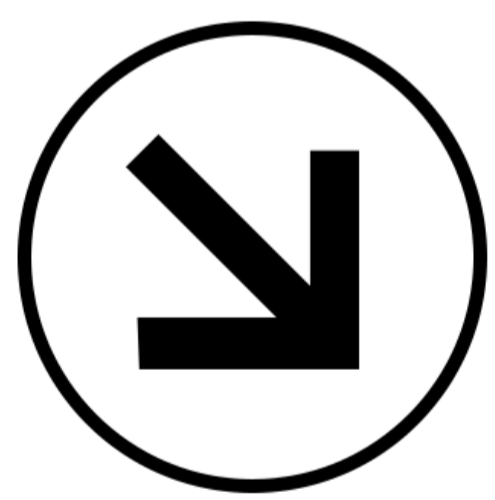


阿里妈妈 经营指南

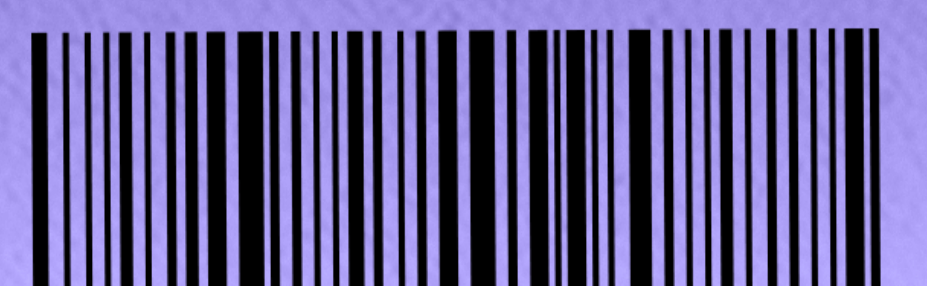
VOL.11



「今夏限定」火热来袭
夏末趋势助力生意逆袭



阿里妈妈 让每一份经营都算数





PART 01

趋势捕捉

今夏限定：夏日尾声，商机升温

PART 02

趋势解读

I.三伏天里，趁热养生

中医与运动结合，年轻人的“热”养选择

II.仲夏七夕，限定妆扮

降温汽水妆+植物系look，共赴清新限定版夏日约会

III.奥运潮流，限时登场

“法式尤莱特”遇上“SportyChic”，限时演绎时髦运动风

IV.清凉一夏，尽享水趣

开启多元化玩水体验，逃离炎热的最佳选择

V.夏末开学，宿舍AB面

极简VS极繁，定义个性化宿舍空间

PART 03

阿里妈妈产品赋能

夏日热点人群拉新策略

夏日人群浓度提升策略

附录-趋势话题榜

ISSUE 11 | 03

oalimama

PART 01

趋势捕捉

| 趋势主题汇总

今夏限定：夏日尾声，商机升温

今年的三伏天让“热养生”在年轻人中流行开来，三伏天“搭子”从过去的“空调、wifi、西瓜”，变成了“晒背、艾灸、运动”，已有不少商家瞄准年轻人的健康焦虑，推出结合中医文化、科学运动以及符合年轻人消费偏好的“养生”组合产品，抢先入局。

临近七夕佳节，限定的降温妆容与植物系穿搭形成独特潮流，成为了时下情侣间互赠礼物或自我装扮的优选。商家可结合“降温”，“植物系”，“清新”等特点调整产品推广方向，抓住甜蜜商机。

随着巴黎奥运会的开始，赛场之外，“法式尤莱特”与“SportyChic”的穿搭风潮受到年轻人欢迎，也为服饰鞋帽和运动户外品类的商家创造了更多灵感，“优雅紫色”与“运动与时尚的混搭艺术”是争夺奥运生意场的“商机密码”。

在夏末最热的这段时间里，玩水的季节性需求会得到最大释放，商家需要抓住家庭与年轻人市场的最后一批亲水消费需求。

开学季随之到来，宿舍个性化装饰需求大增，极简与极繁风格的碰撞，为家居品类带来丰富的商机，商家需抓住开学置办宿舍生活物品的契机，吸引一波新生代消费群体的圈层流量和销量。

三伏天里，趁热养生

中医与运动结合
年轻人的“热”养选择



奥运潮流，限时登场

“法式尤莱特”遇上“Sporty Chic”
限时演绎时髦运动风

仲夏七夕，限定妆扮

降温汽水妆+植物系look
共赴清新限定版夏日约会



清凉一夏，尽享水趣

开启多元化玩水体验
逃离炎热的最佳选择



夏末开学，宿舍AB面

极简VS极繁
定义个性化宿舍空间



Design

PART 02

趋势解读





三伏天里，趁热养生

中医与运动结合，年轻人的“热”养选择

| 三伏天里，趁热养生

中医与运动结合，年轻人的“热”养选择

在这个炎炎夏日，越来越多的年轻人加入到“趁热养生”的潮流当中。他们热衷于挖掘传统中医的精髓，通过晒背集阳、艾灸通络和食疗滋养来调养身心；还重视科学运动，尝试散步、慢跑、骑行、瑜伽等活动，这些运动不会过度增加体温，同时对心肺功能有积极作用。初伏已过，中伏调养的需求仍在持续增长，商家应瞄准这一市场，提供符合年轻人需求的养生产品，必将在这个夏日收获满满。

淘内相关品类搜索&交易数据

类目
精准词

#红糖姜片

30%~35%

支付转化率

#三伏天养生茶

25%~30%

支付转化率

#艾灸罐

20%~25%

支付转化率

趋势机会词

#三伏天养生

471%↑

搜索人气环比增长

行业
热门词

#三伏贴

25w~50w

搜索人气

#祛湿茶

10w~25w

搜索人气

#艾灸

10w~25w

搜索人气

#枸杞

10w~25w

搜索人气

趋势人群分析

基础画像

♀	性别	对养生和变美更重视的女性群体为主
AGE	年龄	分布于25-55岁，其中25-35岁的年轻人占比越来越大
🏠	城市等级	各级城市均有覆盖，以一二线城市为主
¥	消费能力	中等水平，愿意为养生食品，养生疗法和运动装备投资
👤	人群标签	都市蓝领、精致妈妈、新锐白领、资深中产、小镇中老年、都市银发
❤️	兴趣偏好	偏好研究养生技巧和运动健身

品类偏好

🏥	NO.1: 医疗保健	传统滋补营养品 莲子，茯苓，山药，红枣，养生茶，祛湿茶...
🏃	NO.2: 户外运动	健身训练 壶铃，哑铃，跳绳...
🏠	NO.3: 家用电器	厨房小电 养生壶，破壁机，原汁机...
💄	NO.4: 美妆护肤	面部防护 防晒霜，防晒喷雾，修护精华，面膜...
🏊	NO.5: 运动户外	游泳用品 泳衣，泳帽，泳镜，游泳圈...

