



# 2025年「兴趣生活」 数据洞察报告

(小红书平台)

千瓜行研 | 数据态度 洞见行业温度

数据来源：千瓜数据

数据时间：2025年1月1日-2025年5月10日

# 前言

## 趋势捕捉：

今年7月，小红书迎来重大升级！平台slogan从「生活指南」转向「生活兴趣社区」，打造以“兴趣”为原点的社区生态。

结合近两年热门内容表现，可以发现相关话题持续高涨，**#2025兴趣不打烊**、**#我被兴趣治愈**.....预估互动高达数亿。

当代人越来越敢于表达自我，许多兴趣也不再小众，谷子、潮玩、手工.....诸多圈层受到小红书各领域人群的高度关注与热议。

千瓜观点，小红书用户**正以热爱建立生活支点，愿意为爱好、为快乐买单。**兴趣，将成为内容种草和品牌破局的关键。

## 趋势调研：

本期，千瓜通过**“兴趣生活”人群与热门内容洞察**（次元潮玩、手工DIY、国风国潮、运动户外），帮助品牌洞悉平台趋势，开辟增长新路径。

**#小红村点亮计划**  
**#2024我的兴趣支点**  
**#100天运动打卡挑战**  
**#我被兴趣治愈** **#手工** **#兴趣爱好变现**  
**#兴趣友好计划** **#和兴趣搭子sayhi** **#兴趣**  
**#小众爱好** **#2025兴趣不打烊** **#兴趣夜校**  
**#兴趣爱好** **#家庭studio** **#今年的追求是网球**  
**#手帐本上过新年** **#带上兴趣出门**  
**#可爱好物** **#有一种兴趣叫吃火锅** **#兴趣体验清单**  
**#色彩收藏家** **#兴趣成长计划**  
**#我的兴趣不小众**  
**#挑战体验100种兴趣**

# 报告 目录

**01 兴趣人群洞察** | 用户生活支点

---

**02 四大热门趋势** | 兴趣生活探析

---

**03 品牌营销见地** | 商业推广建议

---

Part 01.

# 兴趣人群洞察

用户生活支点



# 月均互动上亿，兴趣为各行业注入新动力

千瓜数据显示：相关笔记月均互动达上亿量级、笔记分享量同比增长138%+，商业笔记数增长70%+。涉及行业种草情况：美食占比27.6%位列第一，其次为家居家装16.9%，家电数码、母婴、图书文具均在10%以上，此外覆盖珠宝配饰和运动户外等；笔记分类涵盖玩具、绘画、手账、手工、家居家装、美食饮品、旅游等热门内容，预估互动量达千万乃至上亿量级。

千瓜观点，纵观平台高热内容：现象级潮玩Labubu，话题浏览量2周破亿；手工长居热榜，化身“慢治愈”解药；音乐节带动旅游、服饰、穿搭等多个赛道……兴趣滋养着当代人的精神世界，成为日常生活的重要支点，也与各行各业紧密交融，推动消费市场持续迭代。

