

小米打造抖音高管矩阵，以优质内容强势驱动业务

- ◆ 品牌名称：小米
- ◆ 所属行业：3C类
- ◆ 执行时间：2024.03.01-12.30
- ◆ 参选类别：3C类



案例视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://v.douyin.com/uHot-iB3Xcw/>

<https://v.douyin.com/Cy2NPk24xCc/>

<https://v.douyin.com/xPVcsy9TrUg/>



背景&目标

小米“以人为中心、将人车家全生态”有机整合，依托小米澎湃OS系统从生态链到手机、家电、汽车实现在抖音全链路全产品营销矩阵。

小米2024字节商业化投入及生意大幅增长，其中商业化投入同比增54%，抖音电商闭环生意年同比201%，生意增速及广告ROI效率均位于行业第一梯队；新机发布及情绪节点合作多元抖音IP打爆声量，如《抖音花游会》，奥运《流动的炫燃盛宴》，生服《心动十一》，尝试创新硬广形式拍立得全定制小飞盒等打造高管个人IP私域建设领军行业，新品发布+高管直播+达人连麦成为小米探索成功的创新模式，利用热点预埋星图达人种草及雷军等总裁天团热度，高频攻占热搜榜



背景&目标

01

打造人车家生态认知往
品牌高端化转化

02

打造高管IP天团并反哺
生意

03

维持提升品牌在站内的
热度



洞察&创意

- 1 打造业内首个高管天团内容营销矩阵，借助雷军及高管天团内容自然流量辐射品牌内容。
- 2 全面布局星图达人，让小米的优质内容能够更加准确的触达用户心智。
- 3 多爆点激发声量，新机发布及情绪节点合作多元抖音IP打爆声量。
- 4 探寻创新模式：“新品发布+高管直播+达人连麦”成为小米探索成功的创新模式。
- 5 行业首次尝试全域度量，通过小米13 和 小米14 的全域度量和对比分析，在抖音做营销辐射全域生意。

24年小米抖音营销动作跟进平台趋势

用户

获取更多兴趣用户

创新品广提互动



垂类用户兴趣内容触达



个性化货品布局



流量

布局达播及生服流量红利

高管x达播专场



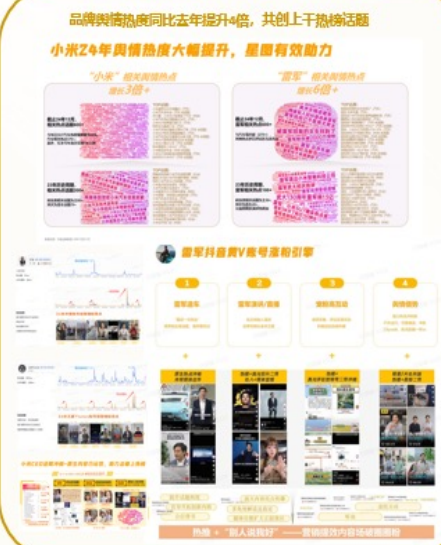
文旅x生服本地大事件



内容

品牌造热，短剧试水

星图助力品牌&高管热榜



达人定制短剧x共创直播



生态

“人车家”生态概念渗透

奥运热点x高管热点x达人探展



24年4月
发布会+热点IP联名

- 哈利波特
- 王者荣耀
- 抖音商城品牌会员日
- 小米高管

Redmi Turbo3 新品首销双波峰x借力IP打造IP

新品发布
首销日

总裁直播
王者荣耀主题直播

哈利波特IP联名

抖音品牌会员日IP+《王者荣耀》内容IP+小米高管个人IP

热度IP结合



新品发布会x哈利波特IP联名定制



新品发布4月10日19:00
联名款增加关注度
行业直播关注度TOP1
单品首销GMV破700w
开箱视频发布10日20:30
20+垂类达人推高热度
触达用户2500w+
即时性搜索次数10w+

挂载搜索词:
Redmi Turbo3
Redmi Turbo系列
@王腾Thomas

线下大事件引爆舆情热搜



北京大学东门站
哈利波特主题xRedmi
9%站台 4.10-4.22
清华北大
学生达人打卡
#小米之家魔法主题派对
#北京地铁哈利波特站台
全网舆情热点
星图互动百万+
抖音北京同城榜
历史最高热度TOP1