相关话题数据

祛湿

互动量
230.2w互动环比
403.7%↑

夏练三伏

互动量
154.9w互动环比
233.2%↑

瑜伽

互动量
102.8w互动环比
206.0%↑

三伏天冬病夏治

互动量
82.9w互动环比
508.7%↑

三伏贴

互动量
29.7w互动环比
367.2%↑

5分钟运动快充

互动量
72.3w互动环比
352.8%↑

早c晚c的人先享受夏天充

互动量
62.0w互动环比
27.8%↑

三伏天晒背

互动量
16.9w互动环比
237.2%↑

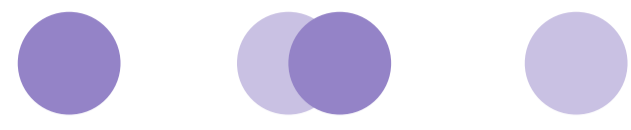
三伏天祛湿减肥

互动量
13.1w互动环比
200.2%↑

红糖姜片

互动量
6.9w互动环比
1910.9%↑

| 三伏天里，趁热养生



夏日三伏，全民养生热潮下的市场蓝海

品牌通过明星推广、电商直播、内容种草等推广策略，契合三伏天这一限定时令，精准触达用户需求，激发购买欲望。

明星推广策略



| 品牌

维特健灵

| 产品

祛湿轻

| 案例解读

辰亦儒以43岁男艺人日常为例，利用高温时段促进新陈代谢特性，强调三伏天调养的重要性，同时生动展示五指毛桃食疗与祛湿轻产品的结合，突出了产品在日常饮食调节中的便捷与效用，传递了“湿气管理=健康生活+体重管理”的理念，有效激发了年轻消费者对于“趁热养生”的兴趣与参与感，实现了营销内容的高情感链接与价值共鸣。

<https://www.xiaohongshu.com/explore/6690d5830000000025003a17>

电商直播策略



| 品牌

真不二

| 产品

组合产品：艾灸仪+坐垫+肩颈热敷袋

| 案例解读

通过大v开养生直播专场的，直播间标题和文字都强调“三伏天养生”，“中伏倒计时一周”的特定活动，主播针对现代年轻人的亚健康状态进行列举讲解，强调了冬病夏治的理念；同时商家通过产品组合销售和满赠活动，吸引客群抓紧购买。

<https://live.douyin.com/43933483921>

内容种草策略



| 品牌

NIKE

| 产品

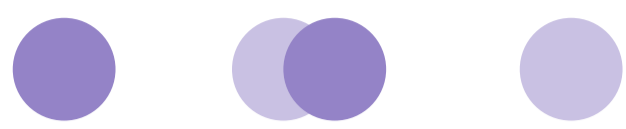
Free Metcon 6, Alate Bra

| 案例解读

抓住特定时节三伏天，推出加倍燃脂的训练动作；博主通过健身前后身形对比，呼吁大家进行燃脂训练，随后博主全身穿着NIKE产品进行三伏天加倍燃脂的训练动作演示，传播干货的同时自然融入产品推广，展示产品的柔韧舒适与时尚设计，成为提升运动体验的关键。

<https://www.xiaohongshu.com/explore/668cd302000000000a02617e>

| 三伏天里，趁热养生



三伏天养生全景图鉴

三伏天里夏日限定的运动养生风潮席卷而来，晒背、热养、祛湿等迎来了更多年轻群体的加入。从四神汤、三豆饮等传统滋补，到艾灸、三伏贴等中医调理，再到骑行、瑜伽、燃脂操等现代运动，每一个关键词都是通往夏日养生秘境的密码，为商家开辟了广阔的市场空间与商业机遇。

