

跟着兴趣去旅行

2026年小红书文旅兴趣出游种草指南



Xiaohongshu





目录

回到情绪现场：

2025小红书文旅趋势回顾

谁在小红书旅行：

文旅核心人群全景画像

跟着兴趣去旅行：

2026小红书文旅趋势前瞻

文旅种草进入效果化时代：

小红书文旅经营指南

回到情绪现场



小红书

2025小红书 文旅趋势回顾

2025年小红书出行旅游

持续进发「新活力」

内容生命力

2.3亿+

旅行兴趣用户 月活

2100w+

月均新增笔记 发布量

73%+

女性用户占比

64% ↑

笔记发布同比增长

60%+

95后占比

47%+

一线新一线城市占比



决策影响力

超80%的用户出行前会在线上研究攻略
“旅行前问问小红书”成为关键步骤

春节反向旅游

春节旅游自驾城市推荐

北京旅游攻略

小红书 Q 春节去哪玩

南京旅游攻略

春节旅游性价比高的地方

广州旅游攻略

24亿+

月均产生旅行搜索

38%

YOY同比增长

商业增长力

26w+

千粉以上旅游类创作者 数量

城市出行

自驾出行

亲子出行

.....



酒店民宿



景区乐园



文旅机构



航司邮轮



OTA



旅行社

39w+

旅游类专业号

340%

YOY同比增长

2025年「地球街溜子们」

继续创造着新的旅行故事



先出发再说

#本地人爱吃的店

#这次旅行local一下

#值得为吃而去的小城

#徒步丈量世界

#要春游更要村游

#秋日散步美学

#五一户外实况

#走街串巷找美食

#不为打卡的旅行

#旅途中的蓝调时刻

#跟着兴趣去旅行

#日落后出发

#户外48h

#春天就要上春山

#山野户外

#反向旅行出门遛遛

#花情实况播报

#我的博物馆不白逛

#不早起旅行日记

#全屏封神挑战

#新年旅行第一站

#chinatravel

TA们向外看世界

在「多元场景」中解锁深度玩法

这次旅行local一下

当地人



「像本地人一样旅行」

在保留旅途的惊喜下，用本地的色彩填满日常小事

#本地人同款妆造

4.6亿 话题浏览

#走街串巷找美食

54亿 话题浏览

5h飞行逃离

环球家



「地球村里遛一遛」

去另一个时区吹吹风，让心跳与异国街角的钟声同频

#人生体验清单

1.1亿 话题浏览

#5h出逃旅行计划

8000w 话题浏览

中式旅行

穿越者



「老祖宗审美果然高级」

用脚步临摹山河的轮廓，以眼眸收藏光阴的茶烟墨色

#中式旅行天花板

2.5亿 话题浏览

#春景里的中式浪漫

1.6亿 话题浏览

夜游的快乐我知道

夜猫子



「探索越夜越美丽」

解锁夜间版小马路，到大自然里吹吹晚风，捕捉蓝调时刻

#邂逅一场夜樱盛宴

4900w 话题浏览

#旅途中的蓝调时刻

1.5亿 话题浏览

TA们向内观自己

在「情绪能量」中延伸体验的边界

浸享松弛

「在自然中找向往的生活」

山中撒野

村里放空



#每周一山

15亿 浏览

#要春游更要村游

5.6亿 浏览

掌控日常

「在节律变化中追寻仪式感」

追日升日落

赏花开叶落

观限定风景



#落日下的橘子海

2亿 浏览

#花情实况播报

6.2亿 浏览

#看一场海边的冰河世纪

1.1亿 浏览

充实自愈

「在烟火中看历史和人文」

博物馆

民俗文化



#我的博物馆不白逛

3.5亿 浏览

#春节民俗体验

13w 讨论

跟着兴趣去旅行



小红书

2026小红书 文旅趋势前瞻

2026文旅趋势预测

跟着兴趣去旅行

这不是碎片化的兴趣，而是一次旅行决策链的重构

兴趣

小红书成为旅行兴趣图谱的连接者

服务于用户在每一段旅途中的「兴趣爱好」与「精神成长」

追星出游

避世海岛

This collage features 12 social media posts:

