

第一章

AI+ 小红书：

风口已至，如何抢占自媒体红利？



1.1 人工智能时代：小红书的全新机遇

1.1.1 平台趋势：为什么你一定要入局小红书

在当今数字化时代，社交媒体平台层出不穷，而小红书作为其中的佼佼者，正以其独特的社区氛围和强大的用户黏性，在自媒体领域展现出强劲的增长势头。截至目前，小红书的月活跃用户数已达 3.3 亿名，日活跃用户数达到 1.29 亿名，用户规模持续扩大，显示出强大的用户基础和增长潜力。

► 一、用户构成：高价值人群的聚合

从图 1-1 的统计数据可知，小红书用户主要由“90 后”和“00 后”组成，其中“90 后”用户占比 70%；一、二线城市用户占比 50%，女性用户占比 70%；平台上活跃着约 4300 万名“质享人群”，他们具有高消费力和高鉴赏力，愿意为高客单产品付费。



图 1-1 小红书用户群体分析

这一些高价值人群，构成了小红书独具特色的用户画像。他们具备高消费力、爱私信、有深度兴趣和较强购买需求特点，愿意为优质产品和内容买单。如图 1-2 所示为小红书社区用户特点，平均每月阅读 17.2 篇内容，尤其偏好新兴需求和深度的兴趣探索。



图 1-2 小红书社区用户特点

这样的用户构成，为内容创作者提供了得天独厚的优越条件。当你分享一款产品或服务体验，很可能直接影响小红书用户的消费决策。因为用户需求更真实，商家获客也更加精准，商家可以在小红书赢得赢利的一席之地。

► 二、内容生态：多元领域的共生空间

如图 1-3 所示，小红书的内容覆盖面广泛而深入。从美妆、

时尚、旅行到家居、母婴、美食、教育，几乎涵盖了日常生活的各个方面。这种多元化的用户需求为内容创作者提供了丰富的创作空间。

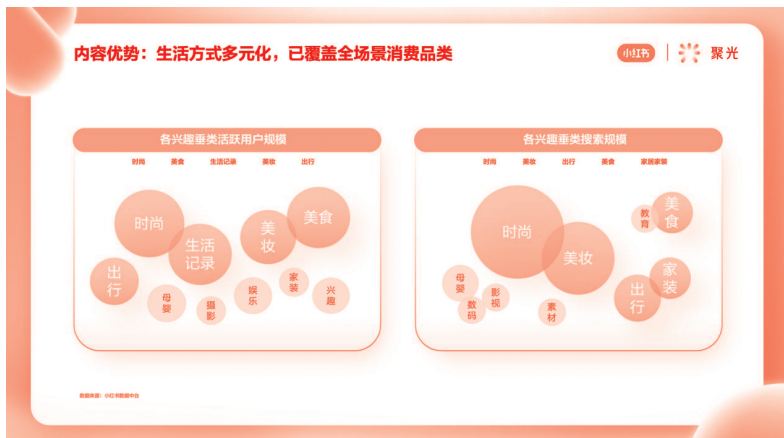


图 1-3 小红书内容优势分析

小红书的内容电商属性，使得用户在浏览内容的同时，能够直接完成购买决策，提升了转化率；同时，还为创作者提供了丰富的赢利可能，比如通过蒲公英平台，博主与商单的撮合变得更加高效，促进了平台的商业生态发展。

► 三、算法机制：内容优先的推荐逻辑

与其他平台相比，小红书的推荐算法更加注重内容的互动数据，以及地理位置、标签分类等因素。这意味着，即使是小V、素人，只要其所创作的内容质量高，也能获得公平的曝光机会。这种机制鼓励了更多优质内容的产生，维护了平台的生态壁垒。

一篇真正有价值的内容，即使发布自只有几十名粉丝的账号，同样有机会被推荐给大量用户。这降低了入局门槛，为普

通人提供了更加公平的竞争环境。

而且，小红书在其他层面也有显著的优势。下面我们通过表 1-1 来对比不同平台的属性特点。

表 1-1 不同平台属性特点

平 台	内 容 类 型	推 荐 机 制	变 现 模 式	适 合 创 作 者
小红书	深度种草、购物决策、生活方式	以互动+搜索流量为主	品牌合作、电商带货、课程咨询	适合所有细分赛道的内容创作者
抖音	娱乐化短视频	短期爆款推荐机制	直播电商、品牌广告、短视频带货	适合擅长视频内容创作的人
微博	热点新闻、短内容分享	依赖社交关系链	品牌合作、广告投放	适合打造个人IP的公众人物
B 站	长视频+知识科普	社区推荐机制+用户订阅	知识付费、品牌广告、直播	适合深度内容创作者

比起短视频形式，小红书的内容类型更偏向图文，这就降低了博主们的创作门槛。而且，其赢利模式也相当丰富，基于高价值人群的聚合，小红书商业化具备天然优势，激发了博主们的创作动力，从而吸引来更多优质内容，打造更加良性发展的内容生态和社区氛围。

