

Xiaohongshu stellt Trendbericht über die Suchgewohnheiten von Chinas Jugend vor

Shanghai (ots/PRNewswire) -

Xiaohongshu, eine führende Lifestyle-Plattform in China, hat kürzlich ihren Halbjahres-Suchbericht veröffentlicht, der Einblicke in den Lebensstil auf der Grundlage der Suchdaten ihrer Nutzer in der ersten Hälfte (H1) des Jahres 2024 bietet. Durch die Analyse der Suchtrends von Millionen von Nutzern ermittelt der Bericht die wichtigsten Lifestyle-Daten, die es zu beachten gilt.

Ende 2023 waren die monatlichen aktiven Nutzer von Xiaohongshu auf 300 Millionen angestiegen, wobei 50 % der Nutzerbasis zur Generation Z gehörten. Interessanterweise nutzen 70 % dieser Nutzer aktiv die Suchfunktion der Plattform. „Wenn du dich nicht entscheiden kannst, wende dich an Xiaohongshu“ ist nahtlos in die tägliche Routine vieler Chinesen übergegangen und spiegelt die Vorliebe wider, bei Xiaohongshu nach alltäglichen Bedürfnissen und Interessen zu suchen.

Dem Bericht zufolge führen Nutzer durchschnittlich sechs Suchanfragen pro Tag durch, wobei ein Drittel der neuen Nutzer die Suche zu einer ihrer ersten Aktionen am ersten Tag nach dem Öffnen der App macht und Xiaohongshu im Wesentlichen als Suchmaschine nutzt. Die beliebtesten Suchzeiten liegen zwischen 3 PM - 5 PM und 8 PM - 10 PM. Die Suchthemen reichen von der Suche nach Inspiration für das Lernen und die Arbeit über die Bewältigung von Lebens- und emotionalen Herausforderungen bis hin zu Tipps für Fitness, Mode und andere Aspekte des täglichen Lebens.

Paris ist in diesem Sommer zweifellos die angesagteste Stadt, und ein Video des bekannten französischen Fußballspielers Kylian Mbappé erlangte große Popularität. Sein einzigartiger Akzent, wenn er Chinesisch spricht, hat großes Interesse geweckt. Das Video zeigt die Suchfunktion von Xiaohongshu, die auf bestimmte Lebensszenarien abzielt und sich mit einer Reihe unterschiedlicher Lebensstile verbindet. Suchanfragen wie „Reiseziele mit schöner Aussicht und weniger Menschen“, „Restaurants mit leckerem Essen“ und „Dribbeltechniken“ zeigen die Vielseitigkeit der Suchfunktionen von Xiaohongshu.

Einige der Trends sind:

Reisen: Keine falschen Abzweigungen mehr, keine verschwendeten Münzen mehr

Im Jahr 2024 boomt der Kleinstadttourismus als beliebte Freizeitbeschäftigung für junge Erwachsene. Mit Xiaohongshu entdecken Reisende trendige Kleinstädte, wobei Yuncheng, Bijie und Quzhou die drei beliebtesten Orte in China sind. Auch die Zahl der Museumsbesuche ist mit über zwölf Millionen Suchanfragen stark angestiegen. Auf der Suche nach Geschichte und Kultur kaufen die Besucher heute einzigartige Museumssouvenirs und reisen sogar eigens für Museumserlebnisse. Auf Xiaohongshu hinterlassen chinesische Reisende ihre Spuren auf der ganzen Welt, von Kleinstädten bis nach Paris, wo sie auf der Jagd nach beliebten Kühlschrankmagneten sind, wie z. B. einem alten Eiffelturm-Mann mit Baguette.

Spaßfakt: Derzeit hat das Hashtag-Thema der #Xiaohongshu Spectator Group während der Sportsaison 310 Millionen Aufrufe erreicht, wobei alle lustige Begegnungen mit Athleten teilen, die sie bei einer Tour durch Paris getroffen haben.

Haustiere: Pelzige Babys und Bosse

Im ersten Halbjahr 2024 war die beliebteste Hunderasse auf Xiaohongshu der Bichon Frise, während die meistgesuchte Katzenrasse die Ragdoll war. Xiaohongshu hat es sich zur Aufgabe gemacht, die #Pet Naming Bible zu sein. Haustierbesitzer wenden sich an Xiaohongshu, um die perfekten Namen für ihre pelzigen Gefährten zu finden. Während des Berichtszeitraums trugen die Nutzer zur Namensgebung für 4 758 Katzen bei. Mehr als 10.000 Nutzer haben sich für die Haltung von Bürokatzen entschieden und kümmern sich offen um ihre liebenswerten Tiere am Arbeitsplatz, so dass Bürokatzen zu einer neuen Vergünstigung für Mitarbeiter geworden sind.

Spaßfakt: Das Suchvolumen im Zusammenhang mit Katzen ist um fast 26 Millionen höher als das von Hunden.

Essen: Kulinarische Entdeckungen, Bewusst essen

Auf Xiaohongshu ist der erste Schritt im Entwicklungsprogramm für Anfängerköche die Suche nach Tutorials, wobei #Cola Chicken Wings mit 354,7 Millionen Aufrufen das meistgesuchte Gericht ist. Kochanfänger sollten sich an das Universalrezept halten und Frühlingszwiebeln, Ingwer, Cola und Hähnchenflügel zubereiten, ohne dabei blaue Cola zu verwenden, die die Flügel grün färben könnte. Die Daten zeigen, dass die Einwohner von Guangzhou, Shenzhen und Shanghai eine Vorliebe für Luosifen (Schnecken-Reisnudeln) haben, während die Menschen in Chengdu gerne nach leckeren und gesunden Optionen suchen.

