

灵感「入口」

小红书2022年·饮料行业用户洞察报告

产出时间：2022年8月

项目背景

基于小红书饮料行业用户行为与偏好，以站内定量问卷调研形式，调研行业平台价值、博主价值、用户价值等内容。

问卷情况

饮料范围：碳酸饮料、气泡水、乳制饮品、瓶装茶饮、瓶装奶茶、果蔬汁、功能饮料；

投放条件：“最近28天登陆天数超过14天”和“最近14天和美食笔记产生互动”；

筛选条件：筛去近14天没有搜索「饮料」相关内容的用户；筛去年龄12岁以下的用户；

回收情况：回收有效问卷3,079份。

产出团队

小红书商业市场部 x 小红书用研团队 x 小红书数据中台

声明

此报告最终解释权归小红书所有。

Agenda

01



小红书饮料行业用户画像

02



小红书饮料行业平台心智

03



饮料行业的种草与被种草

04



饮料行业的购买与分享



01

小红书饮料行业用户画像

年轻&高线城市 | 覆盖学生党与职场人

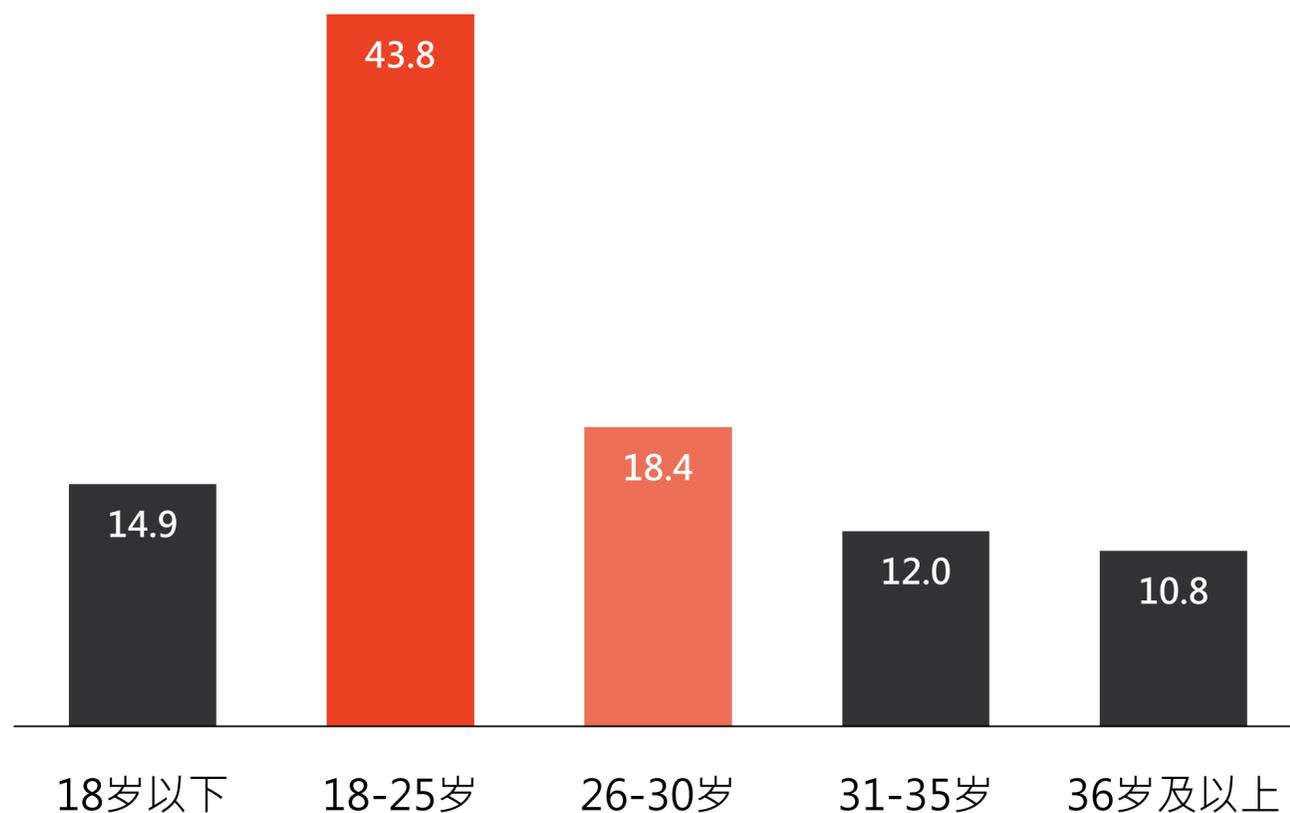
小红书上聚集了大量年轻、高线城市的饮品饮料用户

GenZ (指：95-05年出生的消费者) 是饮品饮料的忠实客群，对饮品饮料的需求较高。

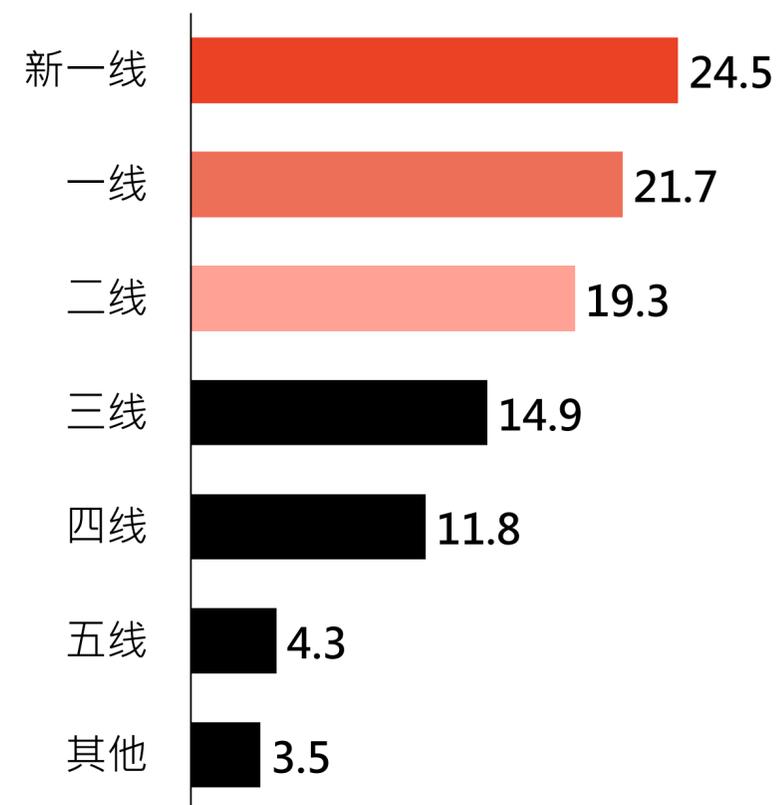
「58.7%用户为GenZ年轻群体」

「68.5%用户为高线城市」

年龄占比情况 (%) (单选)



城市分布情况 (%) (单选)



小红书饮品饮料用户覆盖面较广，兼顾「学生党」和「职场人」

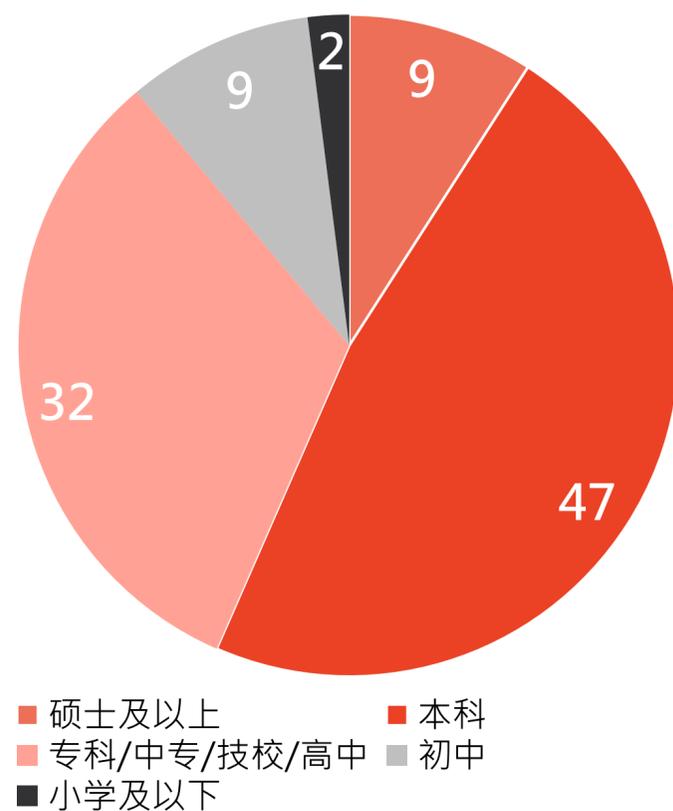
饮品饮料作为日常生活中重要的快消品，有广泛的受众群体，既有在校学生，又有在职工作群体，具有一定的消费力。