核心词云数据表现

类目精准词

互动量
217.0w

互动环比
+19.1%



行业热门词

互动量
382.8w

互动环比
+49.0%

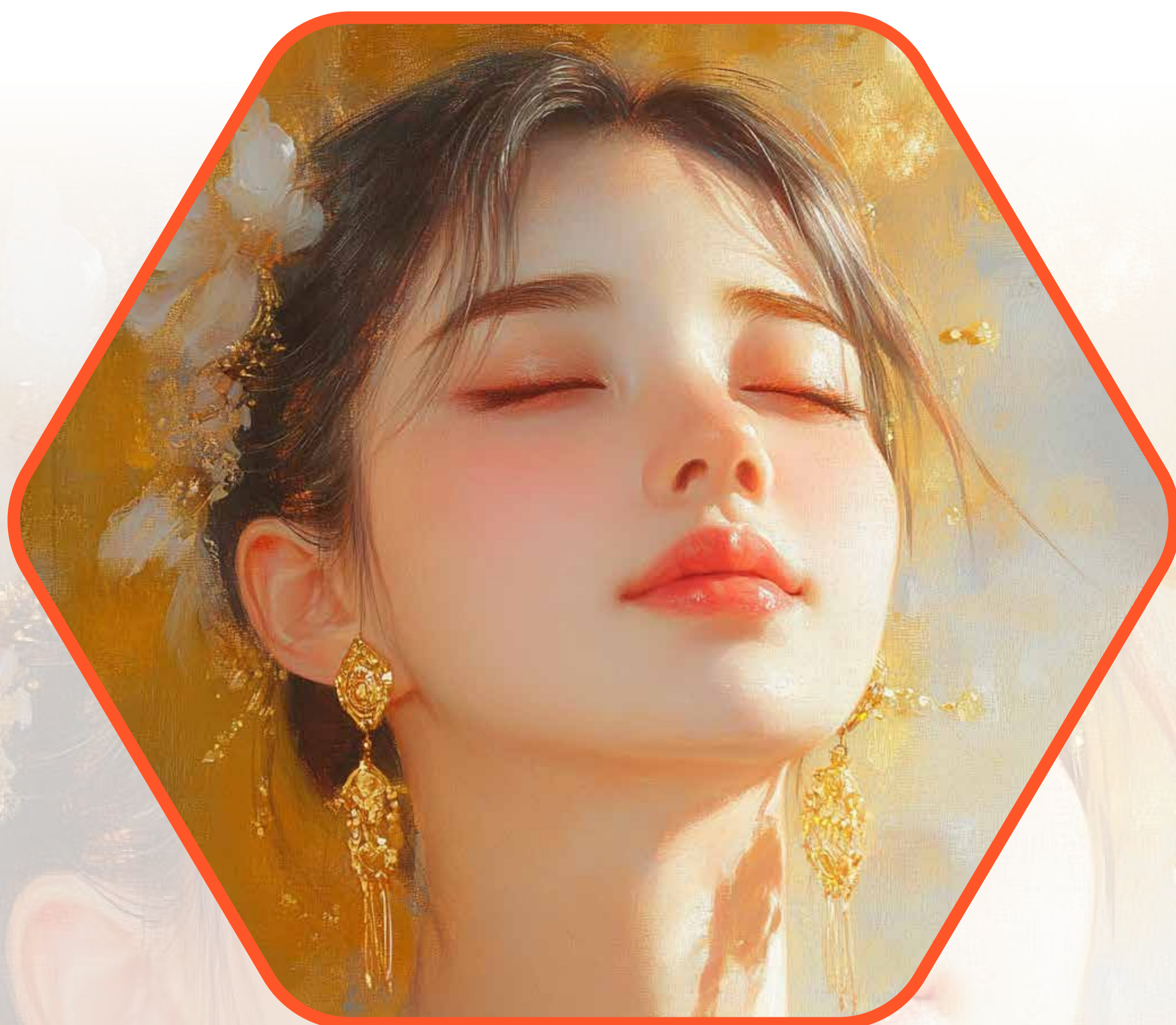


趋势机会词

互动量
3949.8w

互动环比
+15.5%

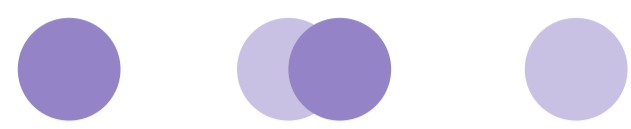




仲夏七夕, 限定妆扮

降温汽水妆+植物系look, 共赴清新限定版夏日约会

| 今夏七夕，限定妆扮



降温汽水妆+植物系look，共赴清新限定版夏日约会

七夕将至，约会装扮备受关注。今年流行的“降温汽水妆”与“植物系穿搭”，融合了清爽与自然元素，展现了年轻人对个性与时尚的追求。蓝色与橘色妆容的碰撞，为约会增添了一抹心动色彩；植物系风格的穿搭，则彰显了清新与活力。商家可推出相关彩妆与服饰产品，满足年轻人对个性化约会装扮的追求，把握商机，为市场注入新的活力。

淘内相关品类搜索&交易数据



#国风彩妆礼盒

25%~30%

支付转化率

#七夕礼物项链女纯银

25%~30%

支付转化率

#七夕花束

15%~20%

支付转化率

趋势机会词



#连衣裙

500w~1000w

搜索人气

#手链

50w~100w

搜索人气

#包包

50w~100w

搜索人气

#耳机

50w~100w

搜索人气

#七夕礼物

2374%↑

搜索人气环比增长

趋势人群分析

基础画像

性别	以追求时尚与美丽的女性为主，同时也有对穿搭敏感的男性群体
年龄	分布于18-35岁，其中20-30岁的年轻人是主力军
城市等级	广泛分布于各级城市，以大城市和都市圈为核心
消费能力	中上水平，愿意为妆容与穿搭新品持续投入
人群标签	小镇青年、Z世代、新锐白领、都市蓝领、精致妈妈、资深中产
兴趣偏好	热衷于尝试新潮妆容，追求新潮的穿搭风格

品类偏好

NO.1: 服饰鞋帽	女装	连衣裙，半裙，仙女裙，花苞裙，碎花裙...
NO.2: 美妆护肤	彩妆	口红，唇釉，眼影，粉底液...
NO.3: 美妆护肤	面部护肤	水乳，精华，面霜，眼霜...
NO.4: 钟表配饰	时尚饰品	珍珠项链，耳环，手链，发簪...
NO.5: 个护家清	身体清洁/护理	身体乳，沐浴露，护理油，磨砂膏...

相关话题数据

七夕礼物

互动量
500.5w互动环比
800.0%↑

丝绒无花果妆

互动量
361.9w互动环比
152201.4%↑

植物系穿搭

互动量
24.0w互动环比
2570.9%↑二次元夏日穿搭^新笔记量
63互动量
46.7w夏日阳光妆^新笔记量
103互动量
32.5w

植物系look买上身

互动量
93.8w互动环比
8130.9%↑

海盐汽水妆

互动量
17.1w互动环比
317.0%↑

夏日降温穿搭

互动量
14.0w互动环比
154941.1%↑

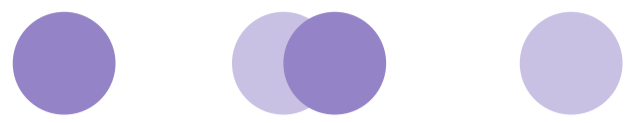
视觉降温妆

互动量
12.8w互动环比
1158.1%↑

局部格纹控

互动量
8.1w互动环比
379.1%↑

| 今夏七夕，限定妆扮



七夕妆扮，情侣妆容穿搭送礼攻略下的商机

品牌商家联动七夕节日氛围进行产品营销，通过打造特色妆容、运用植物元素珠宝与服饰，以及推出限时优惠活动吸引消费者，有效提升了品牌的市场关注度和产品的销售。

内容种草策略



| 品牌
NARS

| 产品
妆前乳、腮红

| 案例解读

通过打造**夏日降温妆**，巧妙运用色彩与技巧营造出**清新俏皮的氛围**。视频详细展示了从底妆到定妆的完整过程，突出了NARS妆前乳、氛围色腮红的运用，以及肉嘟嘟卧蚕的画法，打造出无辜可爱的妆容效果。整体妆容**低饱和、雾面**，符合**夏日凉感的清爽风格**，为七夕约会提供了让人眼前一亮的妆扮指南。

