

K11双季创意引爆

二次元+圣诞IP双线撬动3亿流量

- ◆ 品牌名称：K11集团
- ◆ 所属行业：商业地产
- ◆ 执行时间：2024.08-2025.01
- ◆ 参选类别：节日/事件营销类





案例视频

<https://www.douyin.com/video/7400733115720813878>



背景&目标

K11购物文化中心，以独有的“文化商业（Cultural Commerce）”发展模式，将艺术文化融入商业，开创出集“艺术·人文·自然”三大元素的品牌，在商业地产同质化严重的背景下突围而出，成为别具一格的体系！

1、为了全面接轨新世代顾客的触点，及大湾区的政策红利，K11集团决定积极布局新媒体，邀请具有创新精神的专业服务服务商，携手探索打造为商业地产赋能模式。

2、3年间通过20+营销推广，累计实现3亿+品牌话题流量，为K11全国网点线下导流千万人次。

随着疫情影响、电商冲击、零售业低迷等行业不利因素，及香港本土消费南上的趋势，K11集团也面临新的拐点和挑战。

3、24年聚焦7-8月全国性夏日推广（Summer Campaign）及11-12月香港圣诞推广（Christmas Campaign），其中：

①K11集团联动全国6城5大商业体推出“Summer Campaign”夏日企划，通过二次元IP快闪、音乐交互装置、运动社交等多元线下场景打造沉浸式体验，助力K11在跨城域场景中强化“艺术商业先锋”品牌认知，实现年轻客群触达量与社交话题热度双增长

②Christmas Campaign借势圣诞/跨年热点，以K11 MUSEA特色打卡装置-Dior圣诞书及跨年维港烟花汇演，打造节日氛围感内容，精准触达用户，强化“K11 MUSEA Christmas”艺术地标形象，从时尚探展、亲子旅行、香港出行三大内容切入，吸引大湾区人群到港打卡

整体目标同比23年增长50%+，即小红书及抖音整体曝光3000万+、话题浏览300万+。



通过3年打磨的“传播-体验-分享”的营销推广模型，将重要节点通过线上平台（小红书、抖音）为目标人群带来带来一场充满惊喜、激发好奇心，并超越大众想象的创意之旅

①Summer Campaign策略围绕破圈行动展开，分别通过《闪耀暖暖》/阿童木IP联动、“Wonderlabs音乐装置”及运动社交打卡的创意内容输出，与二次元群体、音乐时尚人群、运动爱好者产生共振共鸣，让我们这个夏天在新媒体上欣赏K11带来的创意出圈的视觉盛宴

②Christmas Campaign作为香港K11 Musea的经典节点，每年有带给消费者期待与惊喜，今年以Dior圣诞树作为主角，配搭一年一度的跨年烟花，给大湾区消费者不得不来的理由。策略借Dior自有流量+年度跨年烟花的热点，即合作品牌流量+平台圣诞热点形成平台热推内容。



洞察&创意

化
链路

引流
作力」
打卡

× 热血社交破圈

捕捉赛事高燃场景
达亲子家庭
牌“活力社交场”形象

KOI

摄影

塑氛围

K11 MUSEA × 香港维多利亚港跨年烟花营销事件

通过探店打卡/时尚/摄影标签达人的影响力，借助「香港跨年」+维港在平台的传播热度，输出跨年烟花暖心攻略、香港元旦等相关内容，铺垫热度，提升传播内容的曝光，借此机会，推假期香港游/品牌优惠活动等信息点，吸引用户的注意力和兴趣，能K11 MUSEA线下商户品牌。

笔记展示（节选）

4000+ 这个位置！今年最佳跨年观礼地！
711
烟花的绝佳位置
159

2024跨年最佳烟花观赏攻略！
香港正点烟花也太多！
位攻略！
422

香港正点烟花也太多！
位攻略！
422

圣诞营销节点推广服务

连续2年结合圣诞造
从单点辐射到两点共振需求
刷屏社媒讨论 高效赋能品牌线下

连续两年为K11集团打造圣诞热点势能，23年深圳K11通过精美打卡内容种草用户，品牌强关联「香港圣诞」再次引爆社媒讨论，赋能线下流量，提升站内平台优质持续影响目标用户，提升TA们对香港K11在2025圣诞的

曝光量（累计）
1000w+

互动量（累计）
5000

2023 香港 K11 MUSEA

2024 香港 K11 MUSEA & K11 ART MALL

2025 ? ? ?

