

新年，和天猫一起看《小小的我》

- **品牌名称：**天猫
- **所属行业：**网络平台及服务类
- **执行时间：**2024.12.26-2025.01.10
- **参选类别：**公益营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<http://t.cn/A6uRv3Ut>

项目背景

新年伊始，**天猫携手品牌代言人易烊千玺**，以其主演的公益题材电影《小小的我》，并联动阿里巴巴公益，率先响应“苔花公约”公益行动，支持无障碍事业发展。

项目围绕「新年和天猫一起看《小小的我》」这一核心主题，通过**线上【站内互动抽奖】**吸引用户关注电影+ **线下【十城限定观影专场】**传递天猫公益价值，让更多人关注无障碍事业和“苔花公约”，呼吁社会给予残障人士公平的接受教育、参与劳动和自我发展的机会。

◆ 行业背景

电影与品牌的跨界合作愈发频繁，尤其是借助明星代言人和电影的影响力，品牌能够快速提升曝光度和用户粘性。天猫通过代言人《小小的我》热点营销，能够有效触达目标受众，透传天猫响应和倡导苔花公约价值主张。

在公益营销领域，消费者更加关注品牌在社会责任和公益事业方面的表现，品牌的公益行动成为影响消费者选择的重要因素。天猫始终践行企业社会责任。从“关注老年人健忘问题”到“科技助残”再到“苔花公约倡导”展现公益形象。

◆ 营销挑战

代言人心智透传：如何在短时间内在粉丝群体/路人等多圈层，透传天猫响应并倡导苔花公约的公益价值主张是本次传播的核心难点。同时如何将这些粉丝流量引导到天猫平台，并自发二次传播成为营销策略中的关键任务。

公益议题传播的敏感性：电影《小小的我》以残障群体为核心叙事，涉及无障碍社会建设等公益议题，社会讨论度高但同时话题敏感。在传播过程中，需要确保信息传递的准确性，避免引发争议。因此，在内容策划、文案表达及话题运营上，始终保持克制与尊重，确保信息的正向传播。



项目目标

天猫品牌声量提升：通过《小小的我》与天猫的深度联动提升天猫新年品牌营销的曝光度，强化天猫与代言人易烊千玺心智绑定。

天猫公益价值传递：通过公益观影专场等营销活动，展现天猫的社会责任感，塑造正面的品牌形象，深化天猫的社会形象和价值。

◆ 阶段目标

第一阶段预热期

预热并官宣《小小的我》天猫新年剧场活动。

精准覆盖易烊千玺粉丝、电影爱好者、泛娱乐用户等群体，通过全平台透传活动信息，引导用户进站互动赢电影票、官方电影周边等，提升热度和曝光量，

第二阶段爆发期

线下开启北京/上海/杭州等10城限定专场接力，重点打造杭州公益专场。

覆盖易烊千玺粉丝、残障人士、路人及本地媒体等多圈层互动参与，并依托微博同城/全国热搜引爆话题热度，实现微博、微信、社群、豆瓣及媒体全平台传播，通过城市专场+公益专场打造现象级公益讨论热潮。

第三阶段长尾期

持续透传10城限定专场、杭州公益专场。

通过主流媒体报道、易烊千玺粉丝自发传播等方式，持续放大活动影响力，重点传递天猫社会责任担当，塑造天猫温度与人文关怀形象，实现公益价值的深度沉淀与长效传播。

策略与创意



• 整合代言人+品牌+公益主题，打造跨年档差异化营销

以天猫代言人易烊千玺主演的公益电影《小小的我》为核心，围绕「新年和天猫一起看小小的我」这一传播主线，**精准结合代言人影响力+跨年档电影+公益议题**，实现品牌、电影、社会责任的深度联动。

• 线上+线下双线并行，构建立体化传播矩阵

线上互动依托「**淘宝搜索互动抽奖**」，吸引更多用户进站参与；**线下10城包场观影**设置**专属打卡点和伴手礼**，增强粉丝的沉浸式体验，品牌互动实现从线上搜索到线下体验，再到用户自主传播的完整闭环。

• 10城媒体深度联动，多平台发布观影repo助推声量

定向邀请北京、上海、成都、广州、深圳、杭州、南京、天津、青岛、西安等超过20家媒体参与线下观影，**多渠道发布影评和观影报道**，解析电影内容及天猫公益专场的社会价值，形成更广泛的传播扩散。