<https://www.iesdouyin.com/share/video/7397733735237569827>

明星推广策略



| 品牌
DE BEERS戴比尔斯

| 产品
系列珠宝

| 案例解读

周雨彤以“**莲花开咯**”为引，巧将个人成长与**莲花生命力**相连，并引入戴比尔斯莲花系列珠宝，展现温柔且强大的力量。图中她身着**花卉连衣裙**，佩戴亮眼珠宝，巧妙呼应**植物系穿搭趋势**。推荐莲花系列作为七夕礼物，隐喻着**七夕约会的浪漫与承诺**，紧扣节日氛围。

<https://www.xiaohongshu.com/explore/668a69b7000000001c024764/>

电商直播策略



| 品牌
jessyline

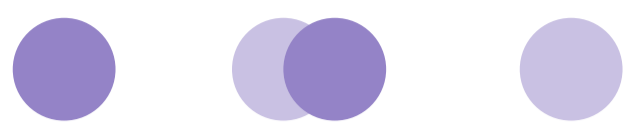
| 产品
绿色小香风女士套装

| 案例解读

通过“**七夕约‘惠’，夏日收官周**”直播活动，主推jessyline**绿色小香风套装**，以自然、清新为主调，选用透气面料，打造舒适夏日造型。展示套装与白色长裙搭配，配合限时优惠，吸引消费者关注，成功营造七夕**植物系look风潮**。

<https://live.douyin.com/75381037027>

| 今夏七夕，限定妆扮



七夕浪漫降临，饰品、穿搭与妆容营造完美约会氛围

从七夕花束到黄金首饰，各类礼物精准对应情侣需求。手链、对戒等热门行业词揭示了节日热门选择，而植物系穿搭、视觉降温妆等趋势机会词则代表着七夕的流行趋势。此外，香水、剃须刀等实用性礼物也备受欢迎，为七夕增添更多温馨与浪漫。

核心词云数据表现



词云说明:词云关键词是基于内容平台的趋势内容进行切词后根据互动量降序筛选;关键词的展示大小与互动量成正比,互动量和互动环比数据是展示词云的汇总数据
数据来源:新榜数据库新榜数据库(数据周期:2024.7.7-2024.7.20;环比周期:2024.6.23-2024.7.6)



奥运潮流，限时登场

“法式尤莱特”遇上“SportyChic”，限时演绎时髦运动风

| 奥运潮流，限时登场

“法式尤莱特”遇上“Sporty Chic”，限时演绎时髦运动风

欧洲杯的激情尚未平息，巴黎奥运会又拉开帷幕。抖音上，由奥运紫色跑道催化“法式尤莱特”的穿搭热潮，将法式美学和淡紫色结合，强调优雅和松弛感。小红书上，SportyChic展现了运动与时尚的混搭艺术，其中Blokette运动少女风尤其受欢迎，将丝带、百褶裙与球衣的巧妙结合，打破了性别界限，为运动时尚带来了新的视野。商家应当紧随这一趋势，推出“尤莱特”和“运动风”的穿搭产品，把握奥运带来的消费热潮。

淘内相关品类搜索&交易数据

类目
精准词

#男士夏季棒球帽

25%~30%
支付转化率

#法式运动套装

20%~25%
支付转化率

#奥运t恤衫

10%~15%
支付转化率

趋势机会词

行业
热门词

#运动鞋

50w~100w
搜索人气

#卫衣

25w~50w
搜索人气

#t恤

25w~50w
搜索人气

#瑜伽裤

10w~25w
搜索人气

#奥运会周边

1465%↑

搜索人气环比增长

趋势人群分析

基础画像

性别	以女性为主，部分潮男也会对运动风格感兴趣
年龄	主要分布于18-35岁的年轻人
城市等级	一线与新一线为主
消费能力	收入水平中等偏上，会为尝试风格变换而买单
人群标签	Z世代、精致妈妈、新锐白领、资深中产
兴趣偏好	乐于跟随潮流趋势，喜欢尝试各种新颖的运动装备和潮流穿搭

品类偏好

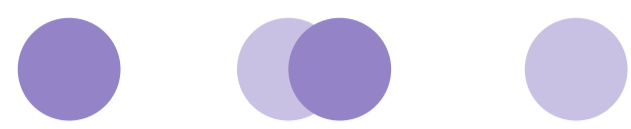
NO.1: 服饰鞋帽	女装	连衣裙，衬衣，百褶裙，网球裙 ...
NO.2: 运动户外	运动鞋服	运动长裤，运动卫衣，球衣，跑鞋，阿甘鞋 ...
NO.3: 钟表配饰	时尚饰品	发饰，项链，耳环，戒指 ...
NO.4: 服饰鞋帽	服饰配件	太阳镜，帽子，腰带，丝巾 ...
NO.5: 服饰鞋帽	男装	休闲裤，t恤，POLO衫，马甲 ...

相关话题数据

巴黎奥运会	互动量 3151.0w	互动环比 222.4%↑
法式松弛就是尤莱特	作品量 814w	互动量 790.8w
尤莱特穿搭	作品量 961w	互动量 481.0w
抖in时髦运动会	作品量 633	互动量 247.1w
古希腊复古运动风	作品量 117	互动量 138.4w

巴黎奥运会	互动量 538.9w	互动环比 238.4%↑
sportychic	互动量 34.5w	互动环比 3880.7%↑
时髦运动风	互动量 25.2w	互动环比 3775.4%↑
blokette	互动量 23.1w	互动环比 27.9%↑
巴黎最时髦奥运会	互动量 18.7w	互动环比 2166.4%↑

| 奥运潮流，限时登场



奥运潮流，多维营销点燃运动时尚生意场

品牌通过多元化的营销策略，如直播间新品推广、明星代言以及穿搭挑战等，全方位地展示了产品的魅力和品牌的时尚态度。这些活动不仅吸引了不同类型的消费者，还通过实惠的促销和时尚的穿搭示例提高了消费者的购买意愿。