- Top Left:** A post from Douyin by user 榴莲小姐嘻嘻嘻 (07-15) with 2389 likes, showing a person in a yellow jacket in a snowy environment.
- Top Center:** A post from Douyin by user 又双_ (08-12) with 1802 likes, titled "上海 | 夜游博物馆 | 黄浦江边的北朝佛像" (Shanghai | Night Museum Tour | Northern Wei Buddhist Sculpture by the Huangpu River), showing a statue in a museum.
- Top Right:** A post from Xiaohongshu by user 胡仔和二毛子 (05-18) with 1202 likes, titled "当你去哪旅游都能直接融入当地人..." (Wherever you travel, you can directly融入 the locals...), showing a person in a red shirt and hat on a boat.
- Middle Left:** A post from Douyin by user Async (2912 likes), titled "请尽情去她能滋养自己的地方" (Please go to the place that can nourish her), showing a person in a yellow jacket.
- Middle Center:** A post from Douyin by user Rissleeping (11-10) with 1212 likes, titled "在瑞典森林里躺了三天" (Lying in the Swedish forest for three days), showing a person lying on the ground in a forest.
- Middle Right:** A post from Xiaohongshu by user 王悦伊 (07-08) with 1.9万 likes, titled "冲绳必逛器皿店 | 一抹独特的冲绳蓝" (Okinawa Must-Visit Pottery Shop | A Unique Okinawa Blue), showing pottery in a shop.
- Bottom Left:** A post from Douyin by user 王温暖 (01-17) with 1600 likes, titled "滑雪装备入坑指南" (Skiing Equipment Guide), showing a person skiing.
- Bottom Center:** A post from Douyin by user KimKimL (09-05) with 260 likes, titled "追星女短期海外翻包记录" (Celebrity Girl's Short-term Overseas Unboxing Record), showing two people with bags.
- Bottom Right:** A post from Kuaishou by user 王温暖 (01-17) with 1600 likes, titled "滑雪装备入坑指南", showing a snowy landscape.

催生全民兴趣出游动机

将旅行收录进自己的「人生剧本」

兴趣社交 链接同好



追星旅游
vlog: ☆幸福wish日巡/旅行日记♡

圣地巡礼 1.1亿 次话题浏览
跟着电视剧去旅行 2200万 次话题浏览
电影里的城市 44.6万 次话题讨论

兴趣技能 当地体验



在西安体验壁画

泉州簪花 5亿 次话题浏览
万宁冲浪 1.7亿 次话题浏览
景德镇陶瓷 624万 次话题讨论

兴趣人文 厚实思想



洛阳古墓博物馆：一场穿越千年的对话

我的博物馆不白逛 4.5亿 次话题浏览
跟着诗词去旅行 4400万 次话题浏览
寺庙旅行 583万 次话题讨论

兴趣自然 探索真实



solotrip 在腾冲避世 过慢生活 (小众去处)

