

UGREEN 绿联

品质新体验 数码选绿联

聚势·明星顶流

绿联“维度跃升”全域营销模型，引领品牌质变

- 品牌名称：UGREEN绿联
- 所属行业：数码3C
- 执行时间：2025.03.07-06.18
- 参选类别：娱乐营销类

易烊千玺
绿联全球品牌代言人



UGREEN 绿联

品质新体验 数码选绿联

01

「项目回顾」

BACKGROUND



易烊千玺
绿联全球品牌代言人

需求回顾：绿联高端数码品牌认知焕新升维战

引爆声量

借助品牌代言人官宣节点，以代言人为媒，有效的传播方式沟通目标群体，为品牌全年制造声量，提升关注度

展现实力

助力品牌在全年，尤其是代言人官宣、品牌上市1周年和AI NAS新品上市之际，传达品牌高端数码科技感，赋能NAS新品市场突破



品牌拉新

充分借势品牌代言人在新生代群体的影响力，帮助品牌挖掘并打造适合高端数码新生代消费者感兴趣的话题，协助品牌人群资产沉淀

助力转化

以有效传播方式沟通TA，协助绿联产品矩阵积累销量，助力转化

代言人策略：以新生代顶流演绎高端数码品牌

UGREEN x Jackson Yee

年轻的品质顶流与高端数码品牌携手站在新起点

电影演员文化符号

实力青年电影演员
易让人联想到高质美好的场景和画面

00流量TOP商业价值

国民养成系长红偶像
高国民度高流量高粉丝粘性撬动购买力

品牌力建设需求

实力演员自带作品和对角色的打磨创造精神
更符合长期品牌价值塑造

品牌升维价值需求

亟需摘下固有「纯配件」认知
多面开花的实力偶像有利于品牌高端化升级
绑定高端数码品类占位



传播策略：以品质述高端

SLOGAN

品质新体验 数码选绿联



产品利益点

品质

新体验

结合代言人自身特质，将“高端”拆分为更为直观的品质和联想，助力传达品牌“品质、高端、质感”的品牌认知



核心品类词

数码

捆绑数码品类词，通过代言人营销，向大众焕新品类心智定位，加强用户对于绿联=数码产品的普遍共识



行动指令词

选绿联

搭配前面的使用收益效果，给出明确的行动智顶，在潜移默化中影响消费者行动，激发其购买欲望

有了品质新体验，才能意识到高端更安全，做出买数码就选绿联的决定

营销策略：以联接造事件

BIG IDEA

惊喜联接 无限美好



产品加亿点惊喜

定制双礼盒

限定系列

结合主推产品外形与代言人官宣节点定制双礼盒产品，并推出「惊喜限定」系列产品，直击粉丝嗨点



节点加亿点惊喜

521

618

戛纳电影节

借势521节点氛围，并巧妙搭乘艺人戛纳电影节热点，将官宣传播范围最大化，为618电商节点超前蓄水



福利加亿点惊喜

定制周边

狂欢优惠

艺人定制周边辐射代言人粉圈，618狂欢优惠手段刺激意潜在人群，双面福利夹击，助力转化



曝光加亿点惊喜

话题营销

5大媒介

微博强势资源带话题助推核心物料，触达不同层级粉丝人群构建热点，5大线下媒介向大众范围强势曝光

以「惊喜联接」为核心策略，借助明星流量打造品牌官宣大事件，
为品牌触达新场景新人群，强势影响和挖掘品牌潜客，占领用户心智，助力618节点

营销策略：以联接造事件

BIG IDEA

惊喜联接 无限美好



联接明星与品牌

千式浪漫彩蛋官宣

定制产品直戳心巴

明星热点全程伴随



联接城市与南北

全国地广占领心智

史上最长的数据线



联接云上与云下

云上定制渗透核心人群

云下花活搅动粉丝运维



联接美好与你我

全民互动惊喜联接

以「惊喜联接」为核心策略，借助明星流量打造品牌官宣大事件，
为品牌触达新场景新人群，强势影响和挖掘品牌潜客，占领用户心智，助力618节点

UGREEN 绿联

品质新体验 数码选绿联

02

「执行亮点」

EXECUTIVE HIGHLIGHTS



易烊千玺
绿联全球品牌代言人

“绿联在热搜上建房了！”



● 易烱千玺绿联全球品牌代言人

微博平台聚合引爆
强势吸睛打造官宣氛围

10 今年521红线是易烱千玺牵的 347021

14 绿联 易烱千玺 391320

17 谁懂绿联NAS带来的安全感 313634

18 易烱千玺是懂内存焦虑的 265834

24 早知道有NAS就不换手机了 261714

29 共享充电薅走的钱够买多少充电宝 185556

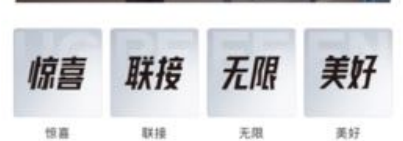
41 电量自由是打工人最后的倔强 146596

43 充电太慢竟然是数据线的锅 168304

45 易烱千玺奇迹笨小孩长尾效果具象化 15...



和易烱千玺一起惊喜联接无限美好



和当前4.5万人一起讨论

亮点1：官宣即爆，霸榜热搜全网围观
官宣期绿联品牌引爆舆论花式上榜，热度不断

👁 总阅读量 2.8亿 💬 总讨论量 100万 🔄 总互动量 188万

娱乐账号



数码领域达人专业科普解读NAS
多角度种草产品核心竞争力



幽默账号跟进话题
趣味玩梗“红线”事件



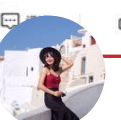
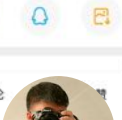
从艺人角度出发
激发大众对内存焦虑的共鸣

数码博主

粉丝大号



旅游摄影



累计参与大号数量200+

“路过的蚂蚁都被安利了！”