王者局五天六夜直播x高管空降



4.15 三账号连麦
王腾x官号x国服选手
直播间展现PV1亿+
单品带货千万+

校园x深度测评持续种草



校园/校园情侣达人
+
开箱达人用后测评
星图曝光4千万+
引导互动2百万+
即时看后续20w+
挂载搜索词:
Redmi Turbo3
Redmi Turbo新系列
@王腾Thomas

首销月

总曝光8亿+
新品成交近3千万

联名大事件
热榜冲榜同城TOP1

星图达人
挂载高管搜索词
引导用户关注10w+

高管号私域运营
新品月粉丝量破20W
直播连麦反哺用户关注

高管个人IP运营



Redmi品牌总经理
• IP联名款发布会
• 王腾带粉上分王者荣耀
• Turbo3 直播空降

黄V账号运营2周内
借力雷军及小米SU7双热度
吸粉9w+

发布会当日
借力星图小蓝词及用户搜索
吸粉1w+
粉丝量破10w

4.13 小米高管入驻抖音冲上热搜
#小米天团集体入驻抖音
社会榜历史热点话题TOP19



个人号直播+总裁空降官方直播间
个人号直播连麦
初试橱窗带货成交
反哺直播观看PV十万+

持续种草期
借力星图小蓝词及用户搜索
达人账号关注
吸粉10w+
粉丝量破20w

24年7月
高管原生热点冲榜
#我的朋友雷军



小米CEO话题冲榜-原生内容巧运营，助力总裁上热榜

07.17-07.23原生冲榜话题 #我的朋友雷军

#我的朋友雷军

抖音热榜

话题	热度
夏日解暑美食大赏	770.0万
谁不爱贵州的夏天	770.0万
养植物的乐趣	763.9万
我的朋友雷军	560.3万
玩时髦巴黎奥运会是认真的	499.3万
邀请你看陕西博物馆珍宝	457.0万
夏日通勤也能穿出高级感	447.6万
台湾转场轮到长相思有错吗	447.0万
海洋馆的乱围城	442.9万
夏日西瓜推奶	441.9万
科研发道被乐高鸡趣教程闯进去了	441.3万
华节火把节像是在过年	441.3万
塞纳河先睹为快	441.0万
走吧暑假去山东	440.8万
从人类幼崽身上学到的高能感	440.3万

种草榜 TOP4
社会榜 TOP6
互动量 1000w+
衍生话题 双上榜

话题裂变
#雷军听网友劝换头像了 热点榜TOP1
#我的朋友雷军是什么梗 实时上升榜

01 评论区埋梗

雷军评论区互动留素材

雷总你用这个头像我就买su7
雷总早上吃啥
雷总什么时候拍短剧
雷总祝你年入百万
雷总上班也刷抖音
雷总我早上吃苦
雷总祝你年入百万雷总上班也刷抖音

告诉我

百万评论，百大高流量互动评论预埋

02 合拍互动加热

雷军预设提问达人引导互动

与情热点预埋达人
“每个人都有自己的阿勒泰，你的阿勒泰在哪里？”

泼天流量预埋达人
“大家给我再出点主意，如何再整整泼天的流量？”

短剧/爽文预埋达人
“你看错过剧吗，为什么大家都爱看爽文？”

总裁听劝预埋达人
“我就是出了名的听劝，想知道大家都需要什么？”

20+ 达人预埋

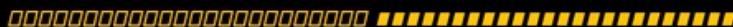
03 素材二创冲榜

娱乐达人评论区捞梗二创冲榜

娱乐资讯+泛类达人二创

娱乐小灶 赵正晨
小xer很懒
大河娱乐 内娱吃瓜路人
黑总说 娱乐观察酱 吃瓜学妹
露姐娱乐 娱乐推荐榜 娱乐拌饭酱
小龙日记 毒舌扒姨太 娱乐呱呱叫 巨星火火
大川 我的偶像巨顽皮 省流侠一号
娱乐呱呱叫 会火 娱乐一番
杨不修 圈内研究生 烫手蜜桃
小陈小陈鸭