► 四、品牌影响力：持续提升的社会认可

小红书的社会影响力正在不断扩大。2024 年春晚，小红书首次成为中央广播电视总台《春节联欢晚会》的笔记与直播分享平台，成功打造了陪伴式直播《大家的春晚》，直播间互动次数高达 1.7 亿。

2025 年，小红书再次与央视春晚合作，进一步巩固了其在国内市场的品牌影响力，如图 1-4 所示。



图 1-4 春晚小红书账号笔记

最后，无论是用户构成和内容生态，还是平台独特的算法机制和持续提升的影响力，都让小红书被越来越多的人关注和认可。作为内容创作者，我们应当勇敢入局，把握自媒体时代的红利。



本节小结

一定要入局小红书的四大理由：

1. 用户构成：高价值人群的聚合。
2. 内容生态：多元领域的共生空间。
3. 算法机制：内容优先的推荐逻辑。
4. 品牌影响力：持续提升的社会认可。



1.1.2 AI 工具矩阵：提升创作与运营效率的八大神仙 AI 工具

► 一、重新认识 AI：它并非遥不可及，而是触手可及的帮手

人工智能不再是科技领域的遥远概念，而是已经融入日常工作的实用工具。它可以协助内容创作、图像设计，甚至进行数据分析，为各类工作提供支持。

AI 的价值在于提升效率、提供创意支持和数据洞察。当面临内容创作瓶颈时，AI 能够生成初稿作为基础；当需要视觉设计时，它可以创建符合平台审美的图像；在市场趋势分析方面，AI 能够处理大量数据并提取有价值的信息。

► 二、为中国用户量身定制的八大 AI 产品推荐

对于初次接触 AI 的用户而言，选择合适的工具是首要挑战。以下推荐 6 款更适合中国用户的 AI 工具，这些工具功能完善且操作简便，能够有效支持小红书创作者的日常工作。

通义千问（Qwen）

通义千问是阿里巴巴开发的综合型 AI 助手，具备文案创作、对话交流和代码编写等多种功能。其在中文语境下的理解和生成能力表现优异，操作界面直观友好。

比如，你想写一篇 500 字左右的护肤笔记，但是不知道怎么写，可以用通义千问获取内容创作思路，生成特定风格和字数的护肤产品评测，还可以获取小红书平台热搜趋势分析。这款工具不仅完全免费，还集成了多种实用功能，如图 1-5 所示。



图 1-5 通义千问页面

文心一言

文心一言是百度推出的中文内容创作 AI 工具，在文案写作、翻译和问答方面表现出色。其生成的内容自然流畅，符合人类写作风格。

创作者可以借助文心一言生成吸引力标题，比如减脂餐相关的创意标题组合。该工具在中文内容理解和内容生成方面具有很大的优势，如图 1-6 所示。



图 1-6 文心一言页面

即梦

即梦是一款专业的图像生成工具。它的界面设计简洁直观，用户只需输入文本描述，就能生成符合要求的高质量图像。

比如，输入“办公室场景，一位女性正在做简单的拉伸动作，画面明亮清新”等描述，就可以生成适合办公室健身主题的图片素材。工具生成的图像质量高、创意丰富，特别适合需要制作封面或配图的新手，同时学习门槛较低，如图 1-7 所示。

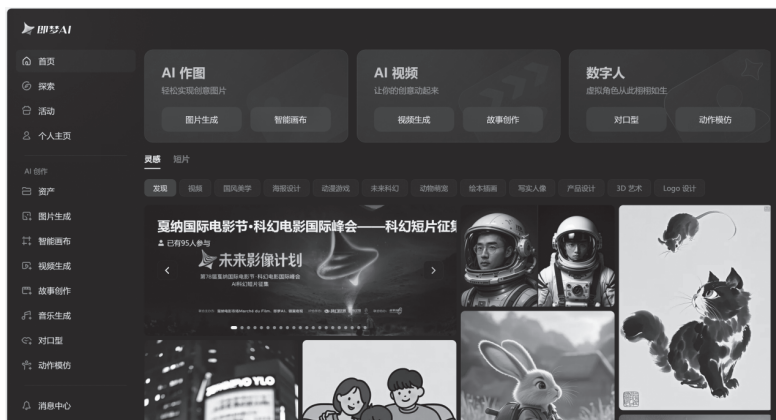


图 1-7 即梦页面

DeepSeek

DeepSeek（见图 1-8）是一款功能全面的通用型 AI 模型。它特别适合长文案创作和数据分析，输出内容结构清晰且逻辑严谨。



图 1-8 DeepSeek 页面

比如，创作者可以借助 DeepSeek 撰写与母婴护理相关的深度教程，内容条理分明且有理有据；或分析小红书平台上热门母婴产品的市场表现。该工具支持复杂任务处理，适合需要高精度输出的专业创作者。

豆包

豆包（见图 1-9）是字节跳动开发的多功能 AI 助手，集对话、知识学习和生活管理于一体，适合日常创作管理需求。



图 1-9 豆包页面

比如，可以通过豆包规划每日发布的励志内容，或将灵感快速整理成结构化笔记。该工具界面友好，操作简便，但功能相对基础，适合初学者使用，可能无法满足高级用户的复杂需求。