🛒 上新直播策略

| 品牌
ubras

| 产品
莫奈花园蕾丝文胸

| 案例解读

ubras旗舰店以**新号开播**，推出**莫奈花园系列新品**，以“**法式尤莱特的轻盈蕾丝**”的标题吸引观众进入直播间。主播现场互动，不仅展示了产品的**舒适与美感**，让消费者直观感受产品魅力；同时以“**拍2发5**”的**组合优惠**，激发了受众强烈的购买兴趣。

<https://live.douyin.com/915641930073>



✈️ 明星代言营销

| 品牌
PUMA

| 产品
运动套装

| 案例解读

PUMA紧跟“**时髦运动风**”趋势，在**朴彩英rosé**的诠释下，将**简约复古与现代运动完美融合**。**运动短外套、运动短裤和复古德训鞋**的搭配，呈现独特率性的**松弛魅力**，为追求**时尚运动风格**的消费者提供了理想选择。

<https://www.xiaohongshu.com/explore/66976ecf00000000050062ec/>



🌸 内容种草策略

| 品牌
百丽

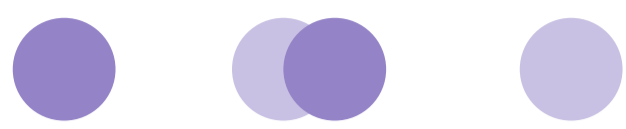
| 产品
银色德训鞋

| 案例解读

KOL借助个人风格的转变，在“**一周穿搭挑战**”中深入探索“**Sporty Chic**”的魅力，**银色德训鞋**在**每套look中的运用**，不仅展示了其作为时尚界“**万能钥匙**”的地位，也是对“**巴黎最时髦运动会**”趋势的最佳呼应，证明了**运动风格也能兼具高级与日常**，引领夏日新潮流。

<https://www.xiaohongshu.com/explore/669796e600000000025002974/>

奥运潮流，限时登场



法式美学与运动风格大热，服饰鞋帽和运动品类受欢迎

从白衬衫到运动外套，各类服饰精准对应不同需求。连衣裙、球衣等热门行业词揭示了时尚风向，运动风、法式尤莱特等趋势机会词引领潮流。

核心词云数据表现



词云说明:词云关键词是基于内容平台的趋势内容进行切词后根据互动量降序筛选;关键词的展示大小与互动量成正比,互动量和互动环比数据是展示词云的汇总数据
数据来源:新榜数据库新榜数据库(数据周期:2024.7.7-2024.7.20;环比周期:2024.6.23-2024.7.6)



清凉一夏，尽享水趣

开启多元化玩水体验，逃离炎热的最佳选择

清凉一夏，尽享水趣

开启多元化玩水体验，逃离炎热的最佳选择

夏末高温不退，水上活动热度不减，成为消费者追求清凉与娱乐的首选。室内泳池、水上乐园、山间溪流漂流及深海潜水等场景备受喜爱。商家应把握时机，积极推出创新和个性化亲水用品，满足消费者多样化需求，抓住夏日水上活动最后的狂欢，迎接商机。

淘内相关品类搜索&交易数据

类目
精准词#一次性雨衣
35%~40%
支付转化率#漂流手机防水袋
35%~40%
支付转化率#速干浴巾
20%~25%
支付转化率

趋势机会词

行业
热门词#拖鞋 100w~250w
#泳衣 50w~100w
#雨衣 25w~50w
#罩衫 10w~25w
搜索人气#玩水装备
130%↑
搜索人气环比增长

趋势人群分析

基础画像

性别	以爱好户外玩水的男女为主
年龄	覆盖全年龄段人群，其中主要是25-45岁的年轻父母带孩子活动
城市等级	各级城市均有覆盖，以一二线城市为主
消费能力	中等水平，愿意为户外玩水活动添置装备
人群标签	小镇青年、Z世代、精致妈妈、新锐白领、资深中产、都市蓝领
兴趣偏好	喜欢探索新鲜有趣的户外活动，追求健康快乐的生活方式

品类偏好

NO.1: 运动户外	游泳用品 泳衣, 泳裤, 沙滩裤, 游泳圈, 戏水玩具 ...
NO.2: 运动户外	体育用品 潜水帽, 潜水袜, 面镜, 冲浪潜水配件, 游泳配件 ...
NO.3: 运动户外	户外装备 帐篷, 吊床, 充气床, 户外桌子, 野餐垫 ...
NO.4: 服饰鞋帽	女装 连衣裙, 休闲裤, 背心吊带 ...
NO.5: 服饰鞋帽	服饰配件 防晒服, 防晒裤, 墨镜, 防晒帽 ...