• 杭州公益专场观影，让天猫的品牌温度具象化

杭州公益专场由天猫携手阿里巴巴公益、浙江省残疾人福利基金会共同发起，**邀请残障人士代表、残奥/亚残冠军等嘉宾参与观影**，并现场分享他们的故事，让苔花公约的倡导得到更广泛传播。





执行过程/媒体表现

第一阶段：预热期——精准覆盖，构建用户期待

活动前期，以“新年和天猫一起看小小的我”为传播主线，官宣《小小的我》天猫新年剧场，精准覆盖易烱千玺粉丝、电影爱好者、泛娱乐用户等核心群体。

依托 微博、小红书、抖音、豆瓣 等多平台矩阵式扩散，全方位透传活动信息。并通过淘宝&天猫搜索互动（搜索「易烱千玺小小的我」），引导用户参与互动抽奖，赢取电影票、官方周边等权益，提升粉丝关注度与站内参与度。在官博发布+粉丝+KOL扩散的推动下，活动热度逐步升温，为后续爆发期奠定基础。



- **第二阶段：爆发期——十城联动，引爆观影热度**

活动正式开启后，北京、上海、杭州等10座核心城市线下观影专场接力启动，进一步强化品牌影响力。

其中，杭州公益专场作为重点场次，联动阿里巴巴公益、浙江省残疾人福利基金会，邀请残障人士代表、残奥/亚残冠军等嘉宾参与观影，并现场分享他们的经历，让无障碍社会理念得到更深层次的传播。

媒介策略上，微博全国+同城热搜、小红书发布、本地媒体深度联动，实现更精准的用户覆盖。借助 微博双热搜+高互动内容，引爆观众关注，扩散电影公益理念。



• 第三阶段：长尾期——持续透传，深化品牌社会责任

观影专场结束后，活动进入长尾传播阶段，进一步放大品牌公益价值。

本地媒体持续发布影评repo，粉丝在微博、小红书、抖音等社交平台持续分享观影体验、现场伴手礼、苔花公约等，进一步扩展活动影响力，使电影话题与天猫公益形象在社交平台持续发酵。

此外，杭州公益专场线下回顾TVC 发布，将活动的公益理念更加全面呈现，进一步深化天猫在无障碍事业、品牌社会责任层面的长期影响力，使品牌温度实现可感知的沉淀与延续。



效果与市场反馈

- **传播数据总览：总曝光量：14.3亿+；总互动量：220万+**

- **热搜影响力：全国+同城双维度热度破圈**

天猫《小小的我》十城观影专场活动期间，共成功登上**1个**全国热搜和**4个**同城热搜，总阅读量达**2,492.5万+**，总互动量达**18.1万+**。以下是本次登上热搜的具体话题：全国热搜话题#易烱千玺送的新年苔花真的开了#；同城热搜话题#小小的我杭州场太暖心了#、#成都人看小小的我暖心开年#、#解锁北京跨年新姿势#、#北京跨年氛围从这场小小的我开始#。

其中杭州场观影的全国热搜话题#易烱千玺送的新年苔花真的开了#多榜单曝光，登上总榜热搜最高**第26位**，在榜**1小时15分钟**，文娱热搜最高**第15位**，在榜**3小时44分钟**，新浪热榜**第34位**，微博视频榜**第29位**等多项榜单，有效扩大了公益传播声量。

- **官方发声引领热度，强化代言人心智与品牌温度**

官博累计发布**12条**活动相关内容，总互动量突破**10.7万+**，其中官宣微博点赞**破万**，互动量达**1.8万+**，展现出代言人强劲的粉丝号召力与路人讨论度。杭州公益专场作为本次活动的核心公益落点，线下活动回顾视频发布后，全网播放量突破**50万+**，让无障碍精神从银幕延展至现实。