Spaßfakt: Während des chinesischen Neujahrsfestes suchten 110.000 Menschen nach #Solo Dining.

Fitness: Speichern Sie einen Fitness-Post, schon sind Sie näher dran am Training

Mit dem Aufkommen des „Citywalk“-Trends unter der Generation Z in den chinesischen sozialen Medien ist #Take a walk auch zu einer der angesagtesten Aktivitäten auf Xiaohongshu geworden. Einige suchen auf der Plattform nach Wanderrouten, andere nach Ideen für Wanderoutfits, während einige wenige still und leise recherchieren, bei welcher Herzfrequenz man von einem gleichmäßigen Gehen sprechen kann oder worüber man sich unterhalten kann, wenn man mit einem Date spazieren geht. Am 14. März, bevor die Sommerhitze einsetzte, haben sich 1,57 Millionen Nutzer von Xiaohongshu gemeinsam vorgenommen,

abzunehmen, wobei abzuwarten bleibt, ob sie ihr Ziel erreichen.

Spaßfakt: Fast 60.000 Menschen trainieren am liebsten zu Hause, wo sie eine Yogamatte ausrollen und jeden Raum in ein Fitnessstudio verwandeln können.

Mode: Veränderungen annehmen, Regeln einhalten

Im ersten Halbjahr 2024 suchten fast 20.000 junge Männer auf Xiaohongshu nach einer neuen Frisur, Kleidung und Schuhen. Insbesondere @Xiao Ai, ein Mann, der eine erfolgreiche Typveränderung durchgemacht hat, hat sein persönliches Ziel, jemanden kennenzulernen, durch die Annahme von Veränderungen erreicht. Daraufhin ging der Hashtag #tingquan auf der Plattform viral. Die Nutzer halten ein Schild mit den chinesischen Schriftzeichen „tingquan“, was so viel bedeutet wie „auf Ratschläge hören“, und laden andere dazu ein, ihnen zu sagen, wie sie ihr Aussehen verbessern können.

Spaßfakt: Die weiblichen Nutzer zeigten eine deutlich höhere Nachfrage und ein größeres Interesse an Turnschuhen im Vergleich zu High Heels, wobei sie bei potenziellen Käufen der Bequemlichkeit Vorrang vor der Schönheit einräumen.

Studie: Jeden Moment bereit zum Level Up

Selbst wenn sie ihre akademischen Jahre hinter sich gelassen haben, legen viele chinesische Erwachsene Wert auf zwei wichtige Bereiche, um sich selbst zu verbessern: Fitness und Englischlernen. Auf Xiaohongshu hat sich das Studium im fortgeschrittenen Alter zu einem beliebten Angebot entwickelt, das beweist, dass es für einen Neuanfang nie zu spät ist. Im ersten Halbjahr 2024 erkundeten 80.000 Nutzer über 30 Jahren aktiv akademische Möglichkeiten. Darüber hinaus zeigen die Suchdaten, dass 560.000 Nutzer über 30 Jahre immer noch Alpträume im Zusammenhang mit Matheprüfungen haben.

Spaßfakt: 31.000 Nutzer setzen auf Apps, um disziplinierter zu werden.

Beziehungen: Selbstliebe, Liebe zu anderen

Der Aufbau einer erfüllenden intimen Beziehung ist für jeden ein lebenslanges Unterfangen. Ob es nun darum geht, die Kommunikation mit einem Schwarm zu verbessern oder einen guten Weg für eine Trennung zu finden, Xiaohongshu ist für viele zum Ratgeber in Herzensangelegenheiten geworden. Wenn es um die Kunst der Liebe geht, können die Nutzer ihr eigenes Tempo bestimmen. Das Suchthema #Gifts for Boyfriend ist der Spitzenreiter in der emotionalen Landschaft und entwickelt sich zum meistgesuchten Thema.

Spaßfakt: Fast 950.000 männliche Nutzer auf Xiaohongshu suchen nach Möglichkeiten, sich nach einer Trennung mit ihrer Partnerin zu versöhnen.

Andere Trends sind skurrile Suchanfragen zum Arbeitsplatz wie „Wie wählt man einen guten Arbeitsplatz am Arbeitsplatz aus?“ und „Wie hält man sich bei Besprechungen das Lachen zurück?“ sowie psychologische und selbstbezogene Suchanfragen wie „Wie findet man als introvertierte Person eine Möglichkeit, einem Treffen zu entkommen?“ und „Wie erkennt man den MBTI von Menschen in seiner Umgebung?“

Mit der Mission „Leben inspirieren“ ist Xiaohongshu eine Gemeinschaft und Plattform, die durch authentischen Austausch und Interaktion bereichert wird. Die Anziehungskraft des Portals beruht auf der Wärme seiner Gemeinschaft, in der die Nutzer Trost und Wert in gemeinsamen Erfahrungen finden. Millionen von Nutzern, die ihr tägliches Leben auf Xiaohongshu aufzeichnen, haben es zu einer unersetzlichen Plattform für die jüngere Generation in China gemacht, die zu einer wichtigen Inspirationsquelle für Lebensstilentscheidungen geworden ist.

Foto - <https://mma.prnewswire.com/media/2480824/Xiaohongshu.jpg>

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/xiaohongshu-stellt-trendbericht-uber-die-suchgewohnheiten-von-chinas-jugend-vor-302223364.html>

Pressekontakt:

media@xiaohongshu.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100099576/100922135> abgerufen werden.