

过年就来小红书

- ◆ 品牌名称：小红书
- ◆ 所属行业：网络服务类
- ◆ 执行时间：2024.12-2025.02
- ◆ 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/1mwa5Gk10VsT-nCxQLgHU8w?pwd=buqc>

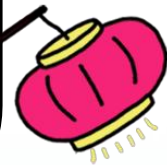
提取码: buqc



背景&目标



- 每年春节，都是各路品牌争相抢占节点流量、开展CNY创意营销的高热时期。如何从这一流量必争之地中突出重围，既看重实力，也考验新意。随着年轻人逐渐成为春节的“主理人”，他们在过年期间的消费决策和活动安排上，展现出新的趋势。他们接过年货采购的接力棒，成为家庭的主要决策者。
- 二次携手央视春晚的小红书，要面对如何更好发挥全民级社区平台优势，承接并再次放大春晚IP热度的挑战。在CNY营销越来越同质化的今天，小红书亟需进行一场生态协同的营销之战，打通更广泛全民参与，收获更深度的品牌好感。





背景&目标

小红书锚定平台年轻消费人群的需求，希望通过独特的线上线下玩法、结合非遗内容、联动强大的明星博主阵容、品牌、非遗资源等，打造更具有小红书特色的春节营销——借“内容发酵+互动引爆”，构建春节营销新范式，帮助合作品牌成功抢占春节内容热议高地，同时借轻量化互动与场景氛围营造，进一步深化品牌认知与好感，让流量变留量，让“种子”顺利萌发。



人群覆盖

吃、美、住、行全方位联动红薯地的各圈层年轻人



情感连接

仪式感和氛围感打造，洞察年轻人的过年需求，与年轻人玩在一起



品牌共创

与品牌共创独特的年味，分享不同的过年方式以及年货选择



洞察&创意

聚焦年轻圈层对过年仪式感、新奇感的需求，小红书用独具特色的CNY营销串联起整个春节，吸引喜欢“吃、玩、秀”的年轻人来小红书一起过大年，携品牌探索传统年味的的新式表达，并二次携手春晚超级IP，打通春节超级流量大小屏，汇聚全网关注，搭建品牌年度最强曝光场。

