影仪	60W+	118%
游戏机	30W+	new

笔记内容关键词

配置 设计 通话 质感
型号 全新 显示 内存 音质
预算 屏幕 流畅 功能 充电 价格
性能 体验 系统 手感
效率 性价比 系统 更新
游戏 电量 续航 外观
清晰

荣耀MagicBook Pro 16

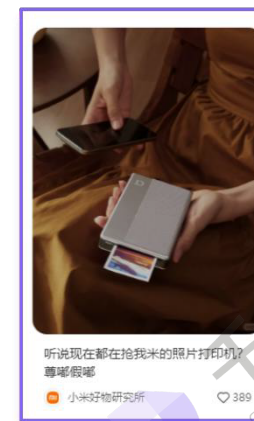
将 AI 塞进笔记本、AI 智能硬件、AI 人机交互、AI 多端生态互联



@黎叔henry

小米口袋照片打印机

秒变拍立得、随地大小印、生成“会动”的AR照片



@小米好物研究所



PART 2

家居家装

「无感融合、功能集成」，一平米空间的极致利用

调研内容关键词结果显示，“一体、嵌入式、超薄、节省空间”等词预估互动量高达160W+，笔记数增长率高达360%+，产品与居家空间的融合关注度高涨；同时“多功能、一站式、扫拖一体、吸拖一体”等词预估互动量高达130W+，笔记数增长率高达97%+，产品功能的集成也成为关注焦点。

千瓜认为，一方面，现代人重视家居空间的利用率和美感，品牌种草可以将产品融入多元化的家居风格与空间布局规划中，彰显产品适配能力与美学共融特性，实现“无感介入”；另一方面，品牌在产研侧可以不断打通用户的需求链路，打造联动多项功能于一体的智能家居解决方案；在营销侧可采用更加凝练的传播语言传达产品的多功能性，突出产品对于功能空间的高效利用，帮助用户释放生活空间的更多可能。

笔记内容热词笔记数增长率



空间融合

品牌：凯度
达人：@火火聊家居

嵌入式

品牌：东芝
达人：@黄小邪vivi

套系化

品牌：老板电器
达人：@蓝眼睛刺猬

开放式

功能集成

品牌：美的
达人：@是大宝的家吖

洗烘护一体

品牌：火星入
达人：@张张的口袋

蒸烤炸消一体

品牌：小天鹅
达人：@雪莉 Shirley

洗扫拖一体

「全屋智能、家电互联」，重构智能家居生态

调研家居家装领域相关笔记，品类词“**智能家电、扫地机器人、洗碗机**”预估互动量均超200W，“**智能开关、智能灯光、电动窗帘**”笔记数增长率分别为570%+、416%+、270%+；笔记内容热词中，“**联动、远程控制**”笔记数增长率分别为68%+、109%+。

千瓜观点，如今的家居空间中，智能化产品占比越来越高，消费者**对于智能产品的选择已扩展到了更加细分的品类**，包括软装、照明、安防、卫浴等；同时，**各家电之间互通互联，也是用户的关注焦点**。未来智能家居生态系统将会更加庞大和复杂，高度互联与智能将推动智能家居生态系统的进一步整合。对于品牌而言，探索各种智能设备间的**兼容性问题**，以便更好地协同运行、更高效地联动、更便捷地搭建**个性化的智能家居系统**，是未来需要思考的方向之一。

笔记内容关键词-热门品类词

品类词	笔记数增长
智能家电	47%+
扫地机器人	70%+
洗碗机	29%+
智能马桶	80%+
洗烘套装	2%+
智能锁	140%+
洗地机	120%+
净水器	65%+
护眼灯	90%+

笔记内容关键词

品类词	笔记数增长
烘干机	8%+
蒸烤箱	20%+
高速吹风机	new
智能开关	570%+
智能灯光	416%+
电动窗帘	270%+
空气循环扇	new
恒温花洒	110%+
按摩椅	145%+