和大自然亲密接触 35.2亿 次话题浏览
避世好去处 4900万 次话题浏览
一人一个观鸟宝地 3100万 次话题浏览

出行不再仅是城市 而是「兴趣目的地」

融合时代

挖掘大城小美



古城人文

向往烟火小城



历史遗迹

深潜文化肌理



边疆秘境

奔赴极致奇观



热爱重绘环球地图

打造「兴趣风向标」

当地节事

大共识小兴趣

- 日韩 境外搜索TOP1 ↑
- 新马泰 境外搜索TOP2 ↑
- 澳新 境外搜索TOP3 ↑

#花火大会

176万 次话题讨论

#极限运动体验

565万 次话题讨论

亚洲风光

栖身避世海岛

- 富国岛 249% ↑
- 八打灵再也 164% ↑
- 亚庇 124% ↑

#玻璃海

8.2亿 次话题浏览

#人生建议去海岛

3.0亿 次话题浏览

非洲自然

闯入野性Safari

- 马达加斯加 159% ↑
- 约翰内斯堡 96% ↑
- 南非 85% ↑

#动物大迁徙

1.4亿 次话题浏览

#户外露营

43.6亿 次话题浏览

欧洲朝圣

浪漫风光信仰

- 南意 188% ↑
- 波兰 79% ↑
- 梵蒂冈 71% ↑

#我的宝藏小众岛屿

3.3亿 次话题浏览

#浪漫在逃度假人

1.6亿 次话题浏览

四季与兴趣强绑定

形成「时令性出游」玩法榜单

春 | 生活小事 记录仪式



向春出发

2-3月

Q TA们在搜
「早春限定美」

- 赏花/春游
- 日本樱花拍照
- 江南采茶



奔赴同好圈子

4月

Q TA们在搜
「展演赛事」

- 演唱会
- F1赛车
- 露天电影

夏 | 辽阔愉悦 自我满足



沉溺在夏日长梦

5-6月

Q TA们在搜
「悠长假日」

- 呼伦贝尔大草原
- 北欧极昼
- 地中海小岛



全民运动

7-8月

Q TA们在搜
「趣味运动」

- 女团跳舞
- 亲子户外活动
- 冲浪浮潜

秋 | 拥抱户外 Chill享受



秋游漫步充能

9月

Q TA们在搜
「文艺捡秋」

- 捡秋摄影
- 金秋CountryWalk
- 汉服国风



喜事&近郊

10月

Q TA们在搜
「喜事乐事」

- 婚博会
- 围炉煮茶
- 周末亲子游

冬 | 松弛假期 冰雪奇遇



无雪不欢

11-12月

Q TA们在搜
「冰雪出游」

- 冰雪运动
- 长白山滑雪
- 冰雪雕塑



年会不能停

1月

Q TA们在搜
「欢庆的方式」

- 烟花
- 庙会
- 巨幕电影

谁在小红书旅行



小红书

小红书文旅 核心人群全景画像

风味当地人

- 以26-35岁年轻都市白领为主，女性占比较高，广泛分布于一二线及新一线城市。
- 拥有成熟的消费观，愿意为独特体验和优质食材支付溢价，是精致实用主义的代表。
- 兴趣图谱广泛，常与宠物、家居、健身等深度生活方式内容高度重合。

“

我旅行的高光时刻，永远不在攻略推荐的必吃榜里。是清晨跟着本地阿姨挤进菜市场，吃一碗她吃了三十年的豆花；是钻进晚上九点才出摊的巷子锅气摊，和刚下班的食客碰杯。我的胃，就是最好的地图。

——阿杰，27岁，设计师，杭州

味觉深潜

不满足于榜单餐厅，旅行动线由市集、早餐摊、夜宵档口和本地人的饮食习惯直接定义，认为最正宗的风味藏在日常的烟火气里



Q 漂亮饭

1034%

Q 景德镇美食推荐

147%

Q 朱拉隆功夜市

113%

食材朝圣

会为了最新鲜的时令风物或一道工序繁复的乡土菜，专程规划一次旅行，追求从源头到餐桌的完整风味体验



Q 信阳毛尖明前茶

2166%

Q 大阪omakase

65%

Q 上海米其林餐厅

35%



带娃旅行，我不想只是换个地方遛娃。去敦煌，我们一起临摹壁画；去西双版纳，跟着傣族阿姨学做菠萝饭。我希望旅途中的每一次好奇，都能变成他认识世界的一扇窗。

——柚子妈妈，35岁，教育从业者，北京

场景化课堂

摒弃传统观光，精心选择能将知识融入场景的目的地，如博物馆夜宿、非遗工坊、生态农场。让孩子在亲手触摸、亲眼看见、亲身实践中学习



自然教育

8.4亿 次话题浏览

亲子旅行

6.4亿 次话题浏览

您愿意把孩子交给自然教育吗？

朱小爸
2025-08-06

290

Q 亲子游学

350%

Q 户外研学

178%

Q 亲子营地

102%

兴趣共育师

旅行计划围绕孩子的特定兴趣展开。家长扮演“兴趣导游”角色，共同探索、解答疑问，在旅途互动中实现高质量陪伴与兴趣深化



redparents

10.5亿 次话题浏览

人类幼崽启蒙计划

1.8亿 次话题浏览

户外美育 高质量遛娃，自然会有答案！

阿哪日记

217

Q 敦煌壁画临摹

174%

Q 景德镇研学

67%

Q 带娃爬山

22%

玩学亲子家

- 以30-45岁的新中产家庭为主要构成，多生活于教育竞争激烈的一二线城市。父母通常拥有高等教育背景，视教育为最重要投资，追求“高质量陪伴”。
- 消费决策理性而审慎，青睐有教育背书的品牌。
- 兴趣自然延伸至教育、育儿、自我成长领域。