亮点2：全员上阵，花式打Call科普 抢占传播生态位，粉丝化身「自来水」自发为品牌安利反黑

内宣外宣网宣联动传播

01 明星粉自发安利

充分发挥代言人背书作用，粉丝自发安利绿联行业地位，持续破圈传播

02 品牌粉展现信任

资深用户群真实发声，展现绿联强大的市场用户基础，与品牌信誉积累

03 员工粉树立信心

借势代言人官宣事件，打造有效的内宣活动，由内而外激活品牌

1. 绿联本部变千玺「痛楼」

绿联品牌本部官宣日开启员工活动成为粉丝羡慕的「神仙公司」

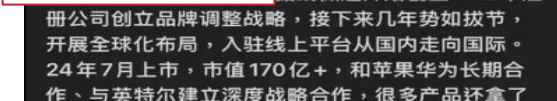
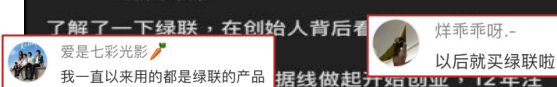


2. 鸟姐全网科普打Call

粉丝恭喜「玺结联理」将对偶像的认可转化为对品牌的认可

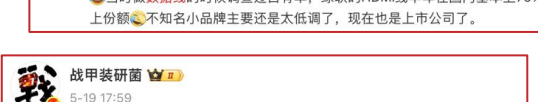
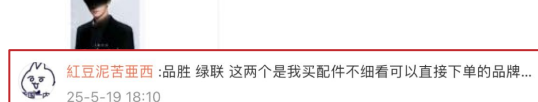


验✅强强联合罢了



3. 潜水用户冒头反黑

面对黑粉脏水，潜水用户纷纷冒头以自身多年使用感受反击



“疑似有千纸鹤卧底！”

亮点3：干式浪漫，521绿联浪漫布局
树立懂浪漫的理科男品牌个性，持续刺激粉丝情绪嗨点

14 绿联 易烱千玺 391320 新

彩蛋一
千玺小网站周年庆之际
电子烟花致敬干式浪漫



UGREEN 绿联
惊喜联接 无限美好
5月21日
云端收藏家限定款NAS礼盒惊喜上新

746
372
1495

彩蛋二
1条红线串联4颗爱心
数字密码点燃粉圈热情



UGREEN 绿联
惊喜联接 无限美好
5月21日
惊喜联接礼盒惊喜上新

1128
1164
3579

彩蛋三
官方默默卡点1128
未宣先火粉丝开心解码



UGREEN 绿联
惊喜联接 无限美好
5月21日
惊喜联接礼盒惊喜上新

509
780
3053



绿联连续发两天博儿没人发现，突然想起玺玺发网
站没人发现然后发博通知这群笨鸟哈哈哈哈哈

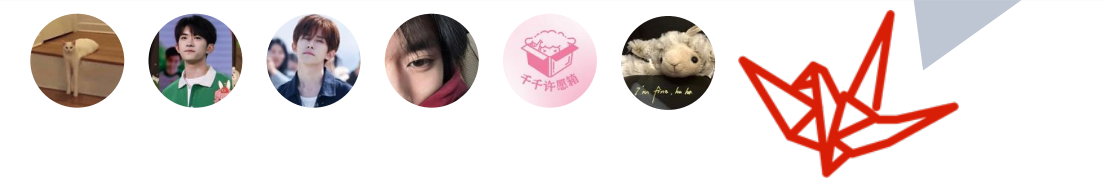
“毛子是只猫
会不会是绿联宣传部或者更高层有鸟姐，这
个烟花路人可是很少知道的”

要多爱你才能读懂你的隐喻 @易烱千玺超话

这...调性跟四字好像。暗中做好一切 却什么都不说 .只等你偶然发现

绿联理工男的浪漫，暗戳戳的等人发现#易烱千玺 #绿联

3大产品彩蛋打响官宣声量第1枪，千纸鹤火速解码空降热搜TOP14



521史上最长红线!

亮点4：事件破圈，联接生活联接情感
打造史上最长红色数据线事件，以绿联之力联接无数美好

联接品牌



联接情感



联接惊喜



联接产品

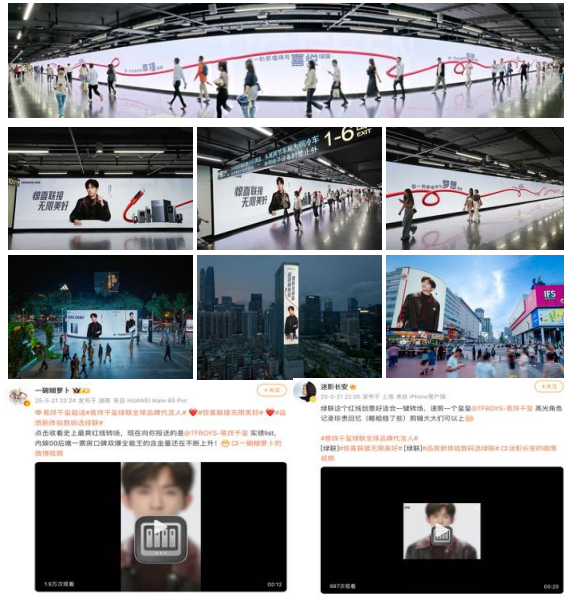


112m「数据线」惊现陆家嘴
品牌初心惊喜联接4城共振

红线元素营造521节点氛围
粉丝打卡二创引爆社交圈层

是红线也是福利的「千引线」
从h5到天猫618满满牵出惊喜

延展提升对应产品情感价值
配合定制UI提升产品种草力



“这是什么神仙设计！”

亮点5：开箱见玺，限定设计硬控鸟姐 品牌礼盒加亿点点惊喜，“小狗羊”成为品牌社交ICON

小狗羊也太可爱啦🥰

好可爱的充电器👉

绿联你不要太会好吗？太帅啦太可爱啦啊啊啊

绿联的代言人套盒太赞啦！

#易烱千玺绿联全球品牌代言人

粉丝：“绿联霸霸，请给产品经理加工资”