相关话题数据

游泳

笔记量
13581
互动量
1297.4w

夏季玩水

笔记量
66975
互动量
939.9w

漂流

互动量
617.9w
互动环比
38.6%↑

水上乐园

互动量
564.0w
互动环比
53.9%↑

夏天就要与好友一起漂流

互动量
197.2w
互动环比
122.1%↑

潜水

互动量
95.4w
互动环比
30.3%↑

不玩水不夏天

互动量
78.4w
互动环比
18.3%↑

夏日溯溪

互动量
24.0w
互动环比
21.3%↑

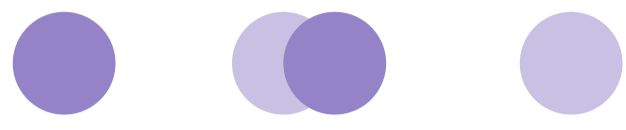
冲浪

笔记量
2923
互动量
18.1w

比基尼

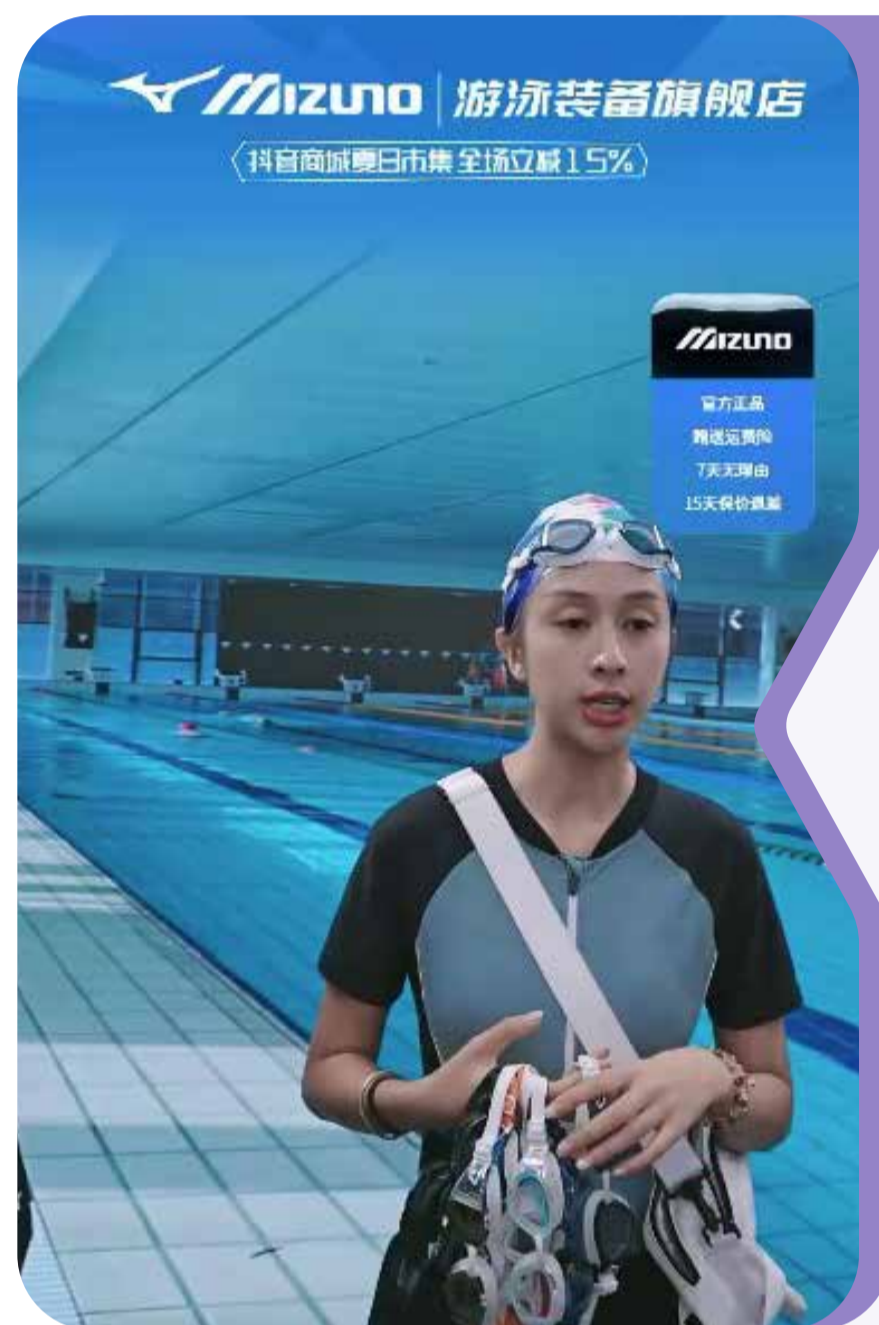
笔记量
3304
互动量
106.0w

| 清凉一夏，尽享水趣



炎夏玩水，场景营销直击亲水、防晒装备需求

针对夏日玩水装备和防晒需求，品牌方采用多维度营销策略。通过电商直播、内容种草、ip联名等方式推广产品，精准对接消费者夏日玩水需求，激发购买热情。



🛒 电商直播策略

| 品牌

美津浓

| 产品

泳镜

| 案例解读

夏季游泳正当时，主播紧抓这一**季节性热点**，以湛蓝游泳池为背景，清凉感扑面而来。身着**泳衣**、佩戴**泳镜**的实景直播，让消费者**身临其境**，直观感受产品魅力。直播间顶部醒目展示**品牌正品承诺与优惠力度**，助力消费者放心选购，快速促成交易。

https://www.douyin.com/user/MS4wLjABAAAQCasvh5Whzdt8Fu0LsPYEdsC7sXMU2msZz4u7x_TR81qxcjFIdCDxbMOcRA_G_HV



🌸 内容种草策略

| 品牌

WOWCLAW

| 产品

小爪鞋、小爪帽

| 案例解读

作者在夏日**亲子溯溪玩水场景**下巧妙地植入了WOWCLAW的小爪鞋与小爪帽的推广。笔记中作者贴心分享了**实用的防蚊、防晒和防滑小技巧**，自然引出小爪鞋的**防滑设计**和**保护脚趾**的功能，同时强调了**小爪帽轻薄**的材质和出色的**防晒效果**，为孩子户外玩水提供了全方位保护。

<https://www.xiaohongshu.com/explore/6690ee9100000000a025768/>



👑 IP联名营销策略

| 品牌

The North Face

| 产品

儿童防晒服

| 案例解读

视频中孩子身着**The North Face**儿童“雪糕冰感”防晒服参加**北面童装X夏山联名夏令营**，在热带雨林徒步溯溪探索的场景下，凸显出**防晒服的高效防晒、快速散热**等优异性能。文案将产品卖点融入热带雨林户外活动的**实际场景中**，更使得推广内容与活动情境相得益彰。

<https://www.xiaohongshu.com/explore/669b48bd00000000250030fb/>

| 清凉一夏，尽享水趣

夏日水上狂欢：结合时尚与运动的必备好物

夏季的热浪来袭，玩水成为大家的逃避炎热的首选。从酷炫的泳镜到舒适的潜水服，从时尚的冲浪板到实用的溯溪鞋，从潮流的泳衣到多样的漂流背包等各类装备一应俱全，商家需要抓住最后一批玩水的消费需求。

核心词云数据表现

类目精准词

互动量
108.9w

互动环比
+12.8%



行业热门词

互动量
1436.7w

互动环比
+14.3%



趋势机会词

互动量
918.0w

互动环比
+29.4%





夏末开学, 宿舍AB面

极简VS极繁, 定义个性化宿舍空间

| 夏末开学，宿舍AB面

极简VS极繁，定义个性化宿舍空间

随着新学期临近，准大学生群体正成为暑期末尾不可忽视的消费力量。商家需关注两大宿舍生活方式趋势：“极简主义”追求和“极繁创意”的兴起。前者倾向于高品质、精简配置，后者则注重多功能、高性价比的空间利用。企业应借此良机，推出符合这两极化需求的宿舍用品系列，如精选极简风格台灯、高效收纳解决方案等，满足大学生们个性化的生活追求，把握住夏季家居品类的销售高峰。