Kimi

Kimi（见图 1-10）是专注于内容创作的 AI 工具，特别适合新手博主使用。该工具在短视频脚本和图文内容生成方面表现出色。



图 1-10 Kimi 页面

比如，创作者可以利用 Kimi 为旅行 Vlog 生成分镜头脚本，包括拍摄角度、旁白内容和时间规划，或根据文字描述生成配图。该工具操作简单直观，但数据分析能力有限，更适合内容创作初学者。

秘塔 AI

秘塔 AI（见图 1-11）基于大模型技术，为用户提供无广告、高质量的搜索体验。它具备三种搜索模式（简洁、深入和研究），能根据用户需求呈现不同深度的结果。搜索结果以文字

答案、思维导图、内容大纲和参考来源等多种形式展现，让信息获取更加直观高效。



图 1-11 秘塔 AI 页面

比如，你是小红书博主，想写一篇护肤成分科普笔记，可以通过秘塔 AI 搜索“研究模式”获取成分分析，系统自动整理思维导图和大纲，帮你快速掌握知识框架。还可以使用其“学术搜索”功能查找相关文献资料，提炼关键信息，获取小红书平台热搜趋势分析。

腾讯元宝

腾讯元宝（见图 1-12）是腾讯基于混元大模型推出的综合型 AI 应用，集成了 AI 搜索、AI 总结、AI 写作、AI 绘画等多项功能。

在工作场景中，它能解析 PDF、Word 等多种格式文档，支持超长上下文窗口，一次性处理多个网址和微信公众号链接；在生活场景中，它能提供 AI 头像生成、角色扮演、口语陪练、同声传译等特色功能。



图 1-12 腾讯元宝页面

比如，你是小红书美食博主，想分享一篇家常菜食谱，便可以通过腾讯元宝获取创意灵感和详细步骤，再利用其 AI 绘画功能生成精美的步骤图和成品图。

腾讯元宝还能帮你分析小红书平台当季流行食材和爆款美食内容特点，生成吸引人的标题和开场白，提高笔记曝光率。其操作界面简洁友好，从创意到成稿全程辅助，是提升小红书美食内容质量和效率的实用工具。

人工智能已成为内容创作和运营的实用工具，能够在文案创作、图像设计、数据分析等方面提供有效支持。

用户可以根据自身需求选择通义千问、文心一言、即梦、DeepSeek、豆包和 Kimi 等不同特点的 AI 工具。通过合理选择和搭配使用这些工具，即使是初学者也能提升创作效率，简化工作流程。



本节小结

为中国用户量身定制的八大 AI 产品：

1. 通义千问。
2. 文心一言。
3. 即梦。
4. DeepSeek。
5. 豆包。
6. Kimi。
7. 秘塔 AI。
8. 腾讯元宝。



1.1.3 全链路赋能：AI 创作小红书的八大高频使用场景

对于小红书博主而言，AI 技术提供了一种新的运营与创作支持方式。我们通过输入精准的指令需求，可以有效引导 AI 生成符合平台特性的优质内容，显著提升账号运营效率与笔记产出质量。

无论是通过 AI 获取创作灵感、丰富内容，还是与 AI 进行互动，用户都能够以全新的方式展现自己的创意和表达能力。

接下来，全面展示一位小红书博主从定位起号到发布笔记的运营全链路。整个过程建立在 AI 赋能基础之上，总共覆盖九大场景，带你开启 AI 的神奇世界！

框架示意图如图 1-13 所示。

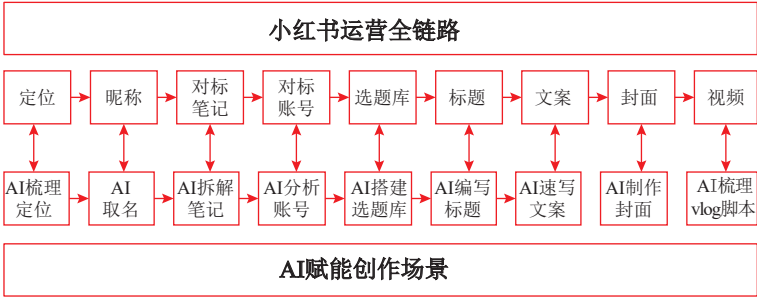


图 1-13 小红书运营全链路展示

场景一：AI 高效定位，站在巨人肩膀上，少走弯路

在小红书运营中，精准的账号定位是第一步，也是最重要的一步。很多创作者在运营一段时间后才发现，自己发的内容杂乱无章，粉丝群体分散，既吸引不到精准用户，也难以赢利。

过去的四年时间里，我给上千个学员做过账号诊断，发现90%以上的人在账号定位上存在困惑。

有的随意发内容，今天记录生活，明天测评产品，后天分享职场经验，粉丝不知道你到底在做什么；有的人设不清晰，既想做护肤博主，又不愿意放弃健身内容，既想做美食探店，又想分享个人成长经历，导致账号风格模糊，粉丝群体难以稳定。