数字游牧民

- 以25-40岁的互联网、创意产业从业者为核心，呈现显著的“地理分散、兴趣集中”特征。
- 收入依赖于线上，注重工作与生活的平衡及个人成长，消费看重长期性价比与体验价值。
- 兴趣高度关联科技、效率工具、可持续生活与轻户外。

“

我的工位view今天是大理苍山，下周可能是万宁海滩。工作与生活的界限在旅行中被重新定义。稳定Wi-Fi和一家舒服的咖啡馆，就能让我高效工作一整天，下班直接跳进另一种生活。

——Julie，29岁，远程开发者，旅居中

地理自由

选择目的地的核心标准是网络稳定、生活成本适宜且有良好的工作/生活氛围。追求在美景环境中保持生产力，实现“游牧式”的工作与生活方式



云南旅居

121%

海岛工位

90%

远程工作

59%

社群即归属

主动寻找并融入当地的数字游民社群、Co-living空间。旅行不仅是更换地点，更是拓展职业网络、寻找同道中人的社交过程



女性共居社区

900%

workation

254%

共享办公

131%

“

我可以为了一个特展飞一座城。站在真迹前的颤栗，在特定建筑空间里看装置艺术的沉浸感，是看多少高清画册都无法替代的。看展，是我和世界、和历史、和艺术家对话的方式。

——Lena, 30岁, 策展相关, 上海

为展远行

旅行决策高度围绕全球顶级美术馆的特展、双年展或先锋艺术节的时间表。行程核心是看展，城市只是承载艺术事件的容器

抬头看艺术
6.3亿 次话题浏览

今日是看展人
2.0亿 次话题浏览

Q 奥赛展

×60406倍

Q 青岛啤酒博物馆

103%

Q 三星堆博物馆

84%

上海新展！众神降临《罗马罗马》保姆级攻略！

神奇帆宝在哪里
11-24

254

场域迷恋

不仅欣赏作品本身，更痴迷于作品与特定展览空间（如废弃工厂、自然山谷、历史建筑）结合所产生的独特场域美学与情绪氛围

城市里的私藏秘境
1.8亿 次话题浏览

行走中的建筑学
1.1亿 次话题浏览

Q 荣宅展览

791%

Q 圣心大教堂

148%

Q 梦核公园

35%

像空中花园？这或许是魔都最具争议的建筑吧

RX-105利西
2025-11-12

1357

艺展收藏家

- 以28-40岁的高知、高收入人群为核心，多集中于一线及核心二线城市。
- 普遍拥有良好的教育背景与审美素养，消费力强，注重精神投资与圈层身份认同。
- 兴趣往往延伸至设计、建筑、藏书与高端酒店等领域。

“

我的旅行，出发前攻略叫‘XX城市出片机位大全’，行程是‘早上光影最好去A点，下午顺光去B点’，行李箱一半是衣服和道具。朋友问我玩得咋样，我直接甩链接：看笔记，九张图。

——Sylvia, 25岁，博主，成都

为拍远征

旅行目的地的首要筛选标准是视觉独特性与“出片率”。行程经过精密编排，以确保在有限的旅行时间内覆盖最多的拍摄点，对ta们来说，旅行是一次高强度的视觉创作体验



Q 樱花树下拍照

128%

Q 旺角打卡地

105%

Q 环球影城跟拍

78%

爆款执念

深度研究平台热点、流行滤镜和构图趋势。发布后的互动数据是衡量旅行成功与否的重要KPI，享受作品被认可的成就感



Q 日出拍照姿势

241%

Q 西湖小众打卡机位

×252倍

Q 南澳岛出片

97%

出片特种兵

以22-30岁的时尚潮流青年为主，女性占比显著，遍布各级城市。

他们是平台的深度用户与内容贡献者，对视觉潮流极度敏感，消费决策深受社群评价影响。

兴趣与时尚、美妆、潮流艺术紧密绑定。

Interest 06 逛市集

市集淘金客

- 以20-35岁的年轻客群为主，多为设计师、买手、创意工作者或资深爱好者，主要来自消费力强劲的一二线城市。
- 具备极高的审美鉴赏力和独特的价值判断体系，消费理性而挑剔，追求物品的叙事性与稀缺性。
- 兴趣圈覆盖设计、艺术、复古文化。