- **多平台联动，推动活动破圈传播**

本次活动依托微博、小红书、抖音、豆瓣及社群等多平台构建全链路传播体系，实现从核心粉丝圈层到泛用户的破圈扩散。通过粉丝互动、KOL扩散、自来水带动和社群，全方位提升《小小的我》天猫十城限定专场的声量。微博端，活动联动粉丝大V及**23位**KOL（涵盖娱乐、明星、本地生活等领域），累计发布**600+**篇内容，总互动量超**8万+**。粉丝盖楼帖留言超**2000+**条，分享观影期待与新年愿望，形成高粘性互动。小红书平台上，粉丝以及影迷产出官宣、观影攻略、中奖记录、打卡分享等内容，总曝光量**40万+**，阅读量**12.8万+**，#新年和天猫一起看小小的我#话题关联笔记**3575+**篇。社群端，活动同步覆盖粉丝及本地社群，精准触达**7300+**用户，并在**10个**豆瓣小组扩散，覆盖**63.3万+**相关用户。UGC传播效果显著，微博自然发文**1500+**篇，抖音用户也积极分享天猫专场观影，每条视频平均互动**近百次**，进一步助推活动热度，实现品牌在多圈层的深度渗透。

10城本地媒体深度参与，助推公益理念传播

天猫《小小的我》十城限定专场观影活动联动 北京、上海、成都、广州、深圳、南京、杭州、天津、青岛、西安 等 **10 座城市**，共 **20+** 家本地媒体 深度参与，形成多城联动效应。杭州公益场作为核心场次，更是吸引了 浙江之声、都市快报、网易财经 等 **7 家** 媒体到场报道。媒体观影repo覆盖 微博、微信及官方网站 等多平台，累计发文 **24+** 篇，并获 第一眼视频、北京时间、网易财经 等 **3 家** 媒体爆文，点赞量破 **1000+**，互动量达 **1500+**，助力活动热度攀升，深化天猫公益品牌心智。

新京报文娱

《小小的我》天猫北京站限定专场成为了一场温情的开年之旅，现场和粉丝们一起打卡更别有仪式感。新的一年，希望我们都能在成长中收获更多勇气与爱。

北京时间

天猫通过温暖的电影放映+新年打卡装置，打造出别具一格的跨年仪式感。看完感慨，仿佛和小时候的自己对了一次话，在最后一天找到前行的力量。2025，让我们一起温暖出发！

10城媒体评价



第1眼视频

成长从来不是一蹴而就，而是生活的点滴积累；困境也从来不是尽头，而是重新开始的契机。2025，天猫用一场温暖电影和贴心伴手礼，传递出新年独特的温度。

青岛早报

电影《小小的我》天猫十城限定专场来到青岛，活动特别设置的天猫专属互动打卡装置让人眼前一亮，粉丝和媒体记者们更是收到了来自新年的伴手礼祝福。2025年，不仅是新的一年，更是成长的新起点。



- **看度新闻**

易烱千玺用细腻表演带我们走进一个温暖又深刻的成长故事，现场观众沉浸感满满，笑声与泪水交织，掌声不断。现场红色传递出新年新收获的美好寓意，2025，从《小小的我》中汲取力量，勇敢面对生活的不完美，收获属于自己的成长与治愈！

- **纵相新闻**

观众在掌声中汲取了勇敢面对生活不完美的启迪，从故事中感悟到属于自己的成长与治愈。2025年，从《小小的我》出发，让这份温暖与力量成为新年的最佳开端！

- **起点新闻**

影院外互动打卡点布置精美，吸引了超多观众拍照留念；场内观影时，全场安静投入，完全沉浸在电影带来的震撼与温暖中。电影通过细腻的镜头语言呈现了残障人士的生活点滴，真实而富有温度。易烱千玺的表演层次感十足，观众几度被触动，但更多的是一种平静却深刻的感动。

- **城市画报**

天猫携手代言人电影作品《小小的我》开启暖心2025，剧情一反传统的平淡，可又和片名意外的吻合。小小的我、微弱的我、但那么有力量，现场暖心打卡装置和伴手礼也为大家留下温暖回忆。

- **浙江之声**

2025的第一部电影送给《小小的我》，剧情一反传统的平淡，可又和片名意外的吻合。小小的我、微弱的我、但那么有力量。《小小的我》天猫公益观影活动为到场每位观影用户都准备了一份暖心的伴手礼，看完了电影，发现观众们自愿将伴手礼中的苔花贴纸贴在了随身物品上。新的一年，让我们打破偏见，用实际行动来尊重与平等对待残障人士的努力和梦想。

- **网易财经**

参与了天猫在杭州举办的《小小的我》公益观影活动，感触颇深。天猫作为苔花公约首批参与单位，鼓励残障人士走出家门，勇敢拥抱世界，作为用人单位，也承诺为残障人士提供更多平等就业机会。让我们一起关注残障群体的勇气与梦想，携手创造一个更包容的世界！