50+ 达人预埋



内容私域及新品发布场景双融合引爆小米MIX折叠屏新机影响力

项目相关热榜20+ 高频榜一
热点VV超10亿

折叠新机首销日
GMV破千万

品牌5A人群提升40%
A3提升76%

高管私域账号增粉破百万
品牌官旗增粉破20万

24年7-8月

发布会+奥运热点结合

- 《闻香识巴黎》冠名合作
- 高管带游巴黎
- 在巴黎举办了“人车家全生态”特展

用户内容偏好定方向 产品用户+私域增粉	热点定策略	新品发布 7月19日 CEO年度演讲形式	产品种草+原生冲榜 7月20日-7月27日 冲榜+奥运+创新互动广告	闭环生意营销大事件 7月23日-7月26日 总裁直播+超品日
<p>私域内容 用户互动及复访 娱乐性 实事热点 作番评论</p> <p>黄V私域</p>	<p>原生热点冲榜 合拍互动+素材二传</p> <ul style="list-style-type: none"> 冲榜话题#雷军年度演讲 原生话题#我的朋友雷军 话题#跟着雷军去巴黎开门 	<p>演讲+新品发布</p> <p>抖音热榜 TOP1 播放量 8.7亿次 互动量 破千万</p>	<p>达人预埋 原生话题冲榜</p> <p>抖音热榜 TOP1 播放量 1000w+ 购买转化率提升</p>	<p>CEO专场直播 首次挂车</p> <p>直播播放 5700W+ 带货GMV 20W+</p>
<p>小折叠手机 用户内容偏好 女 穿搭 时尚 应用场景</p> <p>MIX Flip</p>	<p>产品应用场景 明星达人种草随身拍穿搭</p> <ul style="list-style-type: none"> 活动话题#小米mixflip 原生话题#小米MixFlip开箱 话题#小米MixFlip上手体验 	<p>小折叠MixFlip话题</p> <p>首销日GMV 1千万+ 话题播放 3200w+ 互动量 400w+</p>	<p>巨星至美达人测评 话题冲热榜</p> <p>话题播放 1.2亿+ 播放UV 5200W+ 转化率 50W+</p>	<p>总裁+明星专场直播 专属福利</p> <p>直播播放 870W+ 带货GMV 2W+</p>
<p>大折叠手机 用户内容偏好 男 汽车 出行 体育</p> <p>MIX Fold4</p>	<p>奥运体育节点 巴黎-人车家 明星IP《闻香识巴黎》冠名合作 +高管带游巴黎+探品牌线下展</p>	<p>大折叠MixFold4</p> <p>首销日GMV 500万+ 相关视频播放量 5000w+ 互动量 100w+</p>	<p>创新互动+奥运话题冲榜</p> <p>直播播放 1亿+ 播放UV 20+ 转化率 1w+</p>	<p>超品电商IP 打破生意声量双记录</p> <p>抖音超级品牌日 品牌声量GMV 3.5亿+ 播放UV 6000w+ 转化率+600%</p>

RedmiNote14新机发布会&内容型百万+直播间叠叠乐打造生意双波峰

TA关注好卖点及好内容打造内容型直播间有效拉高流量并冲入抖音热榜；在新品首发周打造双千万成交GMV大场，5A资产净增长3千万+，环比+9%

24年10月

发布会+内容直播间

- 水下手势舞

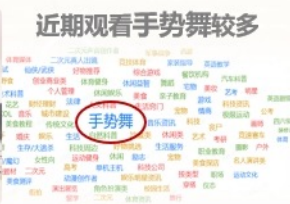
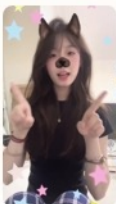
好内容结合好卖点