「79%用户为大学及以上学历」

「既有学生党，又有职场人」

「32.2%用户月可支配收入超5K」

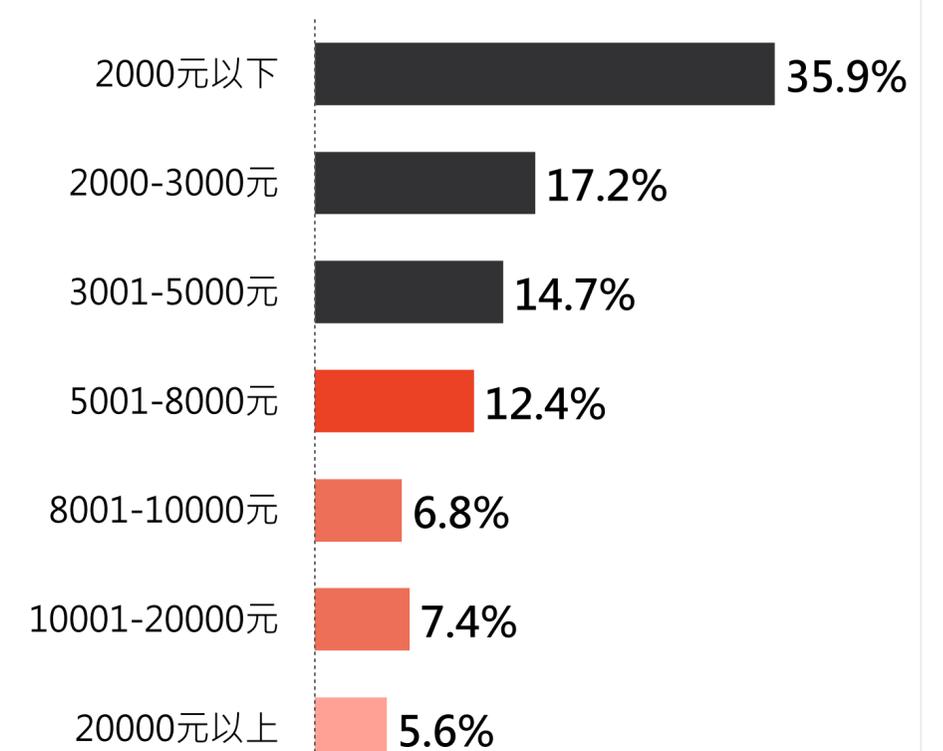
用户学历分布情况（%）（单选）



职业组成情况（%）（单选）



你的每月可支配收入（单选）





02

小红书饮料行业平台心智

消费决策之地 | 细分品类内容丰富

小红书是用户获取新饮料产品内容的「重要渠道」

创意喝法、饮品饮料推荐、新品牌介绍、新产品介绍等大多数内容场景下，小红书平台的用户信任度很高。

「小红书多样化内容，全面覆盖饮品饮料内容与消费全场景」

饮品饮料品牌需要在小红书上经营多种类型的饮料内容（如创意喝法、饮用场景、用户评测、品牌介绍），才能更好的吸引饮料用户，激发购买意愿。

平日，你喜欢看哪些饮品/饮料内容？ (限选3项)	饮品/饮料 创意喝法	场景化、主体性的 饮品/饮料推荐	新品牌、新产品 介绍	用户饮用感受和评 价	优惠购买方式	特色活动	代言人信息	其他信息
样本	N=1200	N=995	N=982	N=980	N=966	N=405	N=245	N=57
小红书	91.5%	76.1%	75.8%	80.5%	53.6%	74.8%	64.5%	63.2%
淘宝/天猫	15.4%	34.0%	36.3%	32.7%	47.5%	37.8%	20.4%	14.0%
京东	3.8%	7.4%	7.6%	7.5%	13.0%	8.9%	4.5%	5.3%
外卖平台(美团、饿了么)	5.9%	14.7%	12.9%	12.8%	26.9%	12.8%	3.7%	3.5%
抖音	43.3%	28.1%	27.7%	25.3%	19.9%	33.6%	34.3%	10.5%
B站	14.8%	7.8%	4.9%	6.3%	2.6%	6.2%	7.8%	7.0%
微博	13.0%	9.5%	10.7%	11.2%	8.2%	21.7%	53.9%	1.8%
微信公众号	4.3%	4.9%	5.2%	2.7%	6.7%	8.4%	4.9%	3.5%
知乎	0.9%	0.5%	0.2%	1.2%	0.6%	0.3%	1.2%	1.8%

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_46102