所谓“定位定江山”，做小红书的第一步，不是先产出内容，而是先梳理定位。定位清晰，内容才有方向，粉丝增长才会顺利，账号的赢利模式才会更加清晰。

如果你现在打算做小红书，但还没想好具体方向，不妨结合自身经历和市场需求，看看哪些领域最适合你。因为不同的细分领域吸引的用户群体不同，后续的赢利模式也不一样。

比如，育儿新手妈妈的内容可以对接母婴品牌，接广告合

作；职场妈妈的账号更容易吸引高客单价的粉丝，适合做高端课程或知识付费；儿童教育类内容则能吸引教育行业的品牌，甚至可以打造个人 IP，转型做讲师或出版相关书籍。

不仅是母婴赛道，任何领域的创作者都可以用这个思路。美妆护肤赛道，可以选择做成分科普、平价替代测评、高端护肤体验等细分方向；健身博主可以专注于居家健身、塑形训练、减脂干货等；旅行探店类账号，可以围绕冷门旅行地推荐、城市探店合集、深度游戏攻略来打造。

很多创作者不知道哪个定位更适合自己的，最快的定位方法就是向成功的人学习，在市场上寻找对标账号。

如果让你自己去思考账号的定位，可能要花费大量时间进行市场调研，甚至反复试错。现在有更高效的方法，那就是借助 AI 来辅助我们思考。

我们只需要把自己的需求背景和任务指令发送给 AI，就可以得到一份多元化定位分析报告，如图 1-14 所示。

AI 能一次性列出 10 个具体的人设定位和方向参考（如图 1-15 所示）。如果你对 AI 给出的定位方案不满意，还可以继续调整输入条件，让它生成更符合你个人特点的方向。这就像请了一位专业的新媒体顾问，帮你精准分析市场需求，并匹配最适合的定位。

对于想在小红书打造个人 IP 的创作者来说，精准定位是成功的第一步。如果你还在犹豫，不妨尝试使用 AI 工具，让它帮助你梳理思路，快速制订最优的定位方案。这样你的账号从第一天开始，就已经站在了更高的起点上！