淘内相关品类搜索&交易数据

类目
精准词

#波浪衣架

30%~35%
支付转化率

#学生床垫

25%~30%
支付转化率

#便携小风扇

20%~25%
支付转化率

趋势机会词

行业
热门词

#衣架

50w~100w
搜索人气

#床垫

50w~100w
搜索人气

#收纳盒

25w~50w
搜索人气

#吹风机

25w~50w
搜索人气

#开学好物

405%↑

搜索人气环比增长

趋势人群分析

基础画像

性别	男女平衡，女生对收纳品类的需求更大
年龄	主要集中在18-25岁的准大一新生或研一新生
城市等级	主要分布在一二三线城市的校园
消费能力	消费能力中等，追求高品质的同时也追求性价比
人群标签	Z世代
兴趣偏好	关注宿舍收纳、床品，希望实用省空间，提高宿舍品质。

品类偏好

NO.1: 家居生活	收纳整理	收纳架, 衣架, 挂钩, 置物架, 小推车 ...
NO.2: 家用电器	生活日用	闹钟, 镜子, 插线板, 理线盒, 床上桌 ...
NO.3: 家居生活	床上用品	床上四件套, 枕头, 蚊帐, 床垫, 床帘 ...
NO.4: 家用电器	生活电器	台灯, 养生壶, 电吹风, 加湿器 ...
NO.5: 办公文件	学习用品	荧光笔, 笔筒, 文件夹, 便利贴 ...

相关话题数据

大一新生必看

互动量
425.6w互动环比
9.0%↑

收纳盒

互动量
71.7w互动环比
10.4%↑

宿舍床垫

互动量
44.6w互动环比
253.9%↑

宿舍六件套

互动量
29.4w互动环比
532.0%↑

多功能折叠衣架

互动量
21.1w互动环比
338.8%↑

学生党平价好物

作品量
2.6w互动量
188.6w

意式极简

互动量
27.3w互动环比
16.1%↑

宿舍改造

作品量
955互动量
18.3w

光闹钟

互动量
13.1w互动环比
834.1%↑

宿舍收纳

互动量
12.1w互动环比
79.1%↑

| 夏末开学，宿舍AB面

开学宿舍，多元营销强调情感连接

品牌通过直接和间接种草手段，在宿舍生活场景中精准营销，满足用户实际需求。运用套装销售、草莓熊IP款产品等推广手法，结合极简理念和选品美学，巧妙激发用户购买欲。这些策略融合提升了品牌知名度，加深了用户与品牌的情感联系。



🛒 电商直播策略

| 品牌

Disney迪士尼

| 产品

宿舍六件套

| 案例解读

以“**迪士尼开学季专场**”和“**专为学生设计**”为亮点，以粉色和草莓熊IP为背景，有效吸引“**大学生、初中、高中**”目标群体进入到直播间。主播以**身穿校服的学生形象**出现，贴近受众。以“**一站式购齐，拎包入住**”为口号，突显**产品的便捷性**；以“**数量有限**”，“**限时送抱枕**”等优惠，激发观众抢先购买。

https://live.douyin.com/162203282953?column_type=single&is_aweme_tied=1&search_id=20240801100116BE54628AA889975F4DF8&search_result_id=7397922914038828338



🎯 精准营销策略

| 品牌

早鸟唤醒

| 产品

定时唤醒灯

| 案例解读

买手自己发布视频带货，利用#**准大一新生**#等标签，精准触达**新生代顾客**，以轻松愉快的方式展示产品如何让**早起变得更加柔和与自然**，特别想要自律又起床困难的学生。以“**不吵室友的闹钟**”为卖点，直击大学生对于**和谐宿舍关系**的向往，突出了产品的**实用性和人性化设计**。

<https://www.xiaohongshu.com/explore/66927b680000000003026ede/>



👑 IP联名营销

| 品牌 x 联名IP

躺岛 x 线条小狗

| 产品

行囊宿舍套装

| 案例解读

躺岛行囊宿舍套装，将床品完美整合，**既便携又极具舒适度**；床垫尺寸灵活可调，**价格亲民而品质出众**。更值得一提的是，其与线条小狗的**创意联名**，为产品注入了更多**趣味元素**，吸引了大批新生，助力他们轻松打造温馨的宿舍环境。

<https://www.xiaohongshu.com/explore/669b239600000000025015ccb/>

夏末开学，宿舍AB面

简约与丰富并存，好物收纳引领温馨小窝新风潮

大学新生或爱“简约省心”的轻松，或追求“丰富多样”的满足，他们热衷于探寻宿舍好物，崇尚高效收纳，掀起温馨小窝的营造风潮，充分展现了他们对提升宿舍品质、巧妙利用空间以及热情迎接新学期的积极态度。

核心词云数据表现

类目精准词

互动量
80.8w
互动环比
+8.9%



行业热门词

互动量
1406.8w
互动环比
+16.4%



趋势机会词

互动量
965.8w
互动环比
+14.7%



词云说明:词云关键词是基于内容平台的趋势内容进行切词后根据互动量降序筛选;关键词的展示大小与互动量成正比,互动量和互动环比数据是展示词云的汇总数据
数据来源:新榜数据库新榜数据库(数据周期:2024.7.7-2024.7.20;环比周期:2024.6.23-2024.7.6)

