

当西湖水漫过红毯边界，小红书重新定义明星盛典

- ◆ 品牌名称：小红书
- ◆ 所属行业：网络服务类
- ◆ 执行时间：2025.01.10-05.20
- ◆ 参选类别：网络服务类



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://pan.baidu.com/s/12gHTn5JCSpMkptXxB_pfZQ?pwd=ec3v

提取码：ec3v



背景&目标

- 人有我无

在平台用户体量和商业价值都向上跃迁了一个台阶之际，商业市场对小红书的关注度与竞媒相比，小红书缺少一个**大声量的具备广泛社会关注度的盛典型大事件**。娱乐向缺少一个明星大事件，原生的小红书时尚趋势也缺少一个更大的发声窗口。

- 商业机会

盛典型大事件已成为了各大平台S+的成熟项目，带来了大规模的收入和全网关注度，小红书还未举办过类似活动，有巨大的**商业价值潜力**。

- 用户洞察

我们不是要做一个固有认知下的盛典，而是做**一场小红书味儿的盛典**，回归到小红书擅长的事上，做有烟火气的线下体验，全民一起参与的话题互动，多圈层的不同生活方式表达，**真正调动全民情绪和表达欲**。



背景&目标

- 商业价值

通过盛典模式探索小红书**热点营销**的价值，帮助品牌**种草产品**，带着品牌一起**出圈**

- 用户价值

回归**用户最底层的情绪共鸣**，做一场用户真正能参与的盛典，激发用户**真实的分享和讨论**

- 明星/KOL价值

借助平台级大型盛典活动为明星提供标杆范式出口——在小红书分享自己的**真实生活和爱好**，会在这里找到志同道合的伙伴、收获舞台之外的**更多元的标签和喜爱**，也会因此收获更多曝光及热点机会并产生外溢价值。



抓住全民**最朴实的情绪共鸣【快乐】**，为春天做一场开幕式 在最能代表春天的地方，和近百位明星体验一场**西湖水上红毯**

时代共情

从2024年的热梗热词（公园20分钟/passion/ 抽象/ 发疯/精神需求/焦虑）中找到共同“**时代需求**”，
是**快乐**：
追求让自己快乐的生活，是一种更容易服用的人文精神。

用户共鸣

在小红书，找到快乐的差异化基因：小红书是启发人们创造更好生活方式的友好社区。
在这个语境里，每一种生活方式、兴趣爱好的终极意义，本质上都是为了追求「**我眼中的快乐**」

快乐创新

3月31日(三月初三)是中国传统的**上巳节**，是曲水流觞、踏青春游、男女聚会的日子，它不沉重，不纪念，而是**单纯属于快乐的日子**；
摒弃常规盛典舞台，我们把红毯放在西湖水上，
春日美景就是最好的背景墙。



我们要用最隆重的方式，去赞美一件最简单的事【快乐】！



西湖水上红毯，近百位明星身着最春天的**可露丽风**亮相，满满活人感



小红书联合VOGUE发布
2025时尚趋势-可露丽风

摩卡慕斯棕打底，莫兰迪色彩
点睛；将可露丽风作为红毯
dress code，是最春天的小红
书特色表达



刘亦菲

化身春天的使者，
玫瑰本玫瑰降临
西湖



欧阳娜娜

可露丽丝巾上衣，
时髦尖子生的春日
穿搭新灵感



LABUBU

神秘顶流首次亮相
盛典，给大家带来
春日快乐



赵昭仪

高智感盐系可露丽穿
搭，御姐轻松拿捏



张峻豪

牵着机器狗走红毯，
太飒了



向佐

“鸡蛋饼”造型出圈，
在红毯演绎抽象艺术

在REDGALA，明星**不穿高定礼服**，而是**演绎着春天最快乐的时尚趋势**：可露丽风；
带上不同的兴趣爱好道具，表达着快乐的自己，让鲜活和整活同在！



媒介&执行

打破常规红毯流程，毯尾的**春天游园会**，明星和用户一起体验**具象化的快乐**



非遗糖画



读三行情诗



品茶道



春日运动



兴趣爱好分享



绘春景



美甲体验



松弛感角落

毯尾的惊喜是布满鲜花的春天游园会，明星和用户玩在一起，体验着春天**多样的生活方式**；
游园会持续开放一周给**普通用户体验**，让快乐具象化，真正做到了和用户**共乐乐**