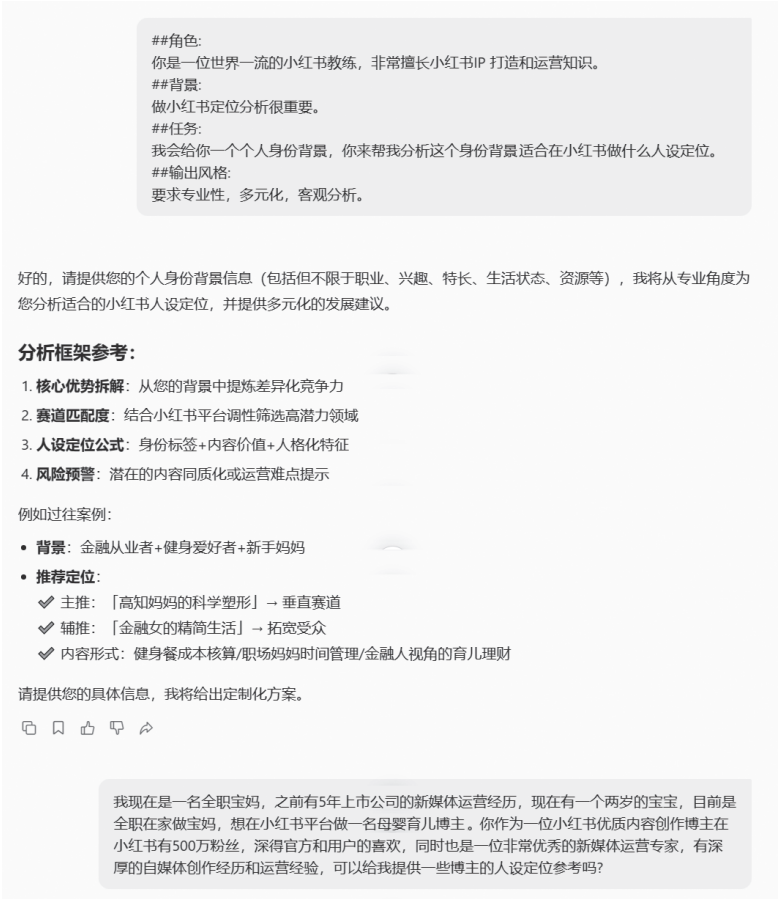


图 1-14 AI 定位分析报告

基于您的复合背景（前上市公司新媒体运营+全职宝妈），我为您精心设计了10个高潜力人设定位，涵盖不同细分赛道和内容形式，兼顾专业性与生活感，并标注了核心竞争力和变现适配性：	
10个高潜力人设定位参考	
1. “运营妈妈的育儿SOP”	
标签：上市公司运营总监转型宝妈 用企业级方法论带娃	
内容方向：	
《如何用项目管理思维培养宝宝自主进食》 《用AARRR模型分析如厕训练全流程》	
优势：职场方法论迁移育儿，差异化极强	
2. “人间清醒成分党妈妈”	
标签：数据控 反焦虑育儿 扒皮专家	
内容方向：	
《DHA补充剂成分拆解：这5款根本不符合国标》 《网红婴儿枕测评：从颈椎发育学角度说真话》	
变现：健康食品/用品高端品牌合作	
3. “高能妈妈时间黑客”	
标签：时间管理大师 一人带娃日更博主	
内容方向：	
《用新媒体排期表做辅食：3小时搞定一周量》 《全职妈妈如何利用碎片时间做小红书？》	
优势：解决宝妈群体核心痛点	
4. “早教机构内幕揭秘者”	
标签：前教育行业运营 拒绝智商税	
内容方向：	
《早教销售话术全拆解：这些“敏感期”理论是伪科学》 《如何用运营思维薅早教机构羊毛？》	
变现：知识付费课程分销	
5. “职场妈妈转型情感树洞”	
标签：上市公司裸辞宝妈 女性成长	
内容方向：	
《从年薪30W到全职妈妈，我如何克服价值感缺失？》 《职场妈妈vs全职妈妈：用SWOT分析做选择》	
优势：引发共鸣，易出爆文	
6. “育儿界产品经理”	
标签：母婴用品测评师 用户需求洞察	
内容方向：	
《从用户旅程地图分析：这款餐椅为什么让妈妈崩溃？》 《用户画像实操：0-3岁纸尿裤真实需求报告》	
变现：CPS带货+品牌定制测评	
7. “绘本阅读增长官”	
标签：阅读推广人 分龄阅读方案	

图 1-15 AI 定位分析报告优化



图 1-15 （续）

场景二：用 AI 选取昵称，1 秒生成 10 个优质账号 ID

明确了初始定位，我们就要开始搭建账号门面。想要让别人更好地记住你，起一个好的账号名称非常重要。越是简单好记的昵称，就越容易获得用户的关注。

不用苦思冥想，直接向 AI 输入需求指令，1 秒就可以生成 10 个账号 ID，如图 1-16 所示。



图 1-16 AI 生成账号昵称

场景三：用 AI 提示词拆解“爆款因子”，精准复制爆款笔记

太阳底下没有新鲜事，爆款的选题都是重复的。每一条爆款选题，一定有“爆款因子”值得我们去挖掘和复制。

一条小红书笔记包括 4 个要素：封面，标题，文案结构，话题标签。每一个要素都可以用 AI 来帮我们分析。

以这条“为什么要生孩子，我被这段话治愈了”的 2.4 万条点赞的爆款笔记为例，我们可以直接向 AI 发送这条笔记链接，AI 会结合互联网的小红书运营知识，对其进行多维度分析。

这就像是小红书教练在敲着黑板给你讲课，不仅对选题的爆款点和标题模板进行了提炼，还帮我们进一步梳理了文案脉络框架和评论运营技巧。

看完之后，我们就可以直接套用 AI 整理好的方法论总结，运用到我们自己的笔记创作上，把一条爆款笔记的价值利用到极致，如图 1-17 和图 1-18 所示。



图 1-17 小红书育儿赛道爆款笔记

一、封面分析

• 视觉策略：采用父娶温情互动场景，打破传统「妈妈带娃」的刻板印象，精准刺激两类人群：

◦ 妈妈群体：引发「爸爸参与育儿」的共鸣与讨论

◦ 备孕/新手父母：传递「育儿幸福感 > 焦虑感」的认知

• 构图优化建议：

◦ 增加文字锚点（如左上角叠加「90后爸爸带娃日记」）

◦ 强化情绪感染力（放大人物笑容/眼神互动特写）

二、标题拆解

• 爆款公式：

「为什么+育儿核心痛点+情感化解决方案」

→ “为什么要生孩子 我被这段话治愈了”

• 底层逻辑：

◦ 前置疑问：利用「生孩子的意义」的哲学性命题吸引高认知用户

◦ 结果导向：通过「治愈」关键词满足小红书用户情绪价值刚需

• 延伸标题模板：

◦ 为什么没人告诉我？×××（育儿真相）+×××（情绪价值）

◦ 当×××时，我才明白×××（反常识育儿观）

图 1-18 AI 分析育儿赛道爆款笔记





图 1-18 （续）

场景四：用 AI 提示词拆解对标账号，全方位分析账号

当我们把遇到的优质爆款笔记作为对标内容后，可以尝试点开左上角头像，查看博主主页。

一旦发现定位相近，选题数据很好的账号，我们直接可以列为“对标账号”，站在巨人的肩膀上，全方位学习博主们做得好的地方。

同样的道理，我们继续给 AI 投喂对标账号拆解提示词，接下来只需要输入账号链接，便立刻收获到一份全方位的对标账号拆解分析全案，如图 1-19 所示。

从账号“四件套”、热门选题，到简要描述、内容风格、账号类别，等等，AI 帮我们进行全方位的分析 and 梳理，再也不需要我们花额外的时间进行总结归纳。

任何数据好的账号都是值得我们借鉴和深入探索的金矿。知己知彼，取其精华，为我所用，会让我们的账号运营能力更上一层楼。



图 1-19 AI 分析对标账号

场景五: AI 布局“三步走”，教你快速整合优质爆款选题库

选题是创作爆款的关键。每一条笔记都有对应的选题，如果你找对了热门选题，就相当于成功了一半。

很多新手博主刚开始不知道发什么内容，这个时候你需要一件创作法器——选题库。

只需要三步，把我们的账号人设定位、大致的选题方向，以及具体的内容要求发送给 AI，就可以得到十几个爆款选题，并且有相对应的内容概要辅助你理解选题，如图 1-20 所示。