## 笔记声量

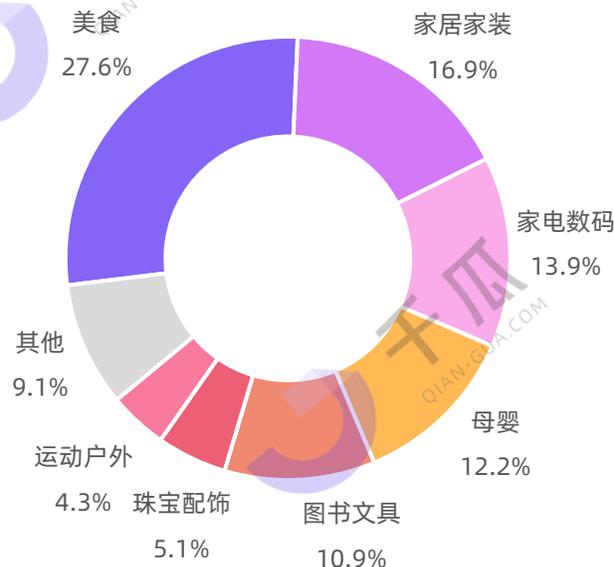
相关笔记月均互动量

亿级

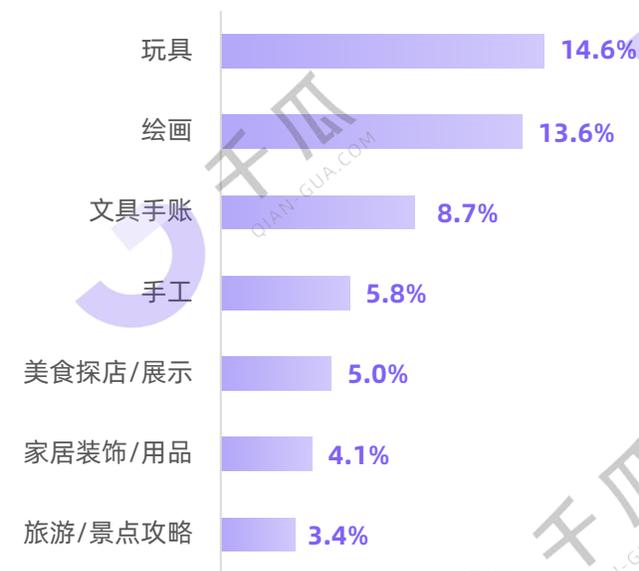
预估商业笔记数

70%+

## 行业种草笔记数占比



## 种草笔记数分类占比



# 青年占比八成，四大风向主导人群心智

用户画像数据显示，18-34岁年龄段占比近八成；女性占比63.4%、男性占比36.6%；一线及新一线城市占比近6成，二线及四线城市占比分别为23.73%和10.17%。人群细分标签出现学生党、爱家控、健身男女、二次元萌宅等；品牌/品类关注度较高的有JELLYCAT、耐克、lululemon、棉花娃娃、手账、文玩等。千瓜观点，“兴趣生活”用户主要为高线城市青年女性，男性、中低线城市也存在可观的市场空间，综合品牌品类偏好和人群标签，小红书用户关注较高的兴趣领域主要为：次元潮玩、手工DIY、国风国潮、运动户外，品牌或可由此打开种草新思路。

年龄分布



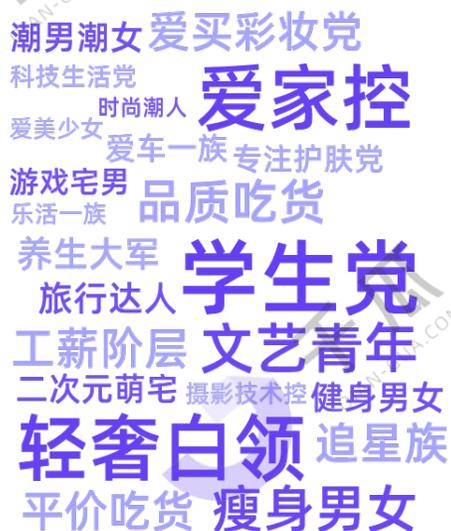
男女占比



城市等级分布

城市等级	新一线	一线	二线	三线	四线
占比	32.20%	27.12%	23.73%	6.78%	10.17%

人群细分标签&品牌品类偏好词云



兴趣生活趋势



- 次元潮玩
- 手工DIY
- 国风国潮
- 运动户外

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2025年1月1日-2025年5月10日小红书“兴趣生活”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 02.

# 次元潮玩

四大热门趋势 - 兴趣生活探析





# 「无痛当妈」，“晒娃”更是“晒自己”

#二次元、#大人也要玩玩具 话题浏览量高达44亿+，“BJD、棉花娃娃、盲盒、毛绒玩具”等热搜词预估互动均达千万级，#毛绒玩具也有生命、#BJD私养 话题浏览量高达1.4亿+，同时涵盖“旅行、穿搭、摄影、吃饭”等热门场景词。