看着人心情都好很多啊啊啊啊#易烱千玺 #易烱千玺绿联 #数码好物分享 #绿联 #数码配件 #这才是联名的正确打开方式 #易烱千玺绿联 #绿联易烱千玺

05-27 吉林

05-22 广东

终于有时间给小东西拍照了🥰

这也太可爱了叭！！易只烱

这小东西真可爱

这个充电器实在是太可爱啦！小表情很萌，最主要的是机器人的脚脚竟然是可以磁吸的，你可以把他放在可以磁吸的地方，防止弄丢，真的不要太方便！

4大周边送到粉丝心坎上

#给自己插上快充 #绿联 #易烱千玺

炒鸡可爱呀！！🥰会动的小羊🥰（虽然官方说是小狗🥰）#易烱千玺新代言绿联 #绿联充电宝

是谁还没买到易烱千玺绿联惊喜联接礼盒

#易烱千玺 #易烱千玺绿联全球品牌代言人 #品质新体验

是开箱[亲一]效萌翻，周边



立牌 组合小卡 冰箱贴 灯光画

真的太好看了啊啊啊啊

绿联你也太会了叭

这个充电器太可爱了“……”还有那个包装盒

了，抽拉可以

小绿#易烱千

谁还没有可 发货好快充电宝真的很好看质感的质量超好还有可爱的小羊头🥰（虽然官方说是小狗🥰）#易烱千玺 #绿联 #易烱千玺绿联

充电器也很好看呀有夜灯功能超有爱心的~事业玺真的绝美质感特别特别好我最爱的几张嘻嘻#易烱千玺 #易烱千玺绿联 #易烱千玺同款 #排插

定制表情粉丝“指狗为羊”



人可爱到了~



绿联请给这位产品经理加工资好吗

早 充电器

语的和wink的！拓展坞是持续跳动的👉

灯光画也很好看 这波代言人赠礼我是吃下了

@UGREEN绿联 @绿联

#易烱千玺绿联全球品牌代言人 #易烱千玺 #绿联

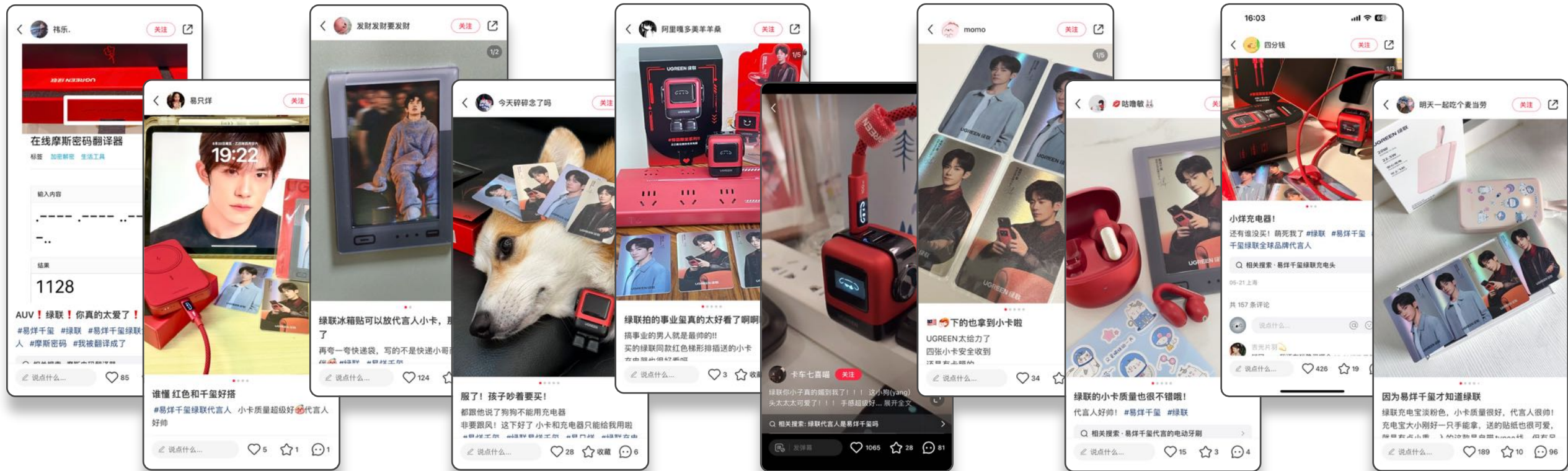
是谁收到了大佬的新代言啊~#易烱千玺 #易烱千玺千玺 #易烱千玺 @UGREEN绿联

#易烱千玺同款 #玺子哥 #易烱千玺绿联全球品牌代

- 惊喜联接礼盒 -

“这是什么神仙设计！”

亮点5：开箱见玺，限定设计硬控鸟姐
品牌礼盒加亿点点惊喜，“小狗羊”成为品牌社交ICON



粉丝第一时间入手易烊千玺同款，在社交平台开启花式晒晒晒模式

“非粉都震惊的排面！”

亮点6：全国地广，构建高频品牌地图

全国地广包围式刷屏，辐射线下多维场景，助力品牌升维破圈

「品质新体验数码选绿联」辐射超 **24亿人次**

深入全国线下流量高地，广泛撩拨粉丝

4城 惊喜联接大屏 **19城** 机场限时彩蛋屏

10城 商圈地标大屏 **120个** 重点城市商场刷屏 **20城** 电梯屏

31城 城市流量枢纽机场刷屏 **44座** 核心流量集散地高铁站刷屏



“红线到红毯强势刷脸！”

亮点7：借势戛纳，影视场景精准覆盖
紧跟易烱千玺作品闪耀戛纳热点，硬广伴随强化高端心智



绿联伴随 66 个艺人话题登上热搜，强势捆绑国际A级电影节，精准覆盖影视爱好者人群

绿联霸霸高端不高冷!