家电互联



品牌：AO史密斯
达人：@大头姐Anna
传播效果：点赞高出达人平均水平**249%+**；

内容关键词：
独有的AI-LINK智慧互联技术，实现净水机与蒸烤一体机、洗碗机智慧物理互联；净水直通、自动补水全厨净水。



PART 3

彩妆护肤

科技护肤新潮掀起，成分、功效迈向高阶打法

调研护肤美妆领域相关笔记内容，功效词中，“抗老、修护、美白”预估互动量分别为330W+、180W+、100W+，三大高热功效与科技关联，涌现出多种典型科技护肤成分，如“蓝铜胜肽、脱羧肌肽、透明质酸钠、二裂酵母”等。

千瓜认为，科技护肤理念大势兴起，成分依旧是关注焦点。科技的变革帮助品牌找到更加精准的成分，挖掘更深层次的技术手段，例如，兰蔻借助AI技术，从万亿种活性成分中筛选出淡纹黑科技「T12肽」；雅诗兰黛研究色提因逆龄科技，实现从肌肤表层抗老到细胞级的根源抗老。千瓜建议品牌，在产研方面，不断深入前沿技术，由表及里，投入细胞级养护的赛道；内容方面，可借助“科技+成分”的概念，捕获进阶成分党的芳心。

笔记内容关键词

抗老

预估互动量
330万+

修护

预估互动量
180万+

美白

预估互动量
100万+

乙酰基六肽 多肽 重组胶原蛋白
胜肽 **蓝铜胜肽**
芋螺肽 小球藻
视黄醇 肌肽 三重胜肽 胶原蛋白
五重胜肽 透明质酸
二裂酵母 玻色因
脱羧肌肽
透明质酸钠 依克多因

品牌合作笔记案例



达人：@VIGOUR CHLOE
品牌：雅诗兰黛

传播效果：点赞高出达人平均水平**345%+**；

内容关键点：

- 独家成分色提因逆龄因子；
- 细胞级抗老，从根源处唤醒细胞里沉睡的“长寿肌因”，让肌肤状态越来越年轻化。



达人：@SimonHo
品牌：兰蔻

传播效果：点赞高出达人平均水平**395%+**；

内容关键点：

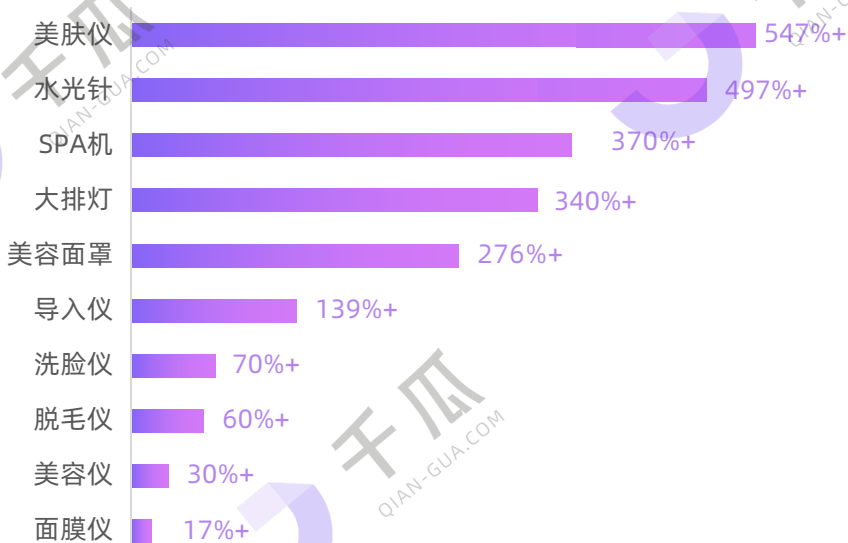
- 抗衰抗老、淡化纹路；
- 结合AI技术，在万亿的多肽家族中，找到可以催生双蛋白，淡纹能力超强的T12肽。

科技带动「轻医美」，年轻群体需求蓬勃发展

品类热词中，“**美肤仪、水光针、SPA机、大排灯**”笔记数增长率超300%，还出现“美容面罩、导入仪、脱毛仪”等品类；内容关键词中，“**黑科技、医美、皮肤管理**”等词脱颖而出，**预估互动量高达150W+**，“**抗衰科技、微电流、射频**”等词也频繁出现在笔记中。