预埋期待

话题释出牵动薯地年味氛围
透传「过年就来小红书」心智

截流量

背靠国民IP打通春晚大小屏
全站社区资源联动重磅宣发

全民狂欢

仪式感放大，过年指南释放
创意物料上线，明星博主加盟

耕心智

主会场原生玩法引关注
品牌全面覆盖直播间
春晚艺人互动强化品牌认知

热度升级

线下文旅联动，4城非遗年味爆发

冲热度

群星璀璨引爆话题讨论
自来水流量助品牌冲榜



小红书春节全链路营销



解锁蛇年春节新玩法，共创传统年味新式表达

过年就要吃/玩/秀

全站投稿3大场景年味小心思

玄学开运新玩法

联合knowyourself测测蛇年好运

东南西北过大年

广州/昆明/天津/重庆 大城小城寻年味

100+星/咖扩声量

明星大咖/博主达人助阵号召

平台联创新产品

Redbox惊喜/点赞特效/POI氛围

在地体验非遗年

携手国家地理/地方文旅，在地非遗年



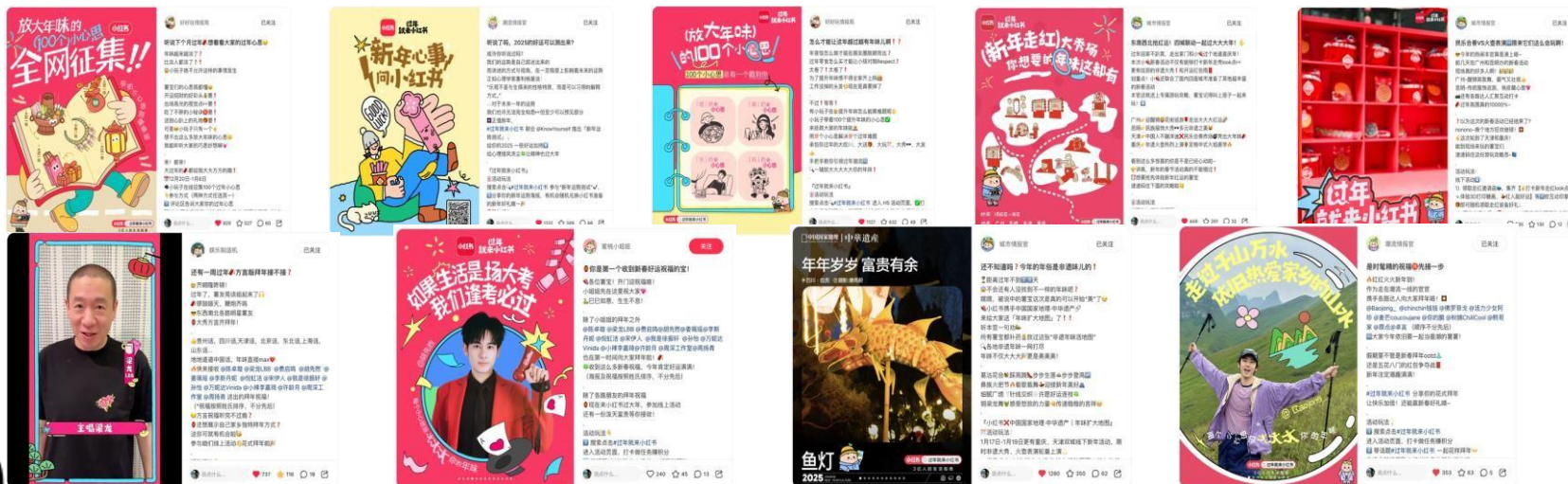
1+3矩阵式话题共振，掀过年全场景讨论，各大垂类人群全面覆盖



3.9亿+
话题浏览

7万+
UGC笔记

7565万+
话题互动



2604万+
总曝光

红薯地过年指南发布：【100个放大年味的小心思】生活感叙事

4大板块100条实用笔记，小心思替代宏大叙事，把春节营销拆解成能随手“抄作业”的碎片化仪式



品牌新年祝福人感发布，专属年味融入1/100



媒介&执行

全民狂欢

专业媒体联动，**创新玩法**解码新年“小心思”，情绪价值拉满



与KnowYourself共创新年运势测试，创新玩法实现「心理共鸣-社交分享-品牌曝光」闭环



新年玄学能量链接，定制小诗解码用户新年情感需求



媒介&执行

全民狂欢

热度明星+非遗大咖+头部博主集体拜年，视觉锤传播点燃模仿热潮

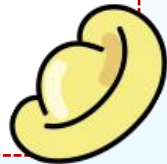
数十位明星加盟，非遗大咖与头部博主跟随，方言拜年+私藏小心思分享引爆热度
品牌加盟创意传播，拟人化表达与IP共振





《中国国家地理》非遗年味城市共创，用地域情怀击穿圈层壁垒

非遗年味×城市基因=文化共情力MAX，共同书写中国年味的辽阔





创新产品+创意周边首发，超强互动沉浸体验加码品牌权益，卷动全站UGC

REDBOX、POI地图、点赞特效、笔记模版等稀缺资源联发，品牌权益花式加码，进一步引发用户讨论



REDBOX全新产品**首发**

IP点赞特效**首次开放**，赋能合作品牌笔记

趣味周边激励深度参与



【新年走红大秀场】全国火速引爆、热度蔓延

多地政务&热门文旅联动，四城线下新年走红

小红书 过年 就来小红书

(新年走红)大秀场 年味碰头点

<p>【广州】</p> <p>地点: 广州永庆坊金声广场</p> <p>活动时间: 1月10日-12日 12:00-21:00</p>	<p>【昆明】</p> <p>地点: 昆明市五华区庆云街高山铺多肉口袋公园</p> <p>活动时间: 1月10日-12日 12:00-21:00</p>
<p>【天津】</p> <p>地点: 天津市和平路290号金街大铜钱</p> <p>活动时间: 1月17日-18日 12:00</p>	<p>【重庆】</p> <p>地点: 重庆市沙坪坝区磁器口古镇东南门入口</p>

120万+
线下活动曝光



门头/签到处



小小心愿大赏



抱抱蛇小红毯 (拍照区)



走红颁奖台 (抽奖区)