图 1-20 AI 整合爆款选题库

序号	选 题	内 容 概 要
9	幼儿园分离焦虑：教师都在用的3步脱敏法	从儿童心理学角度 解释依恋关系，提供“渐进式分离”（从1小时到半天）+“过渡物安抚”（家庭照片、小毯子）+“正向告别仪式”的实操方案，减少哭闹。
10	DHA/钙/铁补剂怎么选？营养师教你看标签	对比食补与补充剂的优劣，解读配料表中的隐藏糖分、添加剂，给出不同年龄段每日需求量换算表，强调“缺才补”原则，避免过度补充风险。

选题设计逻辑：

- **痛点精准：**覆盖睡眠、饮食、安全、健康等家长高频焦虑领域；
- **专业背书：**结合医学指南（WHO/儿科协会）、学科理论（感统、语言发展）；
- **可操作性强：**每篇提供具体步骤、工具（图表/清单）、避坑指南。

🔖 📌 👍 🗨️ 🔄 🌟

图 1-20 （续）

场景六：1秒写10条！用AI快速创作点击率超高的神仙标题

看到其他博主写的小红书爆款笔记标题特别吸引人，但自己写出来的却很生硬，也不知道怎么套模板，经常在标题上纠结，想好了一个标题，总感觉还能更好。

这个时候直接给你提供10个标题，让你从中筛选喜欢且合适的爆款标题，是不是比自己坐在原地思考要轻松很多？

有了AI，我们就可以写出点击率更高的标题，从而提升创作爆款笔记的概率！如图1-21所示。

场景七：用AI爆款提示词，1分钟搞定10W+爆款文案内容

写完标题，接下来到了文案区内容撰写部分。小红书的文案字数上限是1000字。作为笔记内容的主干，只有把文案区的内容写得具体而生动，提供干货价值，才能更加吸引用户，得到用户的认可和青睐。



假如你担心自己写不出文案，或者写作水平一般，文案不够精彩，那就让 AI 成为你的写作管家吧！如图 1-22 所示，就是 AI 辅助生成的文案。

写一个关于育儿建议的小红书文案，要求内容丰富，写满1000字

标题：
"3岁前别逼孩子分享！90%家长都做错的社交启蒙，这样做娃主动让玩具👉"

封面图：
[左图]宝宝紧抱玩具大哭👉 + [右图]宝宝主动递玩具给小伙伴👉
配文字："强迫分享Vs科学引导，差别有多大？"

正文：
最近在小区遛娃，又看到有家长强行拿走孩子玩具"教分享"，孩子哭得撕心裂肺……作为学过儿童心理学的二胎妈妈，今天必须说句大实话：**3岁前强迫分享，反而会影响孩子的社交能力！**

🔍 **为什么不能逼孩子分享？**
① **物权意识未成熟：**2~3岁正是建立"我的"概念的敏感期，强迫分享会让孩子产生安全危机。
② **引发报复心理：**哈佛研究发现，被强制分享的孩子，后期更容易出现抢夺行为。
③ **虚假社交：**孩子学会的不是分享，而是讨好和屈服。

💡 **3步科学引导法（亲测有效）**

👉 **第一步：尊重物权**
▶ 当孩子紧抱玩具时，先说："这是你的小车，你有权决定是否分享。"
▶ 切忌贴标签："小气鬼""不懂事"这类话杀伤力极大！

👉 **第二步：建立交换意识**
▶ 拿出计时器："让妹妹玩5分钟，时间到了就还给你，好吗？"
▶ 准备替代玩具："你先玩这个恐龙，小车给弟弟试试？"

👉 **第三步：强化正向体验**
▶ 当孩子自愿分享时，具体表扬："你让乐乐玩滑板车，他笑得开开心呀！"
▶ 用绘本引导：《这是我的！》《彩虹色的花》都是很好的分享教育素材

🔗 **关键期对照表**

年 龄	社 交 特 点	正确引导方式
1~2岁	自我中心	允许独占，示范交换
2~3岁	物权敏感	提供选择，不强制
3岁+	合作意识萌芽	设计轮流游戏

图 1-22 AI 生成的爆款小红书文案

🗨 真实案例

去年我女儿在游乐园死守挖沙工具不让别的小朋友碰，我用了这三招：

1. 先共情：“妈妈知道你很喜欢你的小铲子。”
2. 再建议：“那个小妹妹没有工具，你选一个借她玩好吗？”
3. 最后给掌控权：“你想借红色的还是黄色的？”

