

# 希尔顿 宠你不分大小

- **品牌名称:** 希尔顿
- **所属行业:** 酒店
- **执行时间:** 2025.07.10-09.15
- **参选类别:** IP营销类

## 暑期是全年最核心的出游旺季之一

家庭人群占比高、出行周期长、决策链路更依赖社交内容与口碑

YoY + 3.6%, 105.6 亿流量

2024年暑期全国客流量

YoY + 3.3%  
95亿 客流量



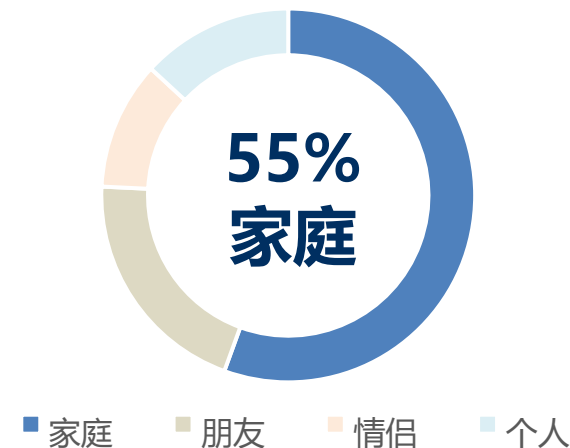
YoY + 6.2%  
8亿 客流量



YoY + 11.8%  
1亿 客流量



2024年暑期全国客流量



亲子研学、宠物友好、深度体验等细分诉求快速抬头  
酒店竞争由“比价格/比位置”转向“比体验/比服务/比场景”

在营销红海与同质化内容包围下，希尔顿需要一个既能破圈、又能把用户认知落到具体酒店体验与服务上

### 品牌目标

强化“家庭出游  
首选、宠物友好”  
的差异化心智



### 传播目标

借IP破圈提升暑  
期声量与覆盖，  
并为39家酒店活  
动实现精准导流



### 效果目标

提升内容种草效  
率与意向转化，  
沉淀可复用的IP  
内容资产与话题  
阵地

## 项目目标

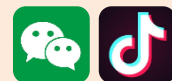
捕捉家庭旅行趋势，包括宠物旅行，并持续推广关注

## 媒体目标

在夏季高峰期加强曝光

支持本地酒店夏季体验项目

## 媒体选择



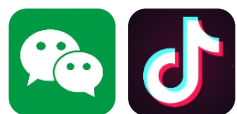
- 通过高日活社交媒体来推广熊猫IP
- DMP针对愿意为熊猫IP展开旅行的潜在家庭旅行者和熊猫爱好者



- 利用小红书曝光KOL在希尔顿旗下酒店的体验.
- 运营资源结合曝光资源，确保在小红书上同步曝光

# IP情感共鸣 × 场景化体验承接

双主线并行，兼顾破圈与转化



## IP破圈主线

以花花的国民度与治愈感作为传播引擎，在高流量触点快速建立“宠你不分大小”的统一记忆



滑动/长按互动  
触发动画



## 酒店体验主线



以39家酒店的亲子设施、宠物服务、夏季活动为内容抓手，通过真实体验内容把卖点转译成用户利益点



# IP破圈主线



## 微信：高覆盖破圈触达

投放轻互动朋友圈广告，重点覆盖T1/T2及重点城市人群，以花花定制动画创意提升注意力与参与感，实现快速心智触达与话题启动



Video Views



Deep Interaction

18.6Mil  
曝光量

147K  
互动量

## 抖音：场景化强曝光与人群扩量



采用DMP定向+“有刷必映”组合：主动触达亲子、旅游、宠物等核心兴趣人群；基于主动搜索行为，扩大触达并强化记忆频次。内容以“熊猫×酒店夏日体验”视频为核心，绑定旅游/熊猫等关键词，在用户浏览旅行内容时实现即时触达



13.2Mil  
曝光量

13.3Mil  
视频观看量

<https://j7y2rftk61.feishu.cn/wiki/KPQ9wYnajiH7WNkuOhicPDt8nib>

# 酒店体验主线



## 小红书：核心种草与话题资产沉淀

以“宠你不分大小”话题页为内容阵地，联动KOL分批输出亲子/携宠真实体验笔记，并在爆发期叠加开屏、热搜、信息流与搜索信息流等资源，实现“看见—搜索—决策”的闭环承接

### 展示广告



14mil  
曝光量

1.4mil  
点击量

### 话题运营



44mil  
火焰话题曝光量

496  
话题贴文

290k  
话题页观看量

44mil  
贴文曝光量

## 项目整体表现

- 项目在7月10日至9月15日开展，涵盖了暑假期间的高峰时期
- 头部社交媒体微信和抖音推广熊猫IP合作
- 小红书为多家酒店的线下体验制造社交热度，刷新平台CTR记录
- 利用IP盲盒及IP主体房促进线下转化

**174mil**  
曝光量

**2.3mil**  
点击量

**1.3%**  
点击率

**24mil**  
视频观看量

**508k**  
互动量

- 优化机制：全程监测CPM、CTR、互动率、完播率等指标，按阶段动态调整预算分配、定向与素材策略；对高表现内容进行加热扩量，对低效素材及时迭代；结合地域筛选与关键词触达提升人群命中率，确保预算效率最大化并稳定推动“曝光—转化”。





**广覆盖与互动：**朋友圈广告曝光1858万次，互动率1.43%，5秒完播率12.21%（超行业基准22%）。在细分人群中，“豪华家庭游”人群表现最佳，CTR 1.67%，ETR 1.83%，验证精准触达能力。



**场景扩量与转化承接：**曝光1320万次，CTR 2.4%（较行业基准提升143%）；带动视频播放1330万次，实现从内容到交易的有效转化。



**种草爆发核心：**总曝光1.02亿次；“宠你不分大小”火焰话题曝光4400万，话题页阅读29万次，相关话题帖496条。资源表现上，开屏CTR 8.52%（较平台基准提升752%），信息流CTR 11.1%（超行业基准107%），有效驱动用户从内容浏览走向搜索与决策。

- 整体而言，项目以IP破圈带动场景种草，以话题阵地沉淀内容资产，强化了希尔顿在亲子与宠物友好赛道的用户认知，并为暑期多酒店矩阵带来可量化的传播与生意增量。