我的旅行日历是跟着世界各地中古市集、设计周、艺术书展的时间转的。在曼谷淘到60年代的广告画，在阿姆斯特丹市集和摊主聊收藏故事…每件战利品都是一段记忆，这才是我旅行的意义。

——Candy, 32岁，买手，深圳

市集日历

旅行时间与目的地选择，高度围绕国内外知名中古市集、设计师集合展、艺术书展等活动的档期。逛市集不是插曲，而是主线任务



Q 过森日市集

432%

Q 三亚夜市

216%

Q 宠物市集

28%

叙事性消费

购买不仅是获得商品，更是获得商品背后的时间故事、设计理念或与摊主交流的独特记忆



Q 日本中古

240%

Q 凯里绣里淘非遗市集

81%

Q 巴黎跳蚤市场

77%



Live赶场人

- 以18-28岁的年轻学生和职场新人为主力，具有极强的跨区域流动性。
- 情感驱动消费特征明显，愿意为情绪价值和社群共感投入大量时间与金钱。
- 兴趣图谱以音乐为核心，辐射至亚文化、穿搭、街头文化。

“

我的人生是由一场场Live串联起来的。为了一场演唱会飞越千里，在音乐节的暴雨里和陌生人合唱，在Livehouse挤到第一排汗流浹背…那种现场的、即时的、震耳欲聋的共鸣，是我活着的证据。

——刺猬，24岁，乐迷，南京

为现场奔赴

旅行决策完全由偶像演唱会、热门音乐节或特定乐队巡演的城市与时间决定。出行是奔赴一场不容错过的集体仪式和情绪高峰



Q 海口音乐节

400%

Q 音乐节穿搭

387%

Q Livehouse拍照

310%

情绪共同体

旅行的核心记忆与价值全部围绕“现场”的集体狂欢、与同好者的瞬间共鸣展开。从场馆内的呐喊到场馆外的应援、周边打卡，共同构成完整的仪式体验



Q 厦门演唱会酒店

2135%

Q 贵阳看演唱会住哪里

717%

Q 追星女是不可能辞职的

680%



去东京不只是旅行，是‘回家’。去镰仓高校前站听电车声，去秋叶原的扭蛋机前战斗，穿JK制服在《你的名字》的台阶上拍照。当动画里的风吹到脸上，那种圆满感，谁懂啊！

——小K，22岁，研究生，广州

次元发烧友

- Z世代（18-26岁）是绝对主力，学生与初入职场的年轻人为核心，下沉市场活跃度极高。
- 拥有强烈的圈层归属感与为爱付费的意愿，消费兼具冲动性与收藏性。
- 兴趣高度聚焦于二次元文化，并延伸至三坑服饰、游戏、模玩等垂直圈层。