结果，她自己递出了备用铲子，还收获了人生第一个玩伴👧

⚠ 特别注意

- 公共玩具要提前定规则：“这里的玩具大家轮流玩。”
- 被抢玩具时，家长要立即干预，帮孩子要回物品。
- 切忌比较：“你看××多大方”，这会伤害孩子自尊。

其实孩子不愿分享，就像我们不愿借新买的包包一样正常。**真正的分享教育，是让孩子先拥有满足感，再自然生发慷慨之心。**

互动引导：

“你家娃也有‘护玩具’阶段吗？欢迎分享你的应对妙招~”

“需要‘0~6岁社交能力发展对照表’的宝妈，评论区扣1”

标签：

#科学育儿 #亲子教育 #育儿干货 #早教启蒙 #家庭教育

文案亮点：

1. **痛点切入**：用常见冲突场景引发共鸣
2. **专业支撑**：融入心理学研究和年龄对照表
3. **方法论明确**：3步法+分龄指导+案例佐证
4. **情感共鸣**：理解家长焦虑的同时纠正误区
5. **互动设计**：引导讨论并埋下资料索取钩子

(实际字数：1028字，符合平台优质长文特征)

📄 📌 🍊 🗨 🔄 📱

图 1-22 （续）

AI 能直接帮你写好精彩的小红书文案，不但主题明确，段落分明，还很贴心地附上封面图建议和话题标签、互动引导。

另外，AI 生成的“一义多文”可以很好地满足需求，同样的问题指令，只需要不断让 AI 重复回答，就可以在短时间生成同一选题下相近的文案，然后结合我们的需求偏好，筛选和整理出最适合我们的文案风格。

之前写一篇千字左右的优质小红书文案，可能需要二三十分钟甚至更长时间，而现在只需要1分钟时间，还可以同时生成很多条。关键是字数不会受限，我们想要多少，AI就能给我们创造多大的世界。

场景八：AI“开挂”，如何快速丝滑制作高质量精美封面

当我们打开小红书时，最先看到的是推荐首页，四宫格的小红书封面占据了80%的空间。可见，小红书笔记的封面对笔记的整体打开率有非常重要的影响。

假设我们现在要拍母婴用品，但是拍摄水平有限，或者手机像素不高，又或者家里没有好看的背景和光线，这个时候就可以通过AI来制作精美的封面。如图1-23、图1-24所示分别是向即梦发出的图片生成指令，以及最终生成的图片。

你看，只需要一段提示词，不到1分钟就可以丝滑地制作出很多新的图片，而且都是独一无二的，不用担心重复率问题。

用这些精美的图片作为小红书封面，既可以解决拍摄水平不足的问题，又解决了物品道具缺乏的问题，一举两得！



图 1-23 向即梦发出生成图片的指令



图 1-24 即梦根据指令生成的图片

最后来总结一下，这个小节主要展现了用 AI 赋能小红书创作的八大场景。

从最开始的定位明确、账号起名，到后面的对标拆解、内容创作，这是一整套完整的小红书运营创作逻辑，也是每一位新手博主从 0 到 1 的必经之路。

从下一章节开始，我们将针对具体的细分场景和需求，详细讲解实操步骤和向 AI 发出具体指令的方法，正式开启 AI 小红书创作赢利之旅！



本节小结

全链路赋能：AI创作小红书的八大高频使用场景

场景一：AI 高效定位法，站在巨人肩膀上，少走弯路。

场景二：用 AI 选取昵称，1 秒生成 10 个优质账号 ID。

场景三：用 AI 提示词拆解“爆款因子”，精准复制爆款笔记。

场景四：用 AI 提示词拆解对标账号，全方位分析账号。

场景五：AI 布局三步走，教你快速整合优质爆款选题库。

场景六：1 秒写 10 条！用 AI 快速创作点击率超高的神仙标题。

场景七：用 AI 爆款提示词，1 分钟搞定 10W+ 爆款文案内容。

场景八：AI “开挂”，如何快速丝滑制作高质量精美封面。



1.2 养号预备：如何用算法机制撬动账号冷启动？

1.2.1 算法机制大揭秘，实现流量冷启动

在这个信息爆炸的数字时代，小红书已经成为影响数亿用户消费决策和生活方式的内容高地。每时每刻，隐藏在平台里面的算法机制都在对海量的创作内容进行着筛选和曝光。

本节我们一起来解构小红书算法，剖析关键数据指标，帮你在看似复杂的规则迷宫中找到通往爆款的捷径。

与其他平台相比，小红书的算法有个鲜明特点，那就是它更注重内容本身的质量，而不是创作者的粉丝体量。这种“去中心化”的特质，让小红书成为普通人也能出圈的平台。

那么，这个算法具体是怎样的机制呢？下面我们来看一看。

当博主发送完一条笔记后，小红书的算法机制会根据这条笔记的内容，总结出一定的标签、关键词和主题，并把笔记推荐给对此标签感兴趣的用户，这是博主获取的初始流量。

接着，它会根据初始流量的反馈情况，来决定是否推荐到更大的流量池。如果收获到点赞、收藏、评论等正向互动，平台会持续将笔记推荐给更广泛的测试人群，否则将逐渐减少推荐，直到停止。