亮点8：有效互动，惊喜福利助力引流 线上线下福利引流转化，深度粉运搅动粉圈提升活跃度

钩。

引。

撩。

稀缺福利线上引流——亲签抽奖吸引14万人

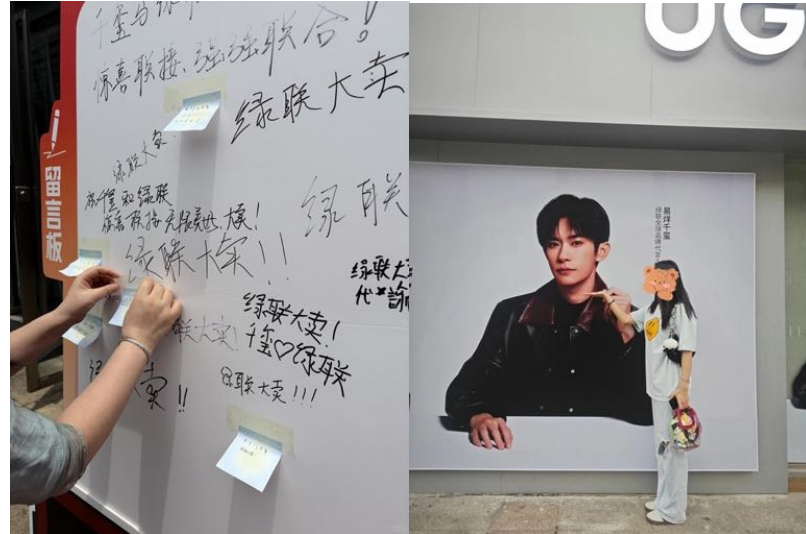


吃饱和_-睡好好 :哇哇哇签名照!!! #易烊千玺绿联全球品牌代言人#
25-5-22 20:32 来自河南 184

小猫烊手饼 :OMG! 是签名照!! 大家快参与!
25-5-22 20:30 来自广东 165

设置电商会员券为大概率奖项，引导入会领取

情绪体验线下进店——4城粉丝参与打卡留言



大红墨 :大家周末都去全国7城绿联限定门店打卡了没? 长沙鸟鸟好热情啊~ 留言板都快写满了! 积极参与霸霸门店活动还能抽奖哦~ 不要放过这个绿联!
25-5-24 16:47 发布于北京 来自大红墨的HarmonyOS设备

线下互动线上翻牌提升粉丝分享欲

持续互动提升粘性——跟进代言人动向博好感



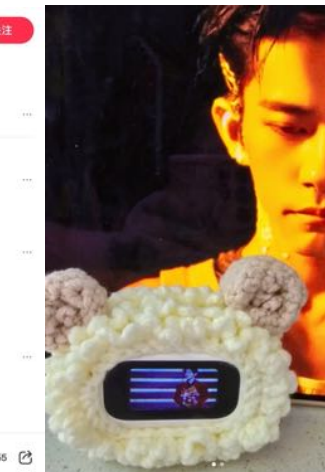
我要冒充僵尸粉儿 :骄傲不?
25-5-23 17:06 来自四川 17

九九七九 :霸霸太爱啦
25-5-23 17:04 来自江苏 16

实时跟进代言人热点为品牌高效刷脸

权威追星神器进入内娱!

亮点9：持续助销，辐射泛娱乐人群 粉丝花式开发屏显耳机用途，UGC解锁耳机新姿势





实力种草双向奔赴!

亮点10: 精准种草, 持续蓄水助力618 超长战线达人合作, 助力攻下高端数码心智「第一顺位」



粉运打卡开箱

娱乐热点话题

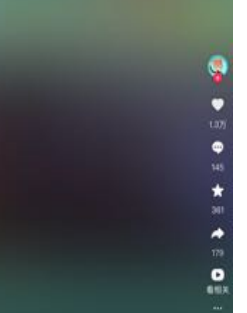
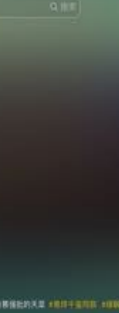


数码垂类科普

场景人群植入

VLOG#71 逐渐进入期末状态/夜间型学习人/练舞日常/新卡包三期...

数码圈又来一个搞事的!



节点情侣送礼

职场日常安利

UGREEN 绿联

品质新体验 数码选绿联

02

「项目成果」

PROJECT RESULTS



易烊千玺
绿联全球品牌代言人

UGREEN x JacksonYee

转化数据概览

各品类及单品

共斩获35个榜单 TOP1

代言人同款 - 惊喜联接礼盒

天猫移动电源5月21日交易总量榜 **TOP1**

代言人同款-云端收藏家定制款NAS礼盒

火爆热销 快速抢空

Magic系列触控彩屏耳机

销量环比增长

333%

T6 梯形插排

京东20W国标插座热卖榜

TOP1

磁吸无线充电宝

京东磁吸充电宝热卖榜

TOP1

代言人同款充电器

天猫手机充电器5月21日交易总量榜

TOP1

代言人同款数据线

天猫手机数据线5月21日交易总量榜

TOP1

(数据来源: 天猫生意参谋、京东商智、天猫榜单、京东排行榜、竞速榜、抖音电商罗盘; 时间: 2025年5月13日20:00-6月18日23:59)

UGREEN x Jackson Yee

传播数据概览

全域总曝光：36.7亿

线上持续曝光

≈ **875,740,000** 总曝光量

线下高效触达

≈ **2,802,640,000** 总人次

微博话题阅读总量

46,900万

官宣TVC播放总量

4,000万

官方矩阵涨粉数

39.9万

官方自媒体曝光量

26,700万

线上媒介总曝光

1,118万

(数据统计截止至2025.06.01, 数据持续增长中)

UGREEN x Jackson Yee

传播数据概览

社交引爆

自然热点霸榜

10个

热搜话题累计阅读量

2.8亿

绿联品牌社交声量较项目前提升

+3327%

绿联代言人官宣 营销全周期

用户联结&心智渗透

核心竞品声量对比

TOP1

较目前
涉及社交热议度提升

+137%

营销期内绿联实现
充电宝、充电头、充电线、NAS赛道声量

NO.1

品牌拥护

营销期间绿联兴趣用户环比扩容

6656.67%

拉拽兴趣用户圈层

娱乐明星、电影电视
旅游出行等

绿联以微博平台为核心，打造全周期热点营销，实现热点兴趣人群的牵引和转化，从社交引爆>心智渗透>用户联结>品牌拥护，全路径实现用户深度沟通

(数据统计截止至2025.06.01，数据持续增长中)

线上

6大维度齐发力 搅动粉丝情绪扩大曝光

总曝光

86,456

万人次

微博话题阅读量
曝光

46,900万

微博、朋友圈硬广资源
曝光

36,500万

核心物料官方矩阵传播
曝光

4,000万

官方自媒体矩阵
涨粉

399,000

线上H5互动
曝光

142,459

粉丝运营互动
数量

28,300

线上媒体投放策略：以事件为核心，助力品牌内容快速传播

内容话题矩阵

明星X品牌话题 话题矩阵热搜霸榜、增加品牌声势

品牌官宣氛围

微博开机、大视窗、搜索推广等多资源曝光

破圈互动

数码、幽默多领域达人发酵绿联热点，助力绿联打开品牌知名度

(曝光数据统计截止至2025.06.01，数据持续增长中)