千瓜观点，不论是二次元还是潮玩，都满足了当代人的情感互动需求，也是他们自我关照、自我表达的载体。对年轻人来说，“晒娃、陪伴”不一定要通过结婚生子，赛博“养娃”也能感受养育的快乐，小红书上的用户带“娃”吃饭旅游、为“娃”梳妆打扮，就像重新养育小时候的自己。泡泡玛特、JELLYCAT等品牌正是洞察到这层诉求、成功占领用户心智。品牌可从“养娃”要点（日常清洁、护理）、个性塑造（拟人风格穿搭、妆造）和陪伴（旅游、成长）等日常场景深入展开种草。

## 涵盖热门话题浏览量

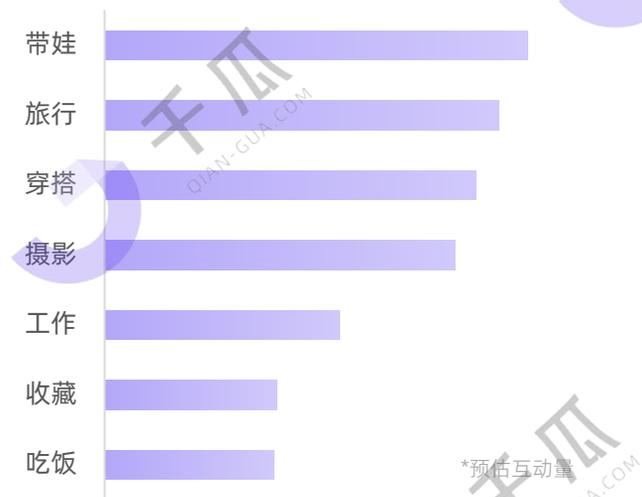


## 涵盖热搜词及热门话题

棉花娃娃  
毛绒玩具 潮玩  
BJD  
手办 娃娃  
玩偶 盲盒



## 种草笔记关键词-热门场景词





Part 02.

# 手工DIY

四大热门趋势 - 兴趣生活探析

# 环保、慢生活、长期主义，DIY展现「生活态度」

一直以来，“手工DIY”都是小红书的高热内容，数据显示，**#手工** 跻身话题总量榜TOP52，浏览量高达18亿+，笔记预估互动量上亿。进一步调研内容，包括：**#纸袋改造**、**#空瓶改造**、**#变废为宝DIY**，麦当劳、溪木源等品牌皆在布局，千赞、万赞爆文频出。种草笔记中，“改造、解压、装修、废物利用”等场景词频现。千瓜观点，手工DIY不仅是年轻人展示个性爱好的方式，也是环保、慢生活、长期主义等生活观念的外化。不难发现，手工DIY已渗透至各行业场景，内容营销形式可参考：**空瓶/空盒改造（彩妆个护）、纸袋/奶茶杯/周边改造（美食饮品）、钩针/编织/串珠（慢时尚服饰）**等；此外，达人布局方面，还可通过手工达人，进行泛关联内容与生活方式种草。

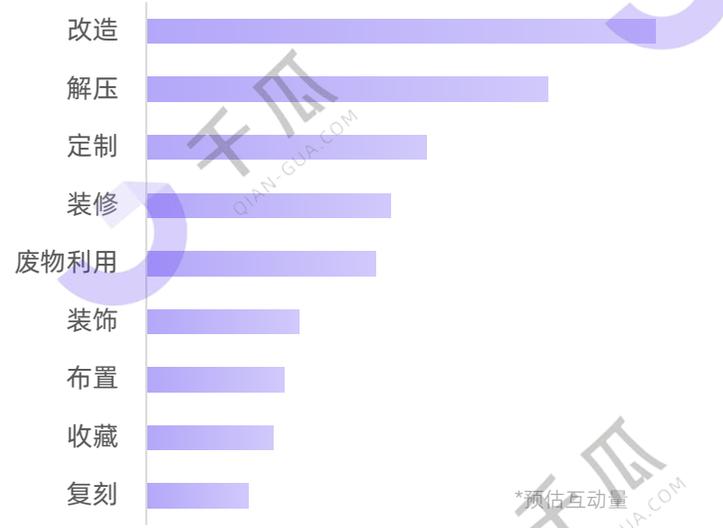
## 涵盖热门话题



## 涵盖热门话题及商业笔记



## 种草笔记关键词-热门场景词



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2025年1月1日-2025年5月10日小红书“手工DIY”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。

