

华府首创的华裔老人日间健康护理中心



彩虹老人日间健康护理中心

地址: 8400 Helgerman Ct, Gaithersburg, MD 20877

彩虹宗旨

真心对待 细心照顾
耐心辅导 热心员工



- 💡 隶属全美最大的医疗护理机构,正规化、现代化、人性化的管理模式。
- 💡 拥有华人优良传统,积累了十四年专业管理经验和细心的工作人员。
- 💡 完善的医护服务:预约医生,问诊,跟踪健康状况及安排交通接送。
- 💡 在营养师的指导下提供营养美味的早餐、午餐及点心。
- 💡 协助申请各项老人福利(包括Medicaid 和 Medicare)。
- 💡 提供有趣的室内外娱乐及购物活动和中美两国传统节日庆祝活动。
- 💡 全新装修,安全舒适卫生的活动环境。



加入我们吧
彩虹这头是您
期待已久的幸福

衷心感谢华府地区的华裔老人的支持!

在新的一年里我们推出全新打造的彩虹老人日间健康护理中心!

欢迎您来电咨询: 301-987-8889

刷了5000篇小红书笔记,我们发现视频远比图文“吃香”



2013年,因一份PDF格式的《小红书出境购物攻略》的走红,“小红书购物笔记”APP应运而生。APP的内容重点不是招揽用户进行购物交易,而是为海淘用户的内容输出与互动交流提供平台。所以,小红书这一产品自成立伊始,就有着浓厚的分享与种草基因。

在早期短视频形式还未兴起的状态下,图文形式是UGC内容的最重要载体,而这奠定了小红书社区浓厚的图文氛围。

时至今日,短视频成为了大众工作、生活中不可或缺的一部分,小红书平台内的视频笔记也越来越多。那么,在小红书这样的种草平台内,到底是视频笔记成为了平台用户的新宠,还是图文笔记仍占上风?

今天的文章整合了5月份小红书的笔记数据,和大家一起来看看不同赛道间,哪种笔记模式更吃香。

一、创作者对图文内容更有“偏爱”

从整体数据上来看,五月小红书站内共发布笔记约854万篇,其中,视频笔记约370万篇,图文笔记约484万篇,图文笔记的比例占到56.67%。

细分到各个赛道来看,小红书社区内的“老牌”强势赛道,如美妆护肤、美食、穿搭、母婴育儿等,图文笔记的占比显著高于视频笔记,整体能达到70%左右。

而如生活、运动健身、影视综艺、萌宠、家居家装、资讯科普等赛道,因为内容中涵盖的信息点较杂,难以用文字清晰表述,创作者们就更偏爱用视频的形式记录,视频笔记的发布量略有“优势”,能占到总笔记数的50%-60%。

如果将统计时间延长至90天,会发现,和30天维度内的数据相比,各项数据的差异并不大,仅有部分赛道如生活、美妆、萌宠等的视频笔记占有出现1%-2%的些微提升。显然,目前站内大部分创作者,还是更偏爱发布图文形式的内容。

然而,值得关注的是,如果将关注点再次缩小,仅就各赛道中的种草笔记这一类别来看,则能看见明显的改变。据卡思观察,小红书各赛道30天种草笔记中视频笔记占比,相较90天维度几乎都提升了3到4个

点,这之中涨幅最明显的摄影摄像类目,占比提升了10%。

因此,过去三个月发布端的另一趋势是:创作者们对于种草笔记的“视频化”产生了更多兴趣。

一方面,这与“种草”这一行为的流程相对复杂、涵盖要素较多,且视频形式更加直观有关。站内大部分图文笔记的篇幅在500字内,博主能够分享的内容有限,但一条3分钟的视频笔记能够涵盖2000~3000字的内容,一篇视频笔记够传递更多的信息量,使博主的种草更具说服力。

另一方面,从变现的角度考虑,小红书博主们不论是想让用户满意,还是想迎合品牌方的偏爱,视频笔记似乎都成为了更好的选择。

根据艺恩数据发布的《小红书Q1品牌营销报告》显示:今年第一季度,小红书互动量TOP500的商业笔记中,关键词美妆特征明显,视频笔记占比较高,这代表着视频形式的商业内容更受平台用户的欢迎。

另外,卡思还观察到,在全站五月商业笔记互动量top10的作品中,除一条康萃乐的品牌投放笔记为图文形式外,另外9条均为视频形式。

当然,如上文所述,放眼全站,创作者对视频笔记的偏好并没有明显提升,大部分创作者还是更愿意发布图文笔记。出现这一境况不难理解,分析图文笔记的优势,我们可以看到:

第一,图文笔记能够在较短的篇幅内,展示最精准的“知识点”。对于抱着强目的性搜索的网友来说,文字能帮助大家节省从视频提供的庞杂信息中搜索关键信息的时间,用户能在短时间内看到最有用的内容,简化从视频中提取重点这一步骤,并且易于保存与“复习”。

第二,对于如美食展示、美甲展示等二级标签下的内容,精致图片给用户带来的视觉冲击远强于视频,从吸引用户点击收藏的角度来说会有优势。

最后,最为重要的一点是,小红书成长至今,凭靠的就是海量优质UGC内容,平台需要更多的“素人创作者”持续产生优质内

容。相比较起来,图文笔记对创作者的要求较少,门槛不高,对站内的绝大多数创作者而言会更加友好。

二、视频笔记爆文率远高于图文

与发布量上图文笔记展现出强劲势头的局面相反,在平台爆文的数量对比上,视频笔记的优势几乎称得上是“碾压”。

过去30天,全站点赞量Top50的爆款笔记中,仅有2篇为图文笔记,其他48篇均是视频笔记。而从点赞量上来看,近一月,图文笔记Top10平均点赞量为22.5w,而视频笔记Top10的平均点赞量为66.5w,差不多是图文笔记的三倍。