户外

5大重点媒体 包围式触达

总曝光

280,264

万人次

事件地标
曝光

2,667万

商圈地标
曝光

4,665万

城市商场
曝光

42,100万

机场枢纽
曝光

14,020万

高铁枢纽
曝光

13,812万

商业楼宇
曝光

203,000万

UGREEN

线下媒体投放策略：高渗透率核心场景全覆盖，B+C端双收割

品牌事件破圈

成为热点 | 调动情绪 | 品牌感知

4城 惊喜联接大屏

19城 机场限时彩蛋屏

扩大品牌势能

核心市场 | 全域共振 | 闭环沟通

10城 商圈地标大屏

120个 重点城市商场刷屏

20城 商业楼宇电梯屏

增进价值感知

精准触达 | 细分群体 | 强化差异

31城 城市流量枢纽机场刷屏

44座 核心流量集散地高铁站刷屏

感知

认知

认同

体验

(曝光数据统计截止至2025.06.01，数据持续增长中)

效果解析：用户心智变化

对比竞品，由易烱千玺带来的品牌热议度高于竞品2倍左右



易烱千玺官宣为品牌及产品带来讨论；**旅游**等营销场景热议凸显

明星相关：42.5%

易烱千玺、代言人、全球、tfboys、千玺等

品牌产品：20.3%

绿联、品牌、nas、充电、ugreen、充电宝等

功能卖点：9.8%

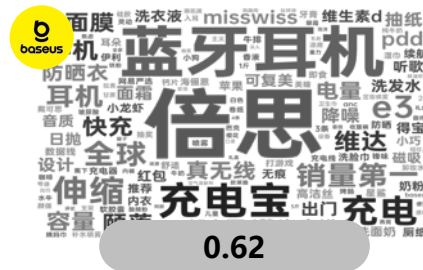
品质、存储、数据、科技、内存、价格等

场景热议：10.9%

旅游、生活、照片、视频、回忆、端午等

用户感知：7.4%

美好、惊喜、新体验、喜欢、期待、支持等



薛凯琪音频挚友为品牌带来讨论；**市场销量性**宣传引发用户热议

明星相关：10.2%

薛凯琪、琪遇、音频挚友

品牌产品：37.3%

倍思、蓝牙耳机、耳机、充电宝、**销量第一**、e3

功能卖点：21.7%

伸缩、电量、容量、降噪、设计、续航等

场景热议：5.5%

听歌、出门、夏日、打游戏等

用户感知：2.9%

好物、喜欢、心动、推荐、同款、值得等



热议聚焦**品牌资产**相关内容，对具体产品、使用场景等热议较少

明星相关：0%

品牌产品：27.3%

安克创新、**关税**、**营收**、投资、充电器、充电头等

功能卖点：16.2%

科技、设计、智能、磁吸、创新、功能、便携等

场景热议：2.5%

出行、国外等

用户感知：1.1%

倾向、偏好、推荐等

(*数据来源：微博圆点CIRCLE社交大数据平台，2025.5.19-5.27)

效果解析：行业赛道占位

全周期热点流量绑定，助力单品讨论量飙升

「充电宝」讨论词云



排序	营销前	营销后
1	罗马仕	绿联
2	华为	iQOO
3	OPPO	小米
4	苹果	华为
5	iQOO	罗马仕

提及词频
+2411%

「充电头」讨论词云



排序	营销前	营销后
1	苹果	绿联
2	绿联	苹果
3	小米	小米
4	华为	华为
5	酷态科	iQOO

提及词频
+1421%

「充电线」讨论词云



排序	营销前	营销后
1	苹果	绿联
2	华为	苹果
3	倍思	iQOO
4	小米	罗马仕
5	罗马仕	华为

提及词频
+3978%

「NAS」讨论词云



排序	营销前	营销后
1	绿联	绿联
2	华为	华为
3	联想	极空间
4	极空间	联想
5	威联通	

提及词频
+1111%

从四大行业来看，全周期热点流量绑定助力绿联充电宝、充电头、充电线、NAS赛道占位提升至**TOP1**

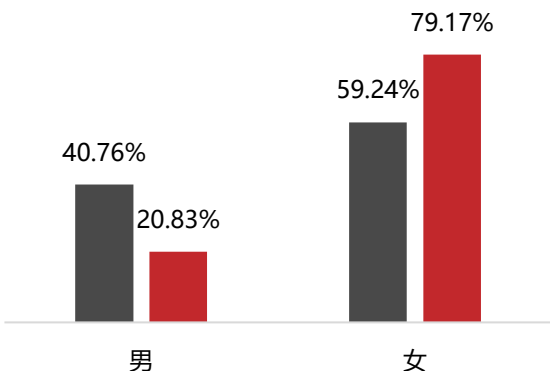
(*数据来源：微博圆点CIRCLE社交大数据平台，2025.5.19-5.27)