# 「微缩景观」高热，醉心童话“小”世界

进一步调研热门话题，**#微缩场景** 浏览量4700万+、同比增长103%+，此外还有**#食玩**、**#娃娃屋** 等高热话题，相关笔记爆文频出；关联热搜词“治愈系”笔记数同比增长112%+、预估互动达千万量级。笔记内容伴随“粘土、微缩娃娃屋、食玩、小挂件、拼装模型、积木、绿植”等热词。

千瓜观点，“小”的魅力在于“安全感、可掌控”，及其带来的“精致、温馨”等心理感受，小红书用户以**低成本、高自由度且能快速完工**的微缩场景，进行自我疗愈，打造童话般的世界。品牌种草可借用“小而美”手工事物，**着重展现沉浸式搭建过程**，运用多种材料和风格（如微缩模型/拼装玩具/微生态景观/娃娃屋...），**精细操作+即时成果反馈**，为用户营造心流疗愈体验，激发产品种草热情。

## 涵盖热门话题及热搜词

### #微缩场景

103%+

浏览量增长

4700万+

话题浏览量

### 治愈系

112%+

笔记数增长率

千万级

预估互动量



#食玩  
千万级

rement米菲兔自然厨房

banana 01-15 8020

达人: banana



#娃娃屋  
千万级

听说你也想有一间模玩屋?

阿拳今天玩什么 03-24 7401

达人: 阿拳今天玩什么

## 种草笔记关键词





Part 02.

## 国风国潮

四大热门趋势 - 兴趣生活探析

# 「唐风」盛行，“精致、华贵”溯源中式浪漫

“国风国潮”相关内容调研结果显示，种草笔记预估互动量达亿级、商业笔记数同比增长60%+；#国风才是顶级浪漫、#汉服走向世界、#中式妆容、#新中式风格的家 等话题浏览量均为千万量级及以上；热搜词“唐风”预估互动量同比增长183%+，品牌投放的唐风金饰、唐风糕点等商业笔记爆文频出。

千瓜观点，热播影视带动下，雍容华贵、精致明艳的“唐风”深受大众喜爱，尤其在服饰、美妆、美食等赛道，唐代精致浪漫的美学调性更契合小红书心智人群，各行业打开种草新思路：美妆个护-唐代复原妆/中式调香，服装-汉服改良/中式配色/女穿男装/丰腴大方，珠宝配饰-唐朝元素/工艺，美食-糕点/美食复刻，家居-精美器物/摆件复刻等，向消费者传递开放包容、自由浪漫的生活态度。

## 涵盖热门话题及热搜词



## 涵盖热门话题



## 小红书商业笔记



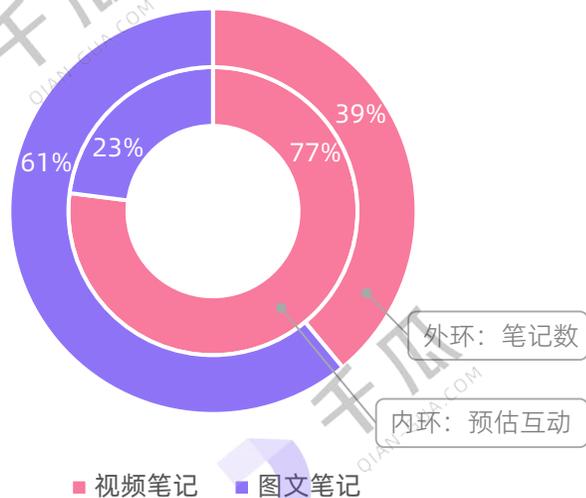
# 「非遗」硬核圈粉，“缠花、螺钿”成新潮流

非遗持续高热，小红书平台官方发起话题 #我在小红书做非遗，同时#非遗 浏览量高达8亿+，相关笔记中，视频笔记数占比39%、预估互动占比高达77%。彝族火草衣、贵州蜡染、河南猴加官等视频笔记单篇点赞高达76万+。笔记关键词中不仅有“扎染、雕刻”等热词，还出现“缠花、绒花、螺钿”等新兴词。