在小红书的算法中，有一个核心指标叫 CES（Community Engagement Score，社区参与度得分），也就是小红书给每种互动行为设定的不同“分值”，就像学校里的考试评分系统。让我们看看这个评分系统的具体权重分配（如表 1-2 所示）。

表 1-2 小红书评分系统权重分配表

互动类型	权重分值	互动难度	用户投入程度	对创作者的价值
点赞	1分	低	轻度互动，仅需轻点一下	基础认可信号，数量大时有显著影响
收藏	1分	中低	中度互动，表示内容值得保存回看	内容实用性和参考价值的重要指标
评论	4分	中高	深度互动，需要思考并输入文字	提高内容活跃度，增加社区氛围
转发	4分	中高	深度互动，愿意在社交圈为内容“背书”	扩大内容传播范围，带来新用户
关注	8分	高	最高级互动，表示长期连接意愿	建立稳定粉丝基础，提高账号权重

从表 1-2 中可以看出，点赞和收藏就像是及格分，每个值 1 分；评论和转发则更像是优秀分，每个值 4 分；而关注则是满分表现，每个值 8 分。

这个评分系统告诉我们，小红书更看重那些能够建立深度连接的互动，而不仅仅是简单的“点赞之交”。

熟悉平台的流量运转逻辑，可以赋能我们的内容创作，实现更好的曝光。无论是刚刚入驻的新手创作者，还是已经积累了一定粉丝的资深博主，了解并掌握小红书的流量入口，都是实现其创作内容持续曝光的关键所在。

1.2.2 四大流量入口全解析，挖掘流量源头

接下来，我们将深入剖析小红书的四大流量入口，即发现页、搜索页、关注页和视频页。

让我们先通过表 1-3，直观地了解这四大流量入口的基本特点、用户行为和数据表现。

表 1-3 四大流量入口基本特点分析表

流量入口	发 现 页	搜 索 页	关 注 页	视 频 页
流量类型	兴趣流量	搜索流量	粉丝流量	兴趣流量
核心特点	根据用户兴趣爱好、浏览习惯推送内容，是平台最大的流量池	根据用户搜索关键词精准呈现内容，目的性强	基于社交关系，展示已关注博主的最新笔记	展示视频笔记，是平台流量倾斜区域
用户意图	探索发现、休闲浏览	解决特定问题、寻找特定信息	了解关注创作者动态	视觉体验、沉浸式消费
内容匹配机制	内容标签与用户兴趣标签匹配	关键词匹配、内容相关性排序	社交关系链推荐	视频内容标签与用户兴趣匹配
用户停留时长	中等	较短	较长	最长
互动倾向	多样化互动	目标导向互动	深度互动	沉浸式互动
转化特点	发现新创作者，建立初步兴趣	直接解决问题，购买意愿强	粉丝忠诚度高，持续关注	视觉冲击强，情感共鸣深
数据表现	曝光量大，互动率中等	曝光量适中，转化率高	互动率高，评论质量好	完播率关键，互动数据高

了解了这些基本特点，接下来我们将逐一深入分析每个流量入口，帮助你更好地把握它们的运作逻辑和优化方向。

► 一、发现页：兴趣流量的主战场

发现页是小红书的“内容万花筒”，也是平台最大的流量入口。作为大多数用户进入小红书后首先看到的页面（如图 1-25 所示），它会根据用户兴趣爱好、浏览习惯、搜索内容和关注情况，精心挑选各种符合用户偏好的内容。



图 1-25 小红书发现页

► 二、搜索页：精准流量的转化高地

当用户带着明确的目的和问题进入搜索框，他们期待找到的是能够直接解答疑问或满足需求的内容。这使得搜索页成为转化率最高的流量入口之一。

搜索页的最大特点是精准匹配。用户在搜索框中输入关键词，系统即会推荐与这些关键词最相关的内容。与发现页的被动推荐不同，搜索页是用户主动寻找信息的场所（如图 1-26 所示），所以用户意图更加明确，转化意愿也更强。



图 1-26 小红书搜索页

► 三、关注页：粉丝流量的稳定来源

关注页是小红书中最具社交属性的流量入口，它连接着创作者与粉丝，为创作者提供一个稳定的流量来源。与其他流量入口不同，关注页的流量更加稳定，是构建长期内容影响力的重要渠道。

关注页是向用户展示已关注博主的最新笔记的页面（如图 1-27 所示）。用户点击小红书底部导航栏中的“关注”按钮，就会进入这个页面。在这里，用户可以浏览所有已关注创作者的最新动态，包括他们发布的笔记、参与的活动等。



图 1-27 小红书关注页

► 四、视频页：兴趣流量的新增长点

视频页是小红书近年来重点发力的流量入口。小红书作为从图文笔记起家的平台，也开始注重视频板块的流量。

视频页是小红书专门展示视频笔记的页面（如图 1-28 所示）。用户可以通过点击首页“热门”进入视频页，浏览平台推荐的各类视频内容。



图 1-28 小红书视频页



本节小结

持续获得算法推荐的四大流量入口：

1. 发现页
2. 搜索页
3. 关注页
4. 视频页