千瓜认为，伴随科技的普及，医美技术不再高高在上，消费者的接受程度也在日益提升，一系列诸如水光针、光子嫩肤等「**轻医美**」产品盛行，**带动年轻人走进院线**。小红书上的品牌投放也日益高涨，赛道大有可为，相关品牌可以瞄准**年轻用户“轻量化”的医美需求**布局内容，做好市场教育，提前抢占心智。

笔记内容关键词-品类词笔记数增长率



笔记内容关键词



品牌合作笔记案例



传播效果：收藏数高出达人平均水平55%+;

内容关键点：

- 不动刀、不砸钱、低投入、高回报;
- 皮肤管理改善肤质；水光针和光子护理改善痘印，提亮肤色；超声炮抗衰护理；
- 一整套流程适合预算有限但想要变美的姐妹；风险低，让外表焕然一新，不知不觉中变美。

达人：@小野依依
品牌：美团医美



PART 4

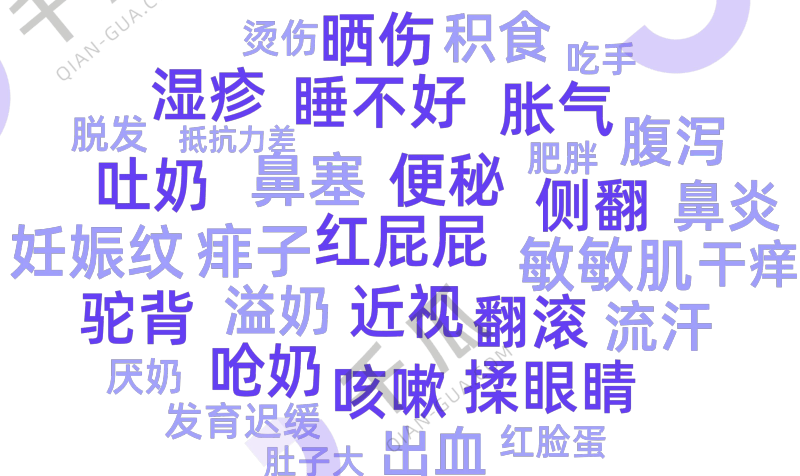
母婴育儿

带娃黑科技上线，争当“婴语”翻译机

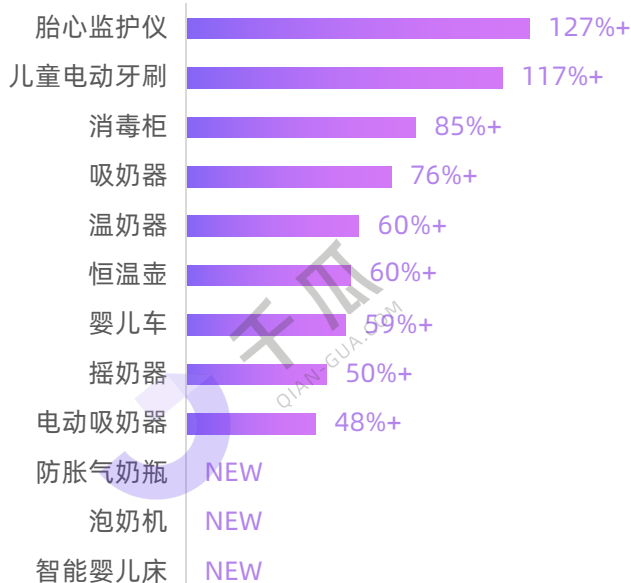
调研母婴育儿领域相关笔记，需求痛点词中，出现“睡不好、胀气、发育迟缓、便秘”等词，热门品类词中，“胎心监护仪、温奶器、恒温壶”等，笔记数增长率高达120%，同时，对比去年，今年品类热词TOP1000中还新出现了“防胀气奶瓶、泡奶机、智能婴儿床”等，品类更加多样化、精细化。