千瓜观点，平台大力推动下，“非遗”成为国潮界顶流。从简单购买到亲身体会感受，年轻人开始关注非遗、民艺背后的故事。建议品牌可从两方面提升种草效果：

- (1) **制作工艺**：以视频形式为主，完整细致地呈现制作过程，选用**低门槛、有美感的非遗项目**（如缠花发饰、螺钿胸针、香囊...），增强用户体验、激发参与兴趣。
- (2) **文化故事**：投放**专业手艺人**，结合当地人民的智慧和审美情趣，同时**关注小众、少数民族非遗**，为用户带来新颖的文化感受，提升品牌人文底蕴。

“非遗”视频、图文笔记占比



涵盖热门话题

#非遗 8亿+

可复美 × 彝族火草衣

达人：江寻千 品牌：可复美 17.6万

#我在小红书做非遗 6700万+

英山缠花

达人：许潇潇 76.3万

河南猴加官

达人：五杜姊 3.5万

种草笔记关键词

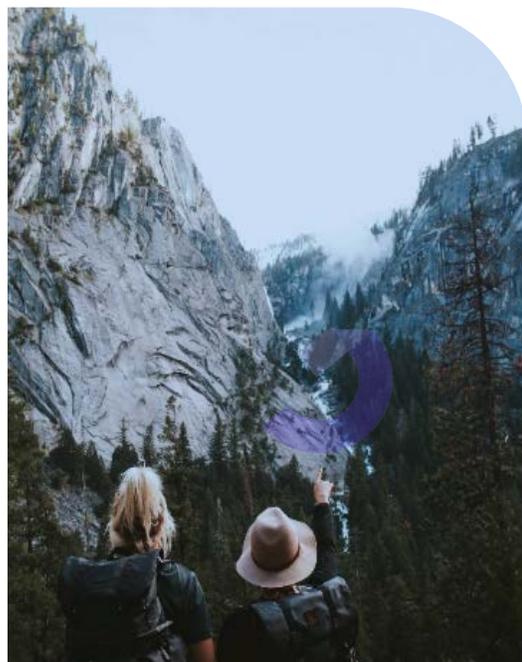


数据说明：基于千瓜在库达人数据抽取样本（抽样数据仅供参考使用），选取2025年1月1日-2025年5月10日小红书“国风国潮”相关笔记预估数据，部分数据已做脱敏化处理，数据来源：千瓜数据。

Part 02.

# 运动户外

四大热门趋势 - 兴趣生活探析



# 青睐「成长型爱好」，健身、滑雪、越野跑高热

“运动户外”兴趣数据显示，#新手健身、#100天运动打卡挑战、#零基础瑜伽入门 等话题浏览量高达8600万+，热搜词TOP150出现“成长、挑战、提升、尝试”等词，预估互动量均为百万级；内容热词涵盖“徒步、健身、滑雪、攀岩、跑山”等，同时频现“高能量、提升气质、增强体质”等关键词。

千瓜观点，运动户外的兴趣源头正是在于“成长”，运动过程的正反馈也容易让人“上瘾”：身体机能或精神力的提升，体态改善带来的自信气质...这种持续“小赢”，能够不断收获掌控感和成就感。针对这个领域的兴趣触达，可借助进阶型运动场景，结合新手教程、目标计划、成长故事等形式，吸引用户关注。