效果解析：兴趣人群扩圈

绿联成功撬动易烱千玺星粉关注，营销后女性用户增长

【项目前后绿联品牌兴趣人群画像对比】

女性用户增长19.93%

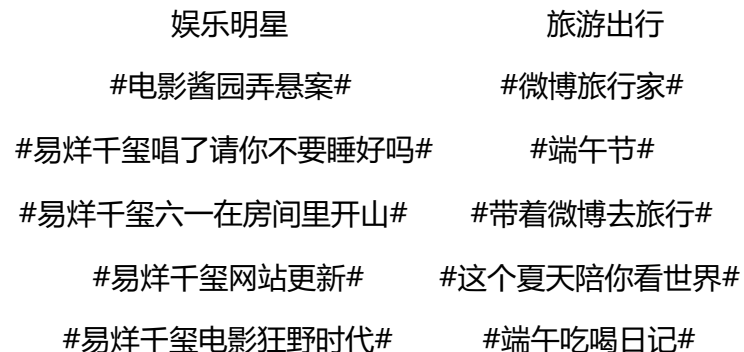


■ 营销前绿联兴趣人群 ■ 营销期绿联兴趣人群

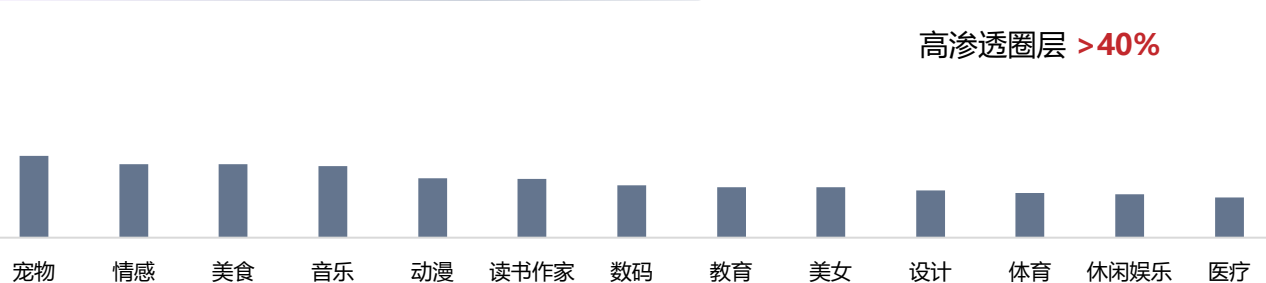
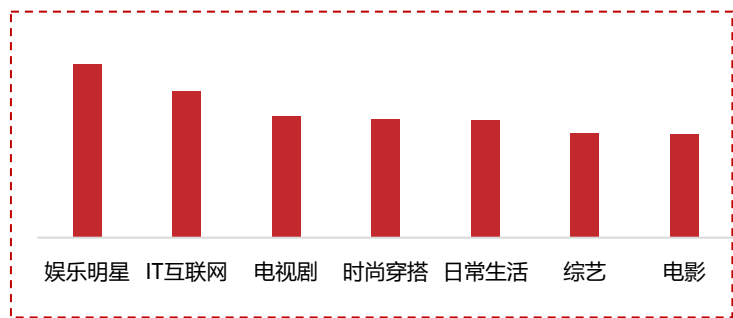
兴趣标签增幅 TOP10



品牌兴趣人群共同关注话题



兴趣标签 TOP20



高渗透圈层 >40%

效果解析：兴趣人群扩容

绿联官宣营销期有效激活星粉带动品牌热议

易烱千玺兴趣人群



- 易烱千玺兴趣人群对绿联兴趣人群的贡献率为53.42%

53.42%

绿联品牌兴趣人群



- 通过本次投放，绿联品牌兴趣用户量提升了6656.67%

6656.67%

易烱千玺官宣营销
让更多用户了解绿联品牌

从不认识品牌到认识

- 绿联可不是小品牌！是一家集研发、设计、生产和销售于一体的国家级高新技术企业哦，是妥妥的实力派，跟易烱千玺的优秀演技实力那是相对匹配

从围观品牌到支持品牌

- 绿联官宣易烱千玺为全球品牌代言人啦！支持绿联和千玺
- 支持易烱千玺，和绿联一起与美好相联
- 易烱千玺卡套没想到是品牌自带的，细节住了

从支持品牌到购买产品

- 又买了绿联的钢化膜...家人们都给我买
- 买了个绿联的充电宝，感觉好高级。
- 正好需要充电器和耳机，看到千玺代言就买了，以前没用过绿联还有点担心，没想到好好用，耳机这么便宜居然这么智能

官宣后粉丝热议变化

线上

3大品牌话题关联心智曝光近3.5亿

热搜总榜TOP3

UGREEN 绿联
品质新体验
数码选绿联

#易烊千玺绿联全球品牌代言人#

绿联
阅读量1.9亿 讨论量80.8万 详情>
主持人: UGREEN绿联

综合 AI智搜 实时 视频 图片 关注 +

和易烊千玺一起惊喜联接无限美好

代言人话题
#易烊千玺绿联全球品牌代言人#

话题阅读量 **1.9 亿**

80.8万
话题讨论量

135.9万
话题互动量

绿联 #品质新体验数码选绿联#

阅读量1.1亿 讨论量153.9万 详情>
主持人: UGREEN绿联

综合 AI智搜 实时 视频 图片 关注 +

绿联 UGREEN 绿联
[关注] 5-26 深圳市绿联科技股... ✓已关注

#品质新体验数码选绿联#
说好的惊喜联接
就要一起联接 soon 天与地, 抵达新境
31城机场、46座高铁站刷屏直拍来啦
你们, 和惊喜偶遇了吗?
#惊喜联接无限美好#
#易烊千玺绿联全球品牌代言人# UGREEN 绿联
的微博视频

品牌话题
#品质新体验数码选绿联#

话题阅读量 **1.1 亿**

153.9万
话题讨论量

338.2万
话题互动量

绿联 #惊喜联接无限美好#

阅读量4580.3万 讨论量23.7万 详情>
主持人: UGREEN绿联

综合 AI智搜 实时 视频 图片 关注 +

绿联 UGREEN 绿联
[关注] 5-26 深圳市绿联科技股... ✓已关注

#品质新体验数码选绿联#
说好的惊喜联接
就要一起联接 soon 天与地, 抵达新境
31城机场、46座高铁站刷屏直拍来啦
你们, 和惊喜偶遇了吗?
#惊喜联接无限美好#
#易烊千玺绿联全球品牌代言人# UGREEN 绿联
的微博视频

品牌话题
#惊喜联接无限美好#

话题阅读量 **4580.3 万**

23.7万
话题讨论量

76万
话题互动量

(数据统计截止至2025.06.01, 数据持续增长中)

线上

7大产品向话题引爆舆论曝光近1亿

热搜总榜TOP10

#今年521红线是易烱千玺牵的# 热搜

阅读量2137.8万 讨论量3.1万 详情>
主持人: 娱乐有饭 | 5家媒体发布

综合 **Ai智搜** 实时 视频 图片 关注 +

浴中奇思 置顶 5-21 搞笑幽默博主 +关注

刚刚过完了 520, 521 又来了, 只是没想到今天的红线是易烱千玺牵的绿联数据线 😂 让我看看谁被牵到了? 🙄 #今年 521红线是易烱千玺牵的#

野生话题

#今年521红线是易烱千玺牵的#

话题阅读量 **2137.8万**

3.1万
话题讨论量

9.6万
话题互动量

热搜总榜TOP18

#易烱千玺是懂内存焦虑的# 热搜

阅读量851.7万 讨论量1.3万 详情>
主持人: 新浪明星 | 5家媒体发布

综合 **Ai智搜** 实时 视频 图片 关注 +

新浪明星 置顶 5-21 新浪明星频道官方... +关注

#易烱千玺是懂内存焦虑的# 易烱千玺用镜头定格云朵的刹那, 就像为美好瞬间按下了永恒键。当他轻敲按键传输数据, 那些珍贵的灵感与回忆, 都在大容量存储中找到了安心的家。原来科技与诗意可以完美融合, 让每一个生活碎片都能被妥善珍藏, 不被遗忘!