千瓜观点，随着科学育儿已经成为新生代父母的共识，母婴领域的科技产品从过去帮助父母实现轻松养育，到如今深刻理解并精准解决孩子的每一个细微需求，摇奶器、防胀气奶瓶、智能婴儿床等品类的出现便是体现。未来，品牌需从“聆听父母的心声”到“聆听孩子的心声”，产品设计代入孩童视角，翻译“婴语”，以更加科技化的技术手段，精细化地解决孩童成长过程中的需求痛点。

笔记内容关键词-需求痛点词



笔记内容关键词-热门品类词笔记数增长率



品牌合作笔记案例



传播效果：点赞高出达人平均水平110%+;

内容关键点：

- 需求痛点：宝宝二月闹、哭闹不止、胀气
- 产品植入：防胀气奶瓶、有效减少宝宝喝奶时吸入的空气；奶嘴的歪头设计、把空气完全隔绝在底部；大口径、清洗无死角。

达人：@牛奶爱好者杨咪咪
品牌：babycare

AI家教上线，“千娃千面”因材施教

笔记内容场景词中，涌现“学习、教育”等场景，预估互动量高达50W+，品类词中，“益智玩具、电话手表”笔记数增长率分别为895%+、585%+，此外“早教机、故事机、点读笔”等品类笔记数增长率分别为98%+、86%+、10%+。

千瓜观点，从辅导作业的头秃、到教育理念上的分歧，**育儿焦虑**成为许多父母面临的普遍问题，家长们期望智能学习产品能以更专业的方式辅助孩子学习成长。与过去内容程序固定、教学按部就班的产品相比，如今的智能学习产品更像是孩子的“AI家教”，可以**灵活调整学习路径、进行个性化教学，根据使用者的实际情况因材施教**。从粗放式教育转变到定制化、精细化教育已是大势所趋，**于品牌而言，种草时侧重体现产品的“千娃千面”，呈现从单向被动式到双向交互式的教学体验，或是赢得家长芳心的关键所在。**

笔记内容关键词-场景词



笔记内容关键词-热门品类词

品类词	笔记数增长
益智玩具	895%+
电话手表	585%+
阅读架	220%+
智能摄像头	138%+
早教机	98%+
故事机	86%+
点读笔	10%+

品牌合作笔记案例



达人：@大笛和二迪
品牌：学而思

传播效果：点赞高出达人平均水平**980%+**

内容关键点：

- **场景行为：**辅导孩子作业、考前查缺补漏
- **需求痛点：**家长知识面窄、批改作业难、无法系统帮助孩子进行复习

· **产品功能：**

结合薄弱点，减少无效学习；根据不同孩子的学习情况，搭配不同讲解方法和内容；基础、标准和备考三大模式，查漏补缺，精准找到薄弱点；AI作文助手点评段落；教材随新课标同步升级。



PART 5

医疗健康

技术赋能「身心监测」，健康管理认知提升

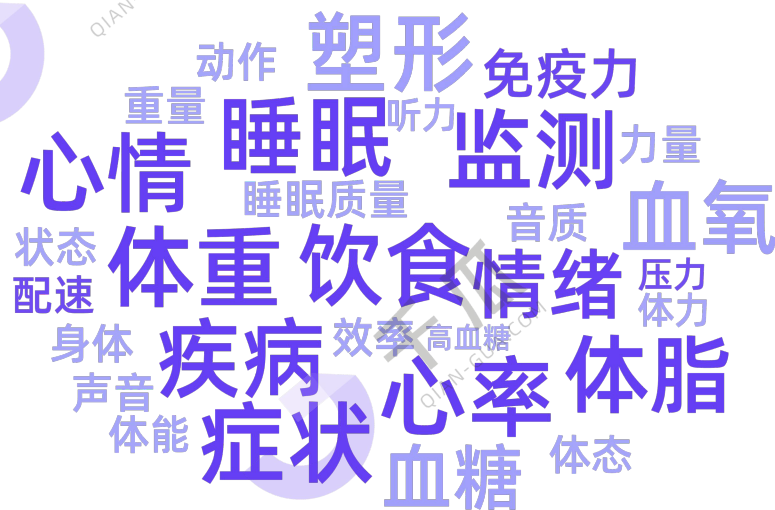
调研医疗健康领域相关笔记内容，品类词中，“**血糖仪**”笔记数增长率超290%，“**运动手表、智能体脂秤、运动手环**”笔记数增长超过160%；内容关键词中，除了“**睡眠、体重、心率**”，还出现“**压力、情绪、血氧、血糖**”。