## 涵盖热门话题及热搜词

#新手健身 8600万+

#零基础瑜伽入门

#100天运动打卡挑战 4500万+

#新手羽毛球

\*话题浏览增量



达人：涵姐专业香菜代吃

品牌-练练健身app



达人：王艺研媛Yanyu

品牌-SK-II



达人：铁南崽

品牌-始祖鸟

## 种草笔记关键词

滑雪

健身

徒步

游泳

马拉松

越野跑

网球

羽毛球

攀岩

跑山

## 种草笔记关键词

缓解压力  
精神状态  
塑形 提升精力  
好气色 健康 高能量  
提升气质 增强体质 心肺功能  
减肥 年轻化 美体  
提高代谢

# 「组合式」提升趣味性，成就“精神良方”

调研“运动户外”兴趣生活笔记，“骑行、徒步、跑步、登山”等场景词频现，预估互动增长高达84%+。观察品牌投放爆款商业笔记包括：**骑行+听歌、徒步+赏花、公园+跑酷、登山+露营...**外星人电解质水举办运动嘉年华，合作达人笔记获得万赞。

千瓜观点，对大众生活来说，并不是一味追求身材管理和训练强度，而更希望用“动一动”找回身心的平衡感，**轻松有趣、内容丰富的“组合式运动”**成为他们的“精神良方”。**基于“低门槛+趣味性”，品牌不妨延伸更多运动户外的兴趣形式**，如：溯溪+野餐、骑行+钓鱼、草坪瑜伽+颂钵冥想、公园+跳舞等，用轻松愉快的氛围吸引更多潜在客群。

## 种草笔记关键词-内容词云



\*预估互动量/预估互动量增长

## 品牌商业笔记案例

外星人电解质水

运动嘉年华

**【内容场景】**

- 舞台蹦迪区
- 运动PK区
- 快乐运动集市
- 拍照打卡区

**【品牌声量】** (活动月)  
相关笔记预估互动增长220%+

**【用户热评】**

好喜欢！谢谢外星人

这种活动能多普及吗

笔记互动: 1.3万+  
达人: 刘逗逗不怎么逗

Part 03.

# 品牌营销见地

商业推广建议



■ 综上，“兴趣生活”关系着诸多热门趋势与新兴品类的诞生和演变，也带动着行业市场与消费风向的更迭，千瓜将相关趋势与营销建议总结如下：

- **次元潮玩：**二次元文化正突破圈层、融入大众生活，“吃谷”盛行，品牌可发力热门IP周边、低成本藏品、功能谷，并跨界美妆、家居、文旅等领域，打通虚实场景。「赛博养娃」热潮下，“养育陪伴”成为营销重点，从日常护理、个性塑造及陪伴场景切入，满足Z世代情感表达与自我关照的双重诉求。
- **手工DIY：**手工DIY进化为生活理念与个性表达的新载体，「生活理念」驱动用户需求，涵盖环保、慢生活、长期主义等，品牌需将手工乐趣转化为可持续的消费共鸣。借助「小场景」，以低成本、强反馈和温馨特质制造生活想象，同时可尝试用沉浸式制作过程、传递心流体验。
- **国风国潮：**国潮复兴与非遗体验正重塑消费新场景。「唐风美学」渗透美妆、服饰、家居、美食等领域，品牌不妨借其华贵浪漫的时代特征打开种草新思路。「非遗」从“购买”走向“体验”，品牌可用视频传递工艺文化，投放专业手工艺人、关注地方小众非遗，满足年轻人对文化深度与新鲜感的双重追求。
- **运动户外：**当代人通过运动重塑生活哲学，作为「成长型」爱好，运动以持续的正反馈满足用户对自我突破和掌控感的需求，营销可侧重新手教程、进阶挑战等内容构建“成长陪伴者”角色。在日常出游/趣味活动中融入锻炼的「组合式」玩法，降低运动门槛，通过“运动+”场景，传递健康与愉悦并存的生活主张，吸引更多用户种草。

兴趣爱好已成为当代人对抗现实压力、找回生活意义的重要支点，其投射出的生活方式和价值观念，是品牌链接用户的关键纽带。未来，兴趣生活还将迎来哪些新趋势、新机遇？千瓜与您共同关注~

## 丨 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。

## 丨 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2025年1月1日-2025年5月10日小红书相关笔记、话题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

**铮铮 / ZHENGZHENG**



商务顾问  
156 0602 4569



扫码获取商务咨询与产品支持



扫码关注  
千瓜公众号



扫码关注  
千瓜小红书





千瓜  
QIAN-GUA.COM

# | 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

**CBXDATA**

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