8万+
深度参与





引流资源强势宣发，为活动传播守势增效



动态开屏

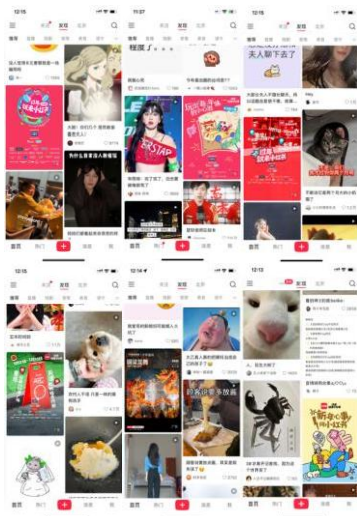


5816万+
曝光

静态开屏

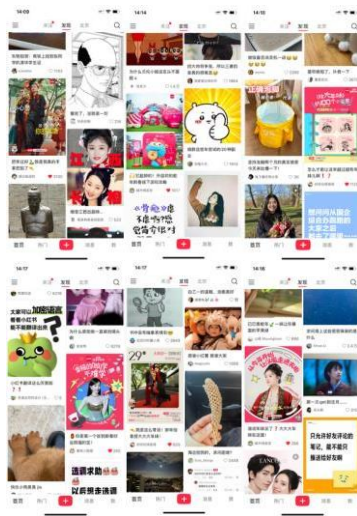


6位wo wcard



4576万+
曝光

动态信息流



火焰热搜



6.6亿+
曝光

活动专区



235万+
曝光





小红书再度携手春晚，「大屏看小屏聊」打穿媒介壁垒，聚拢全媒体热点

热点

实时第一 现场直击
春晚台前幕后一手热点揭秘解读
春节全周期全网热点内容合作

热门

议题抢夺 全民关注
明星嘉宾猜想、节目精彩看点讨论、
热梗二创演绎传播

热议

平台资源 产品倾斜
平台创新产品资源升级
春节氛围感玩法+互动福利派送

● 击穿三大核心场域

● 春晚大屏小屏击穿

● 超级流量促产



【三方超级，联动打造热点】击穿春节【流量场】-【讨论场】-【互动场】核心场域：

共同借势春晚合作，打通大小屏，达成春晚曝光-小红书讨论场造势福利互动场转

超级流量促产站内热点资源全面助力为春节活动曝光加码

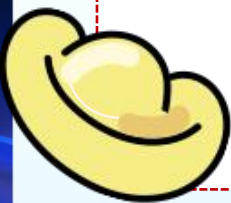




小红书全站社区联动宣发，重磅资源传播



开屏/笔记/信息流/搜索专区





超级主会场原生玩法植入，席卷用户关注互动

超级流量主会场

一年一度春节庙会

日常视觉

除夕视觉

话题任务

小红袋植入

专属贴纸



原生创意玩法互动



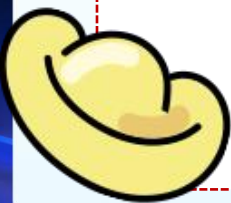
品牌定制话题任务玩法激励用户浏览互动



小红袋 logo植入 强曝光场景增进品牌认知



专属活动定制贴纸 以收集为线索TA反复触达





媒介&执行

联动春晚

品牌全面覆盖直播间，全程无死角强势露出



直播间banner



品牌元素直播间全面呈现

直播间观看

1200万+

非合作艺人全程同框

初一春晚精编直播包框

直播卡断全面露出淘元素

卡断笔记曝光

1500万+

直播背板 logo

沙发区抱枕&公仔

下班出入口

桌面摆台

讲台

非合作艺人画面露出

1.29春晚精编直播同框



直播间礼物送出次数

7.5万+



点赞特效累计曝光

6204万+



直播间礼物

点赞特效

直播间品牌定制口播



春晚年度艺人直播互动，引导强化品牌认知

四大领域年度艺人集结

大家的春晚直播间

4大春晚艺人，集结**影视、音乐、小品、体育**四大维度的头部热点明星展开内容植入，通过明星心愿分享引导品牌许愿玩法，强化品牌玩法认知

艺人笔记互动 分享互动玩法



蒋欣

24年年度热剧《小巷人家》春晚新「四美」之一



钟楚曦

港乐经典24年初登春晚重温了港乐的黄金时代，唱响大湾区



闫佩伦

喜人小品热门喜人闫佩伦，以《白蛇传》演绎新经典



王昶

体育健将24年最佳男子双打组合，当之无愧的体育新秀

四大年度艺人定制趣味互动+笔记互动，全链路深度合作

直播间手机呈现互动路径

互动环节晒出品牌元素

艺人携淘宝元素入场



笔记总互动量**10万+**
总曝光量**878万+**



效果&反馈



-绝对声量-

38亿+

项目总曝光
吸引热爱过年的人与内容

-高热讨论-

3.9亿+

话题总浏览
寻找放大年味的好产品

-有料内容-

7万+

话题参与人数
交流过年的仪式感

-有料内容-

6.6亿+

话题总阅读
认真研究年货 & 年味资讯

-高频互动-

8015万+

项目总互动
引爆新式年味

-高点事件-

120万+

线下活动曝光客流
一起蛇年走红



效果&反馈



-超强曝光-

95亿+

项目累计
曝光量

-爆点讨论-

925亿+

春节相关话题
累计阅读量

-高热互动-

47亿+

话题累计
互动量

-聚焦呈现-

1200万+

大家的春晚
直播间观看人数

-燃情参与-

82亿+

一年一度春节庙会
累计曝光

-有效发酵-

942个

爆点内容外溢
全网热搜榜



效果&反馈

精准定位年轻消费群体

小红书锚定平台年轻消费人群的需求，通过全方位联动吃、美、住、行等圈层，打造符合年轻人过年需求的仪式感和氛围感。利用明星博主、非遗资源等，与年轻人玩在一起，共创独特的年味，成功吸引并留住年轻用户群体。

创新线上线下融合玩法

线上通过预埋期待、热度升级、创意物料上线等策略，吸引用户关注并参与互动。线下举办春节庙会，覆盖四大城市，通过走红大秀场、非遗年味体验等活动，让用户亲身体会年味，实现线上线下相互引流。

强化品牌联动与曝光

与多个品牌共创春节营销，通过品牌全面覆盖直播间、定制点赞特效、直播间礼物等方式，强化品牌认知。联动春晚，借助国民IP势能，打通大小屏，实现春晚曝光与小红书讨论场的无缝对接，大幅提升品牌曝光度。