千瓜观点，当代人亚健康问题愈发普遍，基于大众对**身心健康的双重关注**，智能健康产品可实现的**监测指标**已从传统的**体重、心率**，向**睡眠、压力、情绪更多维拓展**，消费者对于此类产品有着更多元的需求与期待。因此，建议品牌在产品打造与宣传时，深入探查**用户心理健康层面的需求**（如情绪监测、压力管理等功能），捕捉用户不断波动的心理变化，结合AI大势，提供更加“**立体化、形象化、趣味化**”的健康建议。

笔记内容关键词-热门品类词

品类词	笔记数增长
血糖仪	290%+
运动手表	180%+
智能体脂秤	170%+
运动手环	160%+
按摩仪	130%+
筋膜枪	50%+
健身镜	40%+
智能跳绳	30%+
呼吸机	new

笔记内容关键词



心情监测



小红书用户@ 梨啾啾啾

压力管理



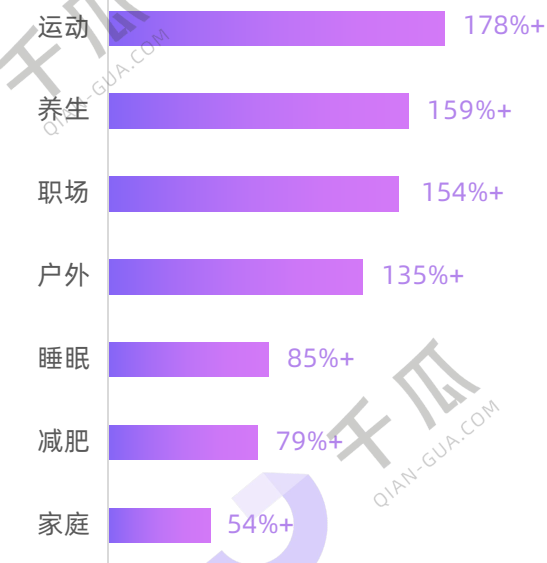
小红书用户@ 一颗米

健康科技升级，驱动「第三空间」涌现

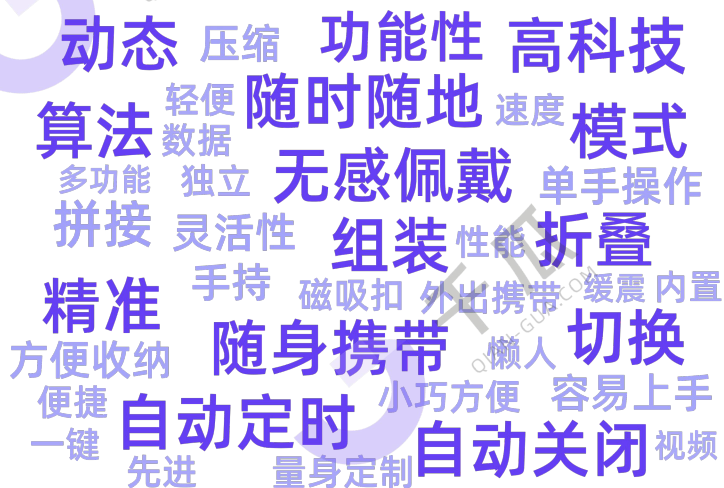
调研笔记场景词，互动热度方面，“运动、户外、减肥”位列预估互动量TOP3，分别为100W+、60W+、50W+；内容涨势方面，“运动、养生、职场、户外”笔记增长均超130%；笔记内容关键词中，“无感佩戴、自动定时、算法、高科技”等词也频繁出现。