暑期展览

Summer

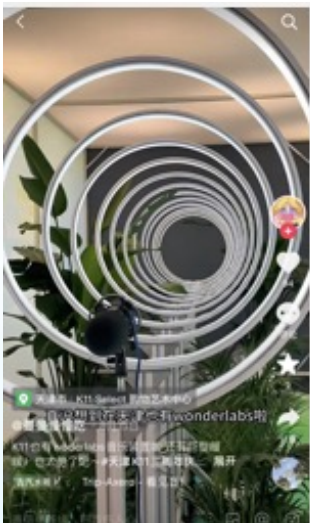


媒介&执行

阶段一：K11 Summer Campaign精准落地（7-8月）

在6城商业体核心区域搭建《闪耀暖暖》主题快闪装置，结合游戏角色元素设计沉浸式打卡点，触发用户情感共鸣。

- 1、hero KOL达人打卡Wonderlabs音乐装置展示，聚焦技术流内容，创作出高质量、有吸引力的摄影作品，提升品牌形象和产品认知度，授权视频给K11官号使用，视频斩获亮眼成绩，进一步提升了品牌曝光。
- 2、KOL达人打卡Wonderlabs音乐装置&闪耀暖暖装置展示，以原生内容形式出现，减少用户的抵触情绪，通过口碑传播进一步提升品牌的信任度和美誉度。
- 2、团购/直发KOL达人打卡Wonderlabs音乐装置展示，达人丰富的经验，满足用户对展览、商家信息的了解和需求，内容迅速传播，引发高讨论互动，带来高话题讨论度，吸引更多用户的关注和参与。





媒介&执行

阶段二：K11 MUSEA全域攻坚（11-12月）

- 1、对广东周边、大湾区领域美食探店、旅游、时尚、亲子旅行的达人做定点投放，联动香港圣诞热度，精准对接潜在粉丝的兴趣点、地理位置及消费习惯。
- 2、精准布局「圣诞」相关关键词，投放优质内容占据前列展示，在11月中旬开始发布内容预告dior圣诞树，抢占圣诞节点第一波流量，借助营销节点话题在社媒平台的流量热度支持，举办特色活动，提升曝光。
- 3、深度种草融合K11 MUSEA特色商户，赋能商户转化，引流线下打卡，强化K11文化艺术区Victoria Dockside香港地标心智，持续提高圣诞季传播影响力。



希望每一个来香港过圣诞的人都能刷到香港又5G过圣诞了。尤其是香港K11 MUSEA，早早的开始进入圣诞季了。氛围感满满。好吃好玩又好拍，真的无法拒绝✓
🎄 超美 DIOR 圣诞树和梦幻童话马车激起了谁的公



已经开始期待香港的圣诞节了，美哭我🎄
香港K11 MUSEA不愧是圣诞节的内卷之王！



来港必逛，这一趟超值的！
如果你还没有想好圣诞节去哪里，那不要犹豫！闭眼冲香港K11 MUSEA就对了，真的超值的。



香港旅游最强攻略（圣诞版）
来香港过圣诞码住这篇攻略就够了！拒绝特种兵轻松过圣诞。



香港圣诞氛围已就位，你准备好了吗？
临近圣诞季，香港也是早早的就充满了圣诞的气息。



千万不要错过圣诞季的香港，真的会后悔！



效果&反馈

通过精彩纷呈事件+优质创意内容，达成小红书+抖音累计浏览破**3**亿，

整体曝光量及浏览年较23年同比增长**58%**， 其中：

①Summer Campaign相关话题上热搜榜，曝光2300万+，6城话题环比增长10-20%

②Christmas Campaign曝光1200万+，Dior圣诞树一度热搜