野生话题

#易烱千玺是懂内存焦虑的#

话题阅读量 **851.7万**

1.3万
话题讨论量

3.1万
话题互动量

热搜总榜TOP24

#早知道有NAS就不换手机了# 热搜

阅读量1160万 讨论量4.7万 详情>
主持人: 微博数码

综合 **Ai智搜** 实时 视频 图片 关注 +

微博数码 置顶 5-21 微博数码官方微博 +关注

#早知道有NAS就不换手机了# 手机天天弹窗“存储空间不足”, 换手机最心疼的不是花钱, 而是要花几小时备份照片、转移资料, 折腾得精疲力尽。

如果NAS在手, 这些烦恼根本不会有——照片视频自动备份, 手机瞬间瘦身, 原画质回忆随时... 全文

野生话题

#早知道有NAS就不换手机了#

话题阅读量 **1160万**

4.7万
话题讨论量

16.7万
话题互动量

(数据统计截止至2025.06.01, 数据持续增长中)

线上

7大产品向话题引爆舆论曝光近1亿

热搜总榜TOP17

#谁懂绿联NAS带来的安全感#

阅读量787.3万 讨论量2.3万 详情>

主持人: 新浪热点 | 9家媒体发布

数据总览	全部	24小时	30天
787.3万	2.3万	7.8万	187
阅读量	讨论量	互动量	阅读量

新浪热点 5-21 新浪热点官方微博

【#谁懂绿联NAS带来的安全感#】在这个数字时代，我们的照片、文档、工作资料几乎都存放在电子设备或云端中，但设备存储不足、隐私泄露、数据丢失的风险也随之而来。绿联NAS DH4300 Plus，为你的数据筑起铜墙铁壁—它将文件存储在NAS本地，无需再依赖第三方云服务，让隐私从此告别“裸奔”时代。... 全文

和大家一起讨论

热搜总榜TOP41

#充电太慢竟然是数据线的锅#

2.1万讨论 2551.9万阅读

DTCHAT 5-21 数码博主

安全无小事，充电有常识！想不到吧#充电太慢竟然是数据线的锅#

劣质线：充电龟速+发热刺客（偷偷用铝镀铜芯，发热大有可能自然🔥）

优质线：秒充王者+安全卫士（镀锡铜芯+抗干扰铠甲，100W战神🔥）

快把发热刺客换成快充战神！安全用电从换线开始，懂？👉 DTCHAT的微博视频

793万次观看 两条数据差不多的充电线 04:21

385 661 2934

Miss沐夏 5-21 美妆博主

#充电太慢竟然是数据线的锅##今年521红线是易

和大家一起讨论

热搜总榜TOP38

#电量自由是打工人最后的倔强#

57讨论 3.5万阅读

互联网名场面 5-21 搞笑幽默博主

#办公室高效偷电指南# 从入门到精通（一点心眼子全用来偷电了）

表面上的我：这个方案要怎么修改

实际上的我：还能“偷”点什么好

清晨打工仪式感：工作能力不详 工作目... 全文

213 376 2839

热门转发

和大家一起讨论

热搜总榜TOP29

#共享充电薅走的钱够买多少充电宝#

2万讨论 1990万阅读

兔撕鸡大老爷 5-21 2024微博年度新知博主

共享充电宝刺客大家遇到过嘛!! 来算算一年里你在共享充电宝上花了多少钱?

我在大理住的那会儿，爬苍山逛古城看洱海还有拍照，最怕的就是手机先没电，景区共享宝50/天，还的时候还要跑老远! 玩个三四天，充电的钱都够吃好几顿豪华火锅了! 我仿佛我落泪我... 全文

期待你的回答...

数据 分享

线上

官宣TVC官方矩阵号曝光达4000万

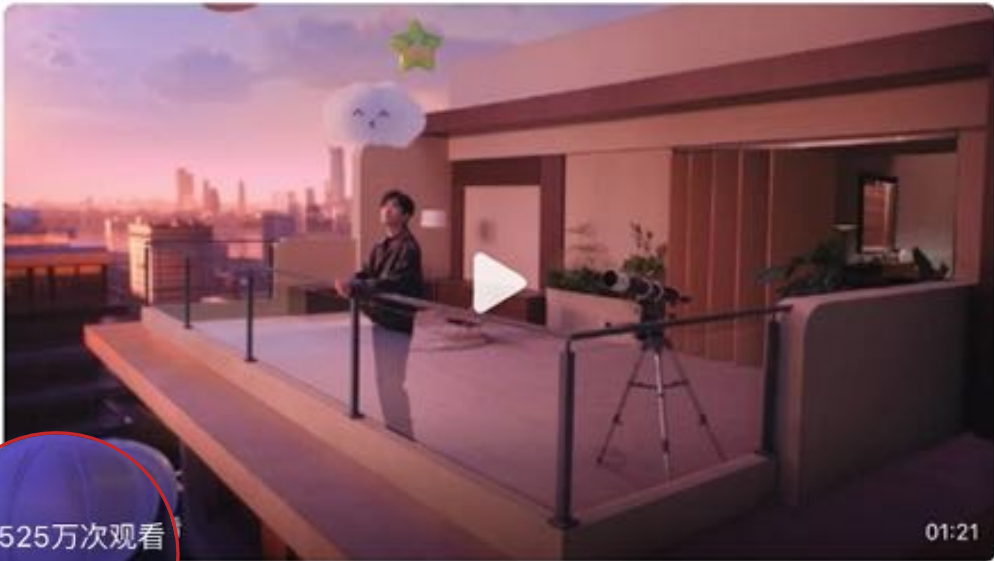
代言人与品牌同时官宣共创《云端藏馆》TVC大片，赋能品牌声量高质增长



TFBOYS-易烊千玺 与 UGREEN绿联 的共创微博

5-21 12:18 来自 微博视频号

很高兴成为绿联全球品牌代言人，期待与@UGREEN绿联一起，联接无限美好，开启品质数码新体验。#品质新体验数码选绿联# UGREEN绿联的微博视频



3525万次观看

100万+

9.3万

107万

4000万+

总播放量预估

125万+

总互动量预估



视频号



小红书



抖音



公众号

(数据统计截止至2025.06.01, 数据持续增长中)