这之中有没有“异类”?答案是肯定的。卡思发现,一些大众熟知的赛道下,依然有图文笔记占优势的细分品类,比如美妆赛道下的香水、美甲、医美整形,时尚分类下的穿搭、鞋靴、箱包,兴趣爱好中的插画、绘画,家居家装下的家居装饰、装修经验、家用电器,旅游出行下的各类攻略等等,这些赛道TOP20的高赞笔记,图文笔记的占比都是要高于视频的。

由此我们可以看出,虽然视频笔记热度更高,但是视频笔记制作时间长,成本高,也不见得所有内容都适合以视频呈现。

另一个值得关注的点是,上文提到的两篇位列全站点赞量TOP50的爆款图文笔记,分别出自两位不足五万粉的小博主,其中@泊静子在发布这则《被纪录片喂大的女生格局有多炸裂》的爆文前,粉丝还不足万数。

这是否能证明,图文笔记对低粉博主而言相对友好?卡思筛选了五月爆文笔记下不同粉丝量级的博主,确实发现了随着粉丝越来越多,爆文笔记中图文笔记占比越来越高的现象。其中,1000粉以下博主的爆文笔记中,图文笔记的占比达到56%。

一方面这与粉丝越多,博主在内容上投入的精力就越多、更愿意去尝试更复杂的视频形式有关;另一方面,这个现象与数据的绝对值有关:过去一个月,1000粉以下博主爆文点赞量排名第50的点赞数据为1.2W,如果不限粉丝数量,对应排名笔记的点赞量为11.4W。换言之,较低的粉丝量拉低了爆款笔记的“门槛”,使爆文的评判条件容易被满足。

另外,卡思还观察到低粉博主的大部分爆文是以明星娱乐或者是奇闻趣事来博人眼球,实际上跟产品相关的爆文占比并不高。卡思归纳总结了低粉博主爆文的几个主要内容方向,分别是:明星娱乐、搞笑趣事、种草推荐、小红书玄学。

视频笔记受到用户追捧,与大众近两年养成的娱乐习惯有很大关系。随着短视频的普及,内容视频化成了一种大势所趋,相比过去,愿意静下心来阅读文字的人,已经大大减少,大部分用户已经更适应视频化的表达。

此外,随着小红书平台的“破圈”,站内的分享除了原先重实用功能外,也越来越注重情绪功能。这种情况下,视频笔记的表现

力、吸引力就远超过图文。

三、社区的内容趋势如何?

2021年底,小红书官方宣布APP月活达到2亿。2022年初,资本市场对小红书的最新估值已经达到200亿美元,这个数字已经远远超过同类型的社区产品。

小红书的发展速度向大众证明了其社区内蕴含的无限潜力,对广大创作者而言无疑也是个令人振奋的消息。

上文对目前小红书各赛道发布笔记的主流形式进行了一些分析,那么从具体内容上看,过去一个月,社区内容又展现出怎样的趋势呢?

首先,随着夏日来临,历来就火热的减肥健身内容一跃成为站内顶流。据统计,过去30天的爆款笔记Top50中,带有#减肥#健身等相关tag的笔记达到7篇,占比第一,赛道优势明显,相信这样的“领先地位”还会持续一段时间。

这之中,这些爆文的标题,也展现出很多共同点,值得创作者们学习。

其一,是尽可能突出方法简单、易于改变、生效迅速等“顺应人性”的特点。

例如以下这几个标题:《坚持5个好习惯,躺着玩手机也能瘦腿》《28天夏日逆袭大挑战》《请大数据把我推荐给想瘦肚子的姐妹们》等,很明显,标题的目的就是要精准“击打”用户身材上的痛点从而吸引关注,当然这一方法对其他赛道同样适用。

另外,在标题中尽可能用上近期热点,对于获得更多官方推荐也很有帮助。众所周知,小红书笔记的流量主要来源于搜索页与推荐页,能不能得到平台的流量倾斜,除了与内容质量、笔记互动量等硬性指标有关,与话题的热度也有很大的关联。

其次,剧情搞笑、生活vlog赛逐渐崛起,小红书上的“熟面孔”越来越多。数据显示,过去30天的爆款笔记Top50中,生活、剧情相关内容含量高达6%。

至于“熟面孔”增多这一点,卡思之前也写过,从近期的小红书涨粉榜来看,@Thurman猫一杯@丁那美子@潘姥姥@爆笑办公室@叮叮咻 等生活、剧情达人多次上榜,展现出创作者的强劲吸粉实力,也反映出近期平台用户的关注点所在。当然,这种现象是否利于平台原生剧情创作者的成长,还有待讨论。

最后,虽然从目前的数据看来,视频笔记的表现略显强势,但图文始终是小红书不会放弃的根基。小红书用户对站内图文内容的信任感、喜爱感,是用数年时间积累沉淀下来的,其他内容形式难以撼动其地位。

再加上,近来如抖音、B站等短视频平台都出台了一系列政策大力发展自己的图文板块、给予图文账号流量扶持,也证明了图文内容对一个平台良性发展的重要性。小红书自然不会放弃自己的“先天优势”,而是会持续加码图文,助力相关创作者的成长。