好内容：

锁定新机期核心TA关注热点

Redmi A4人群偏好舞蹈类达人

近期观看手势舞较多



好卖点：

Note新机本次主推三重防水



“小金刚”系列主打耐摔防水
新品——2米24小时超久泡水



防水测评式发布会x公私域双开

最高在线uv14w

王腾Thomas

最高在线uv2.5w

小米官方旗舰店

9月26日

官号 小米官方旗舰店

高管号 王腾Thomas

100W+200W
观看人次

1100W+
新机GMV

1W+6W
直播涨粉

+640W
5A人群资产



新机x水下手势舞内容直播

最高在线uv14w

小米官方旗舰店

9月27日

官号 小米官方旗舰店

540W+
观看人次

1400W+
新机GMV

3.6W+
直播涨粉

+2900W
5A人群资产



内容流量



电商流量



广告流量



24年10月
区域生服热点

- 心动十一城市生活环游季2



红米首次破冰合作抖音IP 联动线上线为新机发布造势

项目背景：红米Note 14 Pro系列新品上市，欲借助生服IP项目影响力，扩大新品声量

项目名称：《心动十一-城市生活环游季2》
项目时间：9.25-10.11

品牌资源高度定制

品牌联合上海文旅x项目明星段奥娟深度定制新机植入，软性内容全程使用新机打卡《繁花》同款路线，话题#用段奥娟的视角打开上海 48w+播放，冲入上海同城榜最高TOP14



项目热搜频频登榜

线上线下全域曝光，全平台稀缺资源全量配合推广，结合十一出游热点，相关合作物料在上海户外地标、机场及演出现场植入；演出多个话题冲入**抖音热点总榜TOP15，全网曝光12亿+**



联动十地文旅，搭配小飞盒完成搜索爆发

联合全国10地文旅，发起#小金刚闯天涯 话题挑战，播放量**1亿+**、互动**400w+**；结合地区风土文化特色硬核测评产品核心卖点，并通过关键词预埋触发小飞盒互动，触发**3.7w**互动、**27w+**次关键词搜索



项目数据

12亿+

IP全网曝光

4711W

歌会直播间曝光

1亿+

挑战赛VV

400W+

挑战赛互动量

27w+

小飞盒关键词搜索量



小米15 x 抖音热点记忆，借势平台s级大IP，打爆新机声量

亮点一

24年12月
年度热点记忆舆情趋势结合

商品话题热推运营，打造自带流量好商品。
商品发布会首销周搜索环比+109%；
“小米15”相关话题成功冲榜4+；
高管粉丝破百万评论区送礼及新机爆料预热，成功冲热榜2+。

亮点二

发布会高可见性及高声量布局。
发布会官旗矩阵号+高管黄v+央视财经同步直播并加热，发布会期间官旗挂车高效转化，打造双11大促首个单场直播破亿官方直播间，小米15新机发布当晚成交金额破2亿

亮点三

新品深度种草及直播大场延续生意高峰。
星图达人深度测评及场景种草及创新互动品广提效并结合总裁进播大场，打造手机新品销量第二高峰





效果&反馈

GMV同比增长**152%**，直播间GMV（内容场）成交同比增长**160%**，其中小米15系列新品完成了首日破3亿的安卓新机首发记录。双十一大促，小米品牌位居手机行业销量&销售额TOP1，小米官方旗舰店位居手机官方旗舰店TOP1。小米购机汇专卖店位居经销商店铺TOP1。搜索SOV位于行业NO.1。

全方位提升品牌声量和小米心智，打造高管个人IP私域建设领军行业；触达用户**6亿+**，同比+34%；

合作数码首单创新小飞盒在此节点发布折叠屏新机场景双融合高频榜一，**上榜20+热点VV超10亿**；小米+雷军站内舆情热点1200+，同比+4倍；

新品发布+高管直播+达人连麦成为小米探索成功的**创新模式**

CPM及CPC成本控制为行业头部，标杆式行业营销影响力，打造社会生态圈层，引领电子科技改善生活，除手机核心业务外，小米IOT及汽车业务亦呈爆发式增长，“人车家”24年下半年**搜索指数同比+175%**，C端心智有效渗透



效果&反馈

案例洞察：小米围绕着“人车家”生态布局，通过全方位提升品牌声量，聚焦高管个人IP打造，在行业内树立起领军者形象。以雷军等高管为核心，输出专业观点与品牌理念，将个人影响力转化为品牌信任背书，强化“小米”在用户心中的科技品牌认知，成功占据用户心智高地，为产品销售奠定坚实基础。

案例执行：小米通过全年的营销，全面布局星图达人，借明星达人直播、热点话题制造传播声浪，合作创新小飞盒、发布折叠屏新机，引发6亿+用户关注，实现高曝光；新品首发、创新营销模式推动GMV大幅增长，小米15系列首日破3亿，各榜单登顶

案例效果：在大曝光的同时控制住成本，达成品效合一。同时，联动“人车家”生态，拓展业务影响力，形成营销闭环。