ISSUE 11126

o alimoda

PART 03

阿里妈妈产品赋能

夏日热点人群拉新策略

人群方舟——提升兴趣/首购人群

基于夏日趋势热点提供「今夏限定」机会人群，快速扩充夏季活跃新客，把握夏日热点趋势商机。

机会人群



夏季限定养生高价值人群



七夕限定礼赠精选人群



奥运限定潮流服饰易转化人群



夏末运动玩水精选人群



开学宿舍必备高活跃人群

投放渠道

方法一：新建计划添加人群

STEP1: 在精准人群推广场景，解决方案选择「人群方舟」提升兴趣/首购新客人数



方法二：投中计划新增人群定向

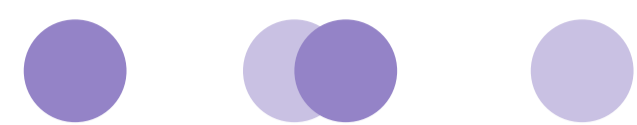
STEP1: 精准人群推广场景推广页选择【人群】添加人群



STEP2: 通过人群设置添加种子人群，在「平台精选」板块选择「消费热点专项」添加本期机会人群



夏日人群浓度提升策略



人群超市——精准定位、深入渗透目标消费群体

基于夏日趋势热点提供「今夏限定」机会人群，通过高级人群洞察与分析，帮助商家实现高效营销与顾客获取。

机会人群



三伏天健康进补人群包



七夕美妆服饰人群包



巴黎奥运同款人群包



夏季运动防晒高活跃人群包



宿舍空间改造精选人群包

投放渠道

新建计划添加人群

STEP1: 在精准人群推广场景，解决方案选择【人群超市】，通过「机会挖掘」选择「平台机会人群渗透」--「更换套餐包」



STEP2: 在「全部套餐包」模块添加本期机会人群



| 附录-趋势话题榜单

抖音&小红书趋势话题一览

抖音话题榜

综合榜

排名	话题名称	作品量	互动量	互动增长率
1	总有新方式出门过夏天	21,426	6,667,547	3457.92%
2	把基础款穿时髦的细节	27,969	4,435,023	2708.61%
3	一秒掉入童话世界	2,294	10,029,044	10322.82%
4	夏天玩水好city啊	9,644	1,954,743	1745.49%
5	七夕礼物	17,326	5,004,503	799.98%
6	漂流有多刺激	5,455	1,171,607	9238.49%
7	三伏天	14,404	17,557,611	299.73%
8	跟着抖音嗨翻夏日	1,987	1,273,831	11499.26%
9	巴黎奥运会	7,271	31,510,450	222.38%
10	毕业旅行的100种方式	4,160	645,689	1142.47%

上升榜

排名	话题名称	互动量	作品增长率	互动增长率
1	一键开启夏日穿搭	5,447,657	188500.00%	43131.94%
2	暑假花式玩水大赛	8,167,018	5832.14%	8320.73%
3	夏天当然要去海边啦	2,086,806	223200.00%	181994.76%
4	入伏	2,013,211	5925.81%	14140.72%
5	三伏天减肥	2,196,841	2426.32%	10015.30%
6	这个夏天冰杯火了	812,131	58100.00%	35787.36%
7	2024巴黎奥运会	2,129,589	571.72%	571.64%
8	七夕	830,747	310.21%	614.51%
9	植物系穿搭	240,327	90.74%	2570.89%
10	开学季宿舍床品推荐	221,747	188.65%	314.88%

新晋榜

排名	话题名称	作品量	互动量
1	叫醒夏日高能感	1,690	4,954,644
2	尤莱特穿搭	961	4,809,681
3	抖in时髦运动会	633	2,471,413
4	这是属于夏天的治愈之旅	1,329	1,116,169
5	吃一口独属于夏天的味道	1,193	660,189
6	王一博火炬手	204	1,435,008
7	夏日运动穿搭好city啊	1,113	470,474
8	夏日零基础变美攻略	178	804,549
9	三伏天饮食指南	853	388,490
10	谁能拒绝同款奥运紫	178	460,457

热度榜

排名	话题名称	作品量	互动量
1	夏天该有的样子	42,493	23,458,277
2	暑假嗨玩计划	114,391	12,392,991
3	夏日度假穿出清凉感	32,960	9,146,374
4	水上乐园	20,255	5,640,095
5	户外骑行好city啊	8,389	10,704,866
6	夏日穿搭	15,776	5,609,086
7	漂流	13,087	6,178,582
8	开学必备	17,377	1,184,975
9	三伏天养生	2,127	2,177,006
10	法式松弛就是尤莱特	814	7,907,704

小红书话题榜

综合榜

排名	话题名称	作品量	互动量	互动增长率
1	国乒巴黎见	4,860	2,311,329	3076.69%
2	陪娃过夏天	3,233	475,181	1500.21%
3	三伏天减脂	2,497	709,392	1364.32%
4	小红书美妆推荐	1,042	173,728	69391.20%
5	时髦运动风	732	252,171	3775.38%
6	早秋穿搭	3,055	374,967	278.21%
7	夏日氧气妆	499	218,883	6664.00%
8	Sporty chic	443	159,974	3058.42%
9	巴黎奥运会	10,810	5,388,925	238.40%
10	三伏天养生	18,459	2,320,685	72.99%

上升榜

排名	话题名称	互动量	笔记增长率	互动增长率
1	植物系look买上身	937,832	18215.56%	8130.93%
2	夏日降温穿搭	139,537	9622.22%	154941.11%
3	夏日美妆好物	106,945	21850.00%	9064.10%
4	sporty chic	344,730	1105.00%	3880.72%
5	巴黎时尚citywalk	176,351	16800.00%	303953.45%
6	视觉降温妆	128,115	789.66%	1158.13%
7	七夕穿搭	56,244	457.89%	1236.60%
8	海盐汽水妆	171,223	1149.02%	317.01%
9	宿舍床上四件套	16,817	238.17%	634.69%
10	三伏天晒背	169,223	238.10%	237.23%

新晋榜

排名	话题名称	作品量	互动量
1	巴黎奥运会火炬手王一博	1,696	667,247
2	在小红书找遛娃灵感	385	152,950
3	周末宜宅家	584	121,627
4	夏日吃酸大赏	257	187,393
5	化妆品集合	543	112,939
6	巴黎运动风	126	182,747
7	三伏天美白计划	165	94,804
8	618回购美妆好物推荐	486	60,323
9	夏日变美攻略	131	70,153
10	巴黎最时髦运动会	81	133,923

热度榜

排名	话题名称	作品量	互动量
1	夏日穿搭	53,005	3,334,318
2	植物系穿搭	13,737	2,243,000
3	我的养生仪式感	16,608	1,772,880
4	总有新玩法过夏天	13,270	1,158,143
5	新手化妆	8,145	2,106,766
6	七夕礼物	21,289	885,017
7	开学	4,502	4,857,208
8	宿舍好物	5,807	1,126,920
9	三伏天减肥	2,661	894,293
10	2024巴黎奥运会	1,318	363,523



To make it easy to do
marketing anywhere.

alimama
— refresh



阿里妈妈微信公众号



欢迎入群获得一手消息、
或提报你关注的趋势!