线上

官方海外核心内容传播数据曝光18万

在马来、越南这两个市场有触达到粉丝并引起自传播，尤其是越南，有较大量的粉丝自来水进行帖子转赞评



18万+
媒总曝光量
(impression)

10.7万+
媒总触达人数
(reach)

1.8万+
转赞评互动量
(engagement)

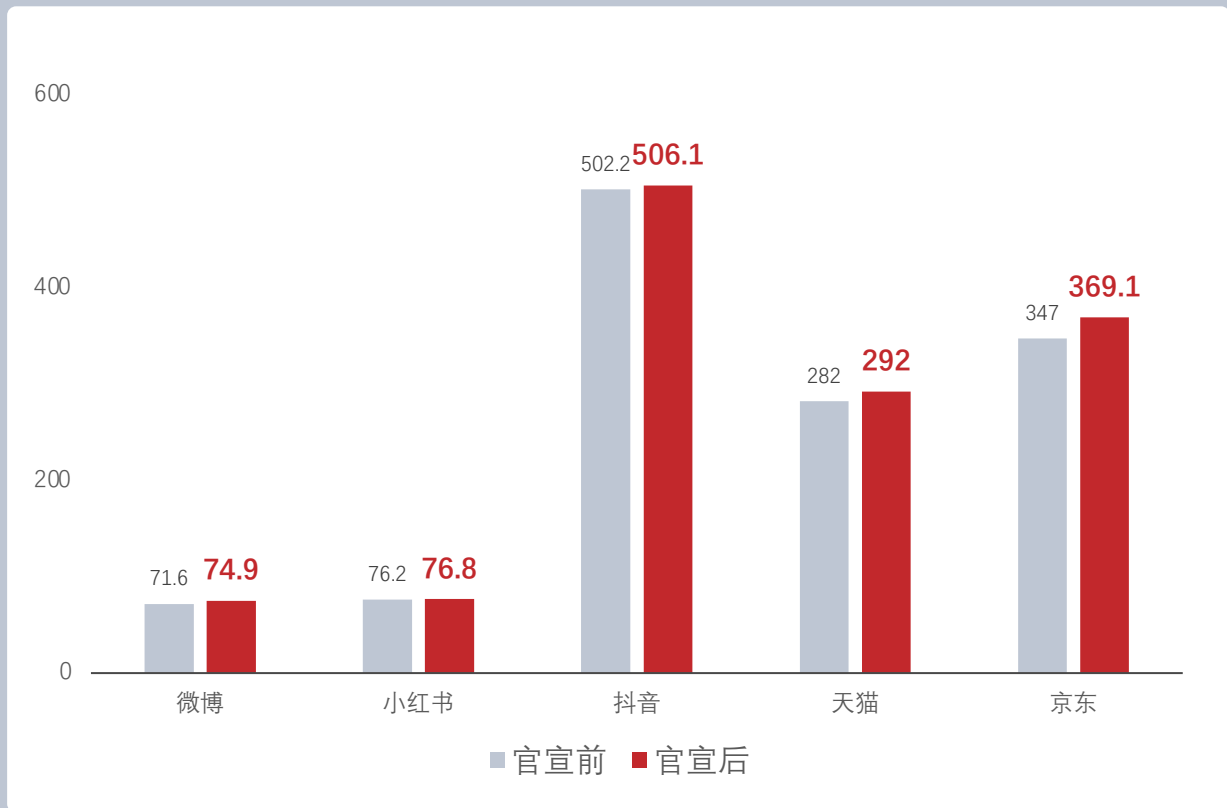


(数据统计截止至2025.06.01, 数据持续增长中)

线上

官宣期间官方矩阵号涨粉量近39.9万

官宣期间，粉丝化身“自来水”涌入绿联官方平台，各账号粉丝数大幅增加，彰显品牌超高人气与商业价值



(数据统计截止至2025.06.01, 数据持续增长中)

线上

定制互动H5高效裂变吸引超14万浏览

【溢出服务】定制惊喜联接互动H5，增加品牌曝光，收割私域及公域流量，引流用户，提升黏性和忠诚度



H5总浏览量
活动期间点击进入活动页面的浏览量

142,459次

H5总访客数
活动期间登录访问的总人数

96,547人

H5总参与用户量
活动期间参与互动的总人数

54,153人

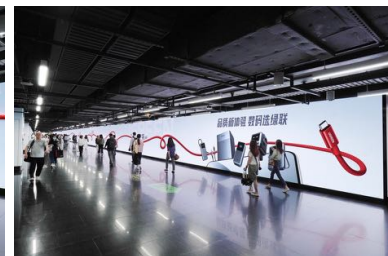


户外

4城惊喜联接事件大屏曝光2667万人次

📍 上海 陆家嘴站地铁2号线与14号线换乘通道112m大屏

(传播时间: 0521-0527)



户外

4城惊喜联接事件大屏曝光2667万人次

📍 北京 朝阳区三里屯南路甲1号通盈中心



📍 深圳 大中华国际金融中心IFC希尔顿



(传播时间: 0521-0527)

户外

4城惊喜联接事件大屏曝光2667万人次

📍 长沙 国金中心南广场对面



(传播时间: 0521-0527)

户外

10城商圈地标大屏曝光4665万人次

📍 广州 天河万菱汇广场屏



📍 深圳 华强北现代之窗屏



📍 北京 西单君太百货屏



📍 上海 南京东路第一百货1088屏



📍 南京 金陵巨幕2688屏



(传播时间: 0521-0527)

整合营销效果总结

UGREEN x JacksonYee

年轻的品质顶流与高端数码品牌携手站在新起点

绿联在布局品牌全球战略的关键节点，及时感知市场趋势变化后，洞察科技消费者从“性价比”转向“价值感”的需求，与00后品质感演员易烱千玺携手，用更成熟、更有表达力的方式，连接新生代年轻数码群体的精神共识。

绿联通过官宣全球品牌代言人一系列整合营销，为品牌沉淀大量新粉丝，带动消费新流量，助力品牌破圈，撬动“高端数码”心智，在“品牌人格化”路径上正式起航。



UGREEN 绿联

品质新体验 数码选绿联

聚势·明星顶流

绿联“维度跃升”全域营销模型，引领品牌质变

- 品牌名称：UGREEN绿联
- 所属行业：数码3C
- 执行时间：2025.03.07-2025.06.18
- 参选类别：移动营销赛道-案例类-经营增长 行业类别-3C类



易烊千玺
绿联全球品牌代言人