圣地巡礼

旅行是完成对虚拟世界情感投射的“朝圣”。核心行程是走访动漫、游戏、影视作品的取景地、主题商店或官方活动，实现从二次元到三次元的连接

世界是一个巨大的二次元

3.9亿 次话题浏览

动漫走进现实

5518万 次话题浏览



心有所觉，亦作不解 | 夏日友人帐

不会拍照片的晨曦
2025-09-19

1844

Q 清水寺柯南打卡点

8416%

Q 进击的巨人小镇

x 138倍

Q 你的名字取景地

229%

身份扮演

在旅行中通过Cosplay、穿着角色风格服饰等方式，在现实场景中复刻经典剧情或进行创作，获得强烈的身份代入感与圈层共鸣

来一点小小的二次元震撼

7.3亿 次话题浏览

COS旅拍

2119万 次话题浏览



流浪者cos | 为了这个镜头我去了雪山

DAUS
2025-02-05

4万

Q 明日方舟旅拍

1633%

Q 新疆cos搭子

85%

Q 广州漫展

63%

种草进入效果化时代



小红书

小红书 文旅经营指南

文旅种草 进入

「效果化时代」



01

通过种草↓

收获心智



02

通过承接↓

收获线索



03

通过开环/闭环↓

收获生意



04

管好口碑↓

收获口碑

「收获心智」种草 拓宽生意新场景

长隆度假区：发现夜晚开关，开启新消费场景

新「时空」场景



2000%+

人群资产环比

+50%

烟花兴趣人群

3+

ROI

差异心智：夜晚场景联动多园区



心智抢占：IP+KFS加速渗透差异化心智



心智转化：BKFS+UG，种收一体



万豪：核心人群兴趣切入，抢占高消费人群

新「兴趣」场景



50+

NPS口碑值

60%+

品牌搜索占比

人群洞察：高消费力热爱运动及专属体验人群



心智引爆：抢占赛事节点，团建式撬动核心圈层



心智沉淀：好心智+好口碑



「收获线索」种草 挖掘生意新机会

奢享家——精准策略调优，快速突破获客天花板

模式一

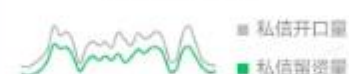
种小草



成本居高不下



留资波动不稳



基于站内趋势洞察，品牌锁定「新疆定制游+定制人群」输出种草内容，通过奢享种小草快速积累笔记互动量



精致中产



看世界



欢迎亲子

5%

整体薯条预算占比

300+

篇均投放预算

40%+↑

7月环比5月留资量提升

20%+↓

7月环比5月留资成本下降

10%+↓

7月环比5月开口成本下降

数据来源：小红书数据中台，2025年5至7月

MSC地中海邮轮——种得准、收才稳，驶向获客新航道

投前

投前一方人群洞察

看清核心人群



策略制定

SPU x 人群 x 需求



投中

投放

全场景打开



投后

度量校准

精准AIPS人群 目标人群渗透率



模式二

精细化
线索种草



数据来源：小红书数据中台，2024年10月至2025年3月

「收获生意」种草 打开生意新机遇

南京园博园悦榕庄：应季组品直播，实现销量突破

度假酒店



应季组品：货盘与匹配用户差异化需求

季节性组品	提升客单价
酒店+景区+体验	一站式打包
清单式权益	增强用户决策信心

预热+直播：高效种草预热，直播高效促转



生意转化：直播爆发，GMV冲高



数据来源：小红书数据中台，2025年9月至11月

飞猪：KOS矩阵运营，兴趣人群生意全面打开

在线旅游平台



看洞察：看清核心人群x需求



搭矩阵：价格+目的地+兴趣，KOS矩阵种草



拿结果：收获大促好生意



数据来源：小红书数据中台，2025年10月至11月

「收获口碑」种草 口碑成就好生意

23年云上草原口碑

性价比低



排队严重

雪硬

管理混乱



服务差

24年云上草原重塑品牌形象

绑定滑雪垂类大IP-雪人节强势发声

重塑“江浙沪专业雪场”心智



初学者的滑雪天堂

滑雪高手的梦中情场

爱雪人的快乐老家

江浙沪的专业雪场

80+篇好评类UGC为云上草原代言

滑雪小白说：服务好、安全感满满



度假玩家说：现场秩序好、不排队

资深雪友说：建议中午或晚上错开人流



宝妈说：雪场设计友好，小朋友也能滑

大学生说：整体性价比不错



品牌NPS
同比提升

36%



负面笔记阅读
人数同比

50%



全域
转化ROI

6+

小红书



是旅行用户的…

趋势场



发现趋势

在日常浏览中收获灵感

抓住趋势

在主动搜索中匹配需求

创造趋势

在分享发布中引领潮流

种草场



攻略至上

满足我的需要

深入了解

建立出行的向往

慢性喜欢

养成必去一次的决心

决策场



口碑影响

因真实好口碑增强决策信心

私信咨询

需求被人感承接、高效促成

下单出发

通过小红书直接链接旅行产品

#跟着兴趣去旅行

旅行不再是目的地 而是生活兴趣的延伸

2026年，旅行不再是“去看世界”，
而是“去成为世界的一部分”。
小红书将继续陪伴每一位用户，
从“先出发再说”的勇气，
走向“跟着兴趣去旅行”的从容与深度，
让每一次出发，都成为一次生命的扩容。



小红书

跟着兴趣去旅行

2026年小红书文旅兴趣出游种草指南



Xiaohongshu