千瓜观点，健康产品功能的迭代升级，助推运动、户外、职场等「第三空间」涌现。趋势之下，品牌聚焦人群细分与场景差异，精准捕捉并响应人群的健康需求；产研层面，通过深耕产品功能升级，挖掘更多空间场景与产品新机遇。例如，职场健康人群存在肩颈酸痛、腰肌劳损等问题，设计针对身体不同细分部位（如肩颈、腰部等）的按摩产品，通过技术研发（如热渗透技术、智控揉振技术、脉冲牵引技术等）升级产品体验，为用户带来更加高质量的健康服务。

笔记内容关键词-场景词笔记数增长率



笔记内容关键词



品牌合作笔记案例



传播效果：点赞高出达人平均水平733%+

内容关键点：

- 人群痛点：职场人低头工作、肩颈酸痛、脖子前倾
- 产品科技：热渗透技术；智控揉振技术；脉冲牵引技术；立体弧面按摩头，每分钟能振动7500次以上。

达人：@猪猪来啦
品牌：SKG

趋势总结 营销建议

PART 3

千瓜 | 商业推广建议

■ 本期研究，千瓜基于小红书平台科技相关内容，总结五大行业「科技生活」营销趋势与建议：

- **科技数码**：性能仍是关注焦点，消费者期待产品能够融合更加**前沿的技术与新鲜的玩法**，品牌可借此打造产品差异化竞争优势；同时，注重**用户体验与个性价值的挖掘**，展现产品硬实力之外以人为本的“暖科技”。
- **家居家装**：「无感融合、功能集成」趋势凸显，**产品与居家风格的适配、围绕需求链路的功能研发与小空间的极致利用**，是品牌需要关注的重点；「全屋智能、家电互联」引发关注，**智能家电品类更加细分拓展，品类之间更加兼容、协作互联**。
- **彩妆护肤**：科技推动**成分与技术创新**，品牌在产研层面，可深入前沿技术，由表及里挖掘皮肤问题的深层动因，投入新潜力赛道；内容层面，**借助“科技+成分”的概念，以更高阶的打法驱动用户、种草产品**；科技带动「轻医美」，品牌可瞄准**“轻量化”的医美需求**布局内容，做好市场教育，抢占心智。
- **母婴育儿**：科技全方面提升**“养与育”的速度与质量**；一方面，品牌不仅要帮助父母实现轻松育儿，更要从**孩童视角**挖掘需求痛点，**深入聆听孩子的心声，驱动产品创新**；另一方面，智能学习产品依旧火热，品牌可侧重传达**“千娃千面、双向交互、因材施教”**等产品特性，以捕获家长芳心。
- **医疗健康**：**监测指标多维度拓展，心理健康受到重视**，品牌可结合AI大势，提供更加**“立体化、形象化、趣味化”**的健康建议。**运动、户外、职场等「第三空间」涌现**，品牌可聚焦人群细分与场景差异，捕捉并响应细微的健康需求，以产品升级之道，**挖掘更多空间场景与产品机会**。

五大行业的趋势共同勾勒出一个由科技驱动的新未来。这个时代，我们正在目睹科技如何提升生活品质、驱动产品创新、引领消费风向。未来，消费市场还将如何变化？千瓜将与更多品牌携手，共同探索「科技生活」的新篇章。

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（包括图片、表格及文字内容）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1月1日-2024年7月31日小红书科技数码、家居家装、彩妆护肤、母婴育儿、医疗健康五大行业相关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



高级商务顾问-麦麦

扫码获取商务咨询与产品支持



2024千瓜品牌挚友

胖鲸 X BRAND PARTNER 20150 品牌拍档



与中国品牌管理者在一起

ebrun 亿邦动力



消除一切电商知识鸿沟

TopMarketing



玩Marketing,
Top是一种信仰

NEW TIDE OF CONSUMPTION
浪潮新消费



消费创新风向标
头部品牌聚集地

运营研究社



运营创造价值

· 排名不分先后