打造春天见面会，明星和线上用户实时互动，让快乐同频

红毯热梗直播间即时回应，互动内容出圈



黄觉麦子马伯骞走红毯被薯薯们评价像一家三口，直播间明星实时回应热点话题



直播间互动卡段用户自发传播至站外，热点频出

3000+份惊喜奖品掉落，宠粉福利阵地



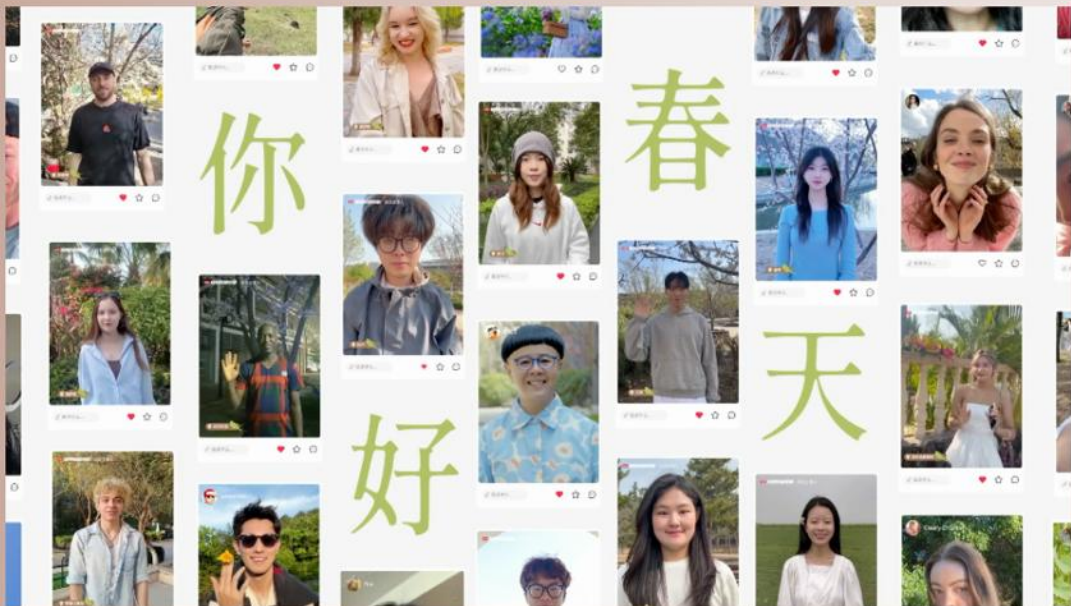
明星亲签拍立得、品牌惊喜好礼，直播间随时掉落的奖品让线上用户获得多重快乐

采访环节变身春天见面会，明星互动+福利抽奖，用户不是旁观者，而是快乐的一份子



媒介&执行

西湖晚会节目，小红书**快乐地球村**，和全世界用户**为春天祈愿**



向**全世界用户**征集各种语言的【**你好春天**】
小红书成为地球村共用的生活手账本



以春风、春花、春雨、春光为意象
群星荟萃 **歌颂春天的到来**

晚会节目作为活动高点，用户踊跃投稿，明星各显身手，和全世界用户一起迎接春天



媒介&执行

品牌自然融入，和场景共生，让商业植入成为**沉浸式体验的有机组成**



巨型华为手机红毯签到装置，横屏小红书笔记界面，近90位明星互动打卡；



阔型风尚水上大秀，华为新机演绎阔型美学



华为耳机作为明星红毯造型的一部分



智界R7 科技之美和玫瑰之姿共同绽放；



阿萨姆奶茶周末好心情玫瑰花车

品牌在春天盛典的场域里，不再是一个闯入者，**和场景共生，和用户共舞**的快乐氛围，实现**更丝滑的种草**



一次用户真正能参与的**互动型盛典**



水上红毯摇响风铃许愿



游园会读三行情诗



春天见面会实时互动



西湖大秀晚会

用户在小红书的内容消费方式升级，从美的感受/生活方式的趋势学习/追星体验，在一个活动得到了全方位的满足

明星和用户完成多场域互动（三行情诗互动、春天见面会、明星抽奖等）

直播的观看人数近500w（全渠道，第一+第二直播间）

产出了250+个站内外热点，话题讨论20e+，促产60w+篇UGC笔记

追星的快乐/可露丽穿搭上身的快乐/春天找到兴趣爱好的快乐，每个人都找到了在盛典中的角色和参与感。

把“俗气”的盛典，办出“灵气”



效果&反馈

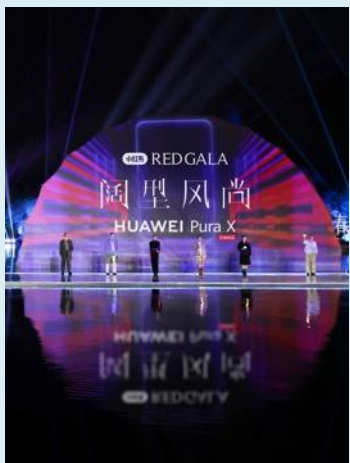
品牌看见了小红书盛典大事件的价值

在大事件搭建的场域里，用户和品牌真正的玩在一起；
REDGALA项目累计帮助品牌创造了20e+曝光的溢出价值，促产了16w+篇用户笔记

eg-华为手机通过红毯签到装置融入，阔型风尚节目，阔型趋势发布等，自然融入了活动的27个热点；
对外官宣刘亦菲海报的笔记评论区，就有不少用户主动cue起品牌方华为智界汽车，称华为有眼光



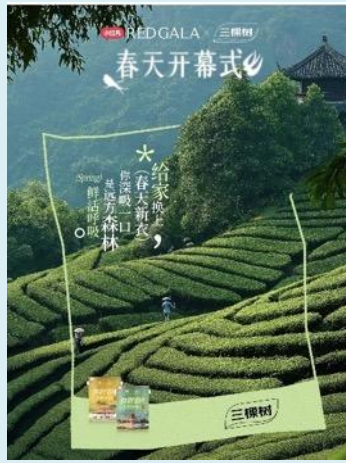
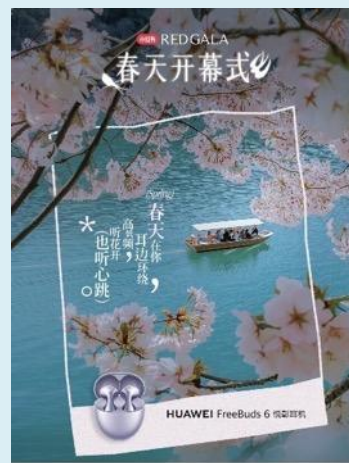
明星官宣海报



阔型风尚大秀



红毯手机装置



品牌场景系列海报



小红书平台的娱乐行业影响力加强

本次活动站内的80+个热点中，**71条**与明星相关，热榜为艺人带来**29亿**曝光。

(其中张艺凡、曾黎、姜佩瑶等单人热点词条曝光破亿，
欧阳娜娜的造型和LABUBU的互动表现等赚足大众好感，
向佐造型再次因为活动出圈，诞生多条热点热梗及爆款)

活动吸引**633位**明星投稿**1512篇**，其中**827篇**爆文笔记、**101篇**万赞笔记、**3篇**十万赞大爆文。



小红书春天开幕式-全明星游春图



区隔化打造小红书明星盛典时，我们在思考什么？

一提到明星盛典，我们会想到？

颁奖典礼

高定礼服

明星采访

只为明星
打投的观众

这些不属于小红书社区的语言情境，我们果断摒弃了。
在这个全世界用户**真实分享生活**的线上社区，我们希望明星是有“**人味**”的，
希望用户是**深度参与**其中的，所有人都在真实的**快乐**着，
于是我们打造了一场**盛大的春天的仪式**。

水上红毯摇响风铃
向春天许愿

可露丽风穿搭
快乐的春天秀场

和明星好友分享
兴趣爱好快乐秘籍

在鲜花游园会
体验春日生活方式

希望在这场属于所有人的春日仪式，大家的快乐都尽情表达！