

# 微众银行以“啾~揪~啾~”轻互动引爆秋季社交声量

- 品牌名称：微众银行
- 所属行业：金融业
- 执行时间：2025.11.24-12.09
- 参选类别：创意传播类

# 案例视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

[https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/69240577000000001e03ba7e?source=webshare&xhsshare=pc\\_web&xsec\\_token=ABLz4WwJ2AvQsiZgxsdAtj6QFhGg-ix-7sxELMBKdRLIk=&xsec\\_source=pc\\_share](https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/69240577000000001e03ba7e?source=webshare&xhsshare=pc_web&xsec_token=ABLz4WwJ2AvQsiZgxsdAtj6QFhGg-ix-7sxELMBKdRLIk=&xsec_source=pc_share)

## 同质化与抽象化并存

当前新媒体传播面临**主题同质化与表达抽象化**的难题。品牌应在延续“温暖”基调的同时，着力构建具象化、可感知的沟通符号，以塑造独特影响力

## 互动门槛与传播动力的博弈

面对轻量化内容趋势，**高互动门槛**已成为传播的主要阻力。品牌需要以创意设计实现**低门槛互动**，推动用户从观看至行动，最终转化为传播节点，完成传播动能的循环增益。

## 协同效率与热度续航的考验

在多平台创意传播中，**如何协同内容、避免割裂以形成合力**，并在营销周期内平衡话题爆发与热度维持，成为衡量活动整体成效的关键

微众银行于小红书、微信公众号和微博平台发起「趣秋天」啾~揪~啾~创意传播营销活动

以情感化、场景化内容打破金融品牌传统距离感

将用户的“秋季幸福感”转化为可参与的轻互动，旨在实现品牌与用户持续对话

01

## 品牌情感联结

超越金融属性，在小红书平台建立微众银行温暖、有趣、懂生活的品牌人格，强化情感联结

02

## 用户深度互动

通过低门槛、高创意互动设计，激发用户自发创作与分享，实现从“观看者”到“参与者”的身份转变

03

## 账号资产增长

明确将微众银行小红书官方账号粉丝增长作为核心KPI之一，通过优质内容与活动引流，实现粉丝量有效积累与沉淀

04

## 内容资产沉淀

打造具有季节标志性的品牌内容IP，并积累高质量、可复用的UGC素材

## 核心策略

### 构建独特创意符号

独创“瞅、啾、揪”三重动作符号，将抽象的秋季幸福感转化为可感知、可记录、可传播的具体行为



### 构建一体化传播矩阵

以小红书为核心  
微博、公众号为协同

## 核心创意

以“啾啾啾”为创意支点，打造立体化秋季创意传播营销  
通过符号化动作设计，引导用户从观察到表达、从捕捉到分享，在沉浸式互动中感受季节美好，让微众银行“我们，让更好发生”的品牌形象融入每个秋日片刻

### 创意VOLG视频

通过场景化叙事  
建立品牌与秋日生  
活方式的深度关联

### LIVE相册海报

以文字艺术化海报设计传递“松弛有度”的态度

### 话题互动

创造轻量化参与路径  
沉淀真实用户情感故事

### 跨平台引流

构建“深度解读→轻互动→重参与”的跨平台引流体系

## 预热期——小红书



7.5万+曝光、1.1万+阅读，创意视频引爆用户期待

发布《「趣秋天」瞅~瞅~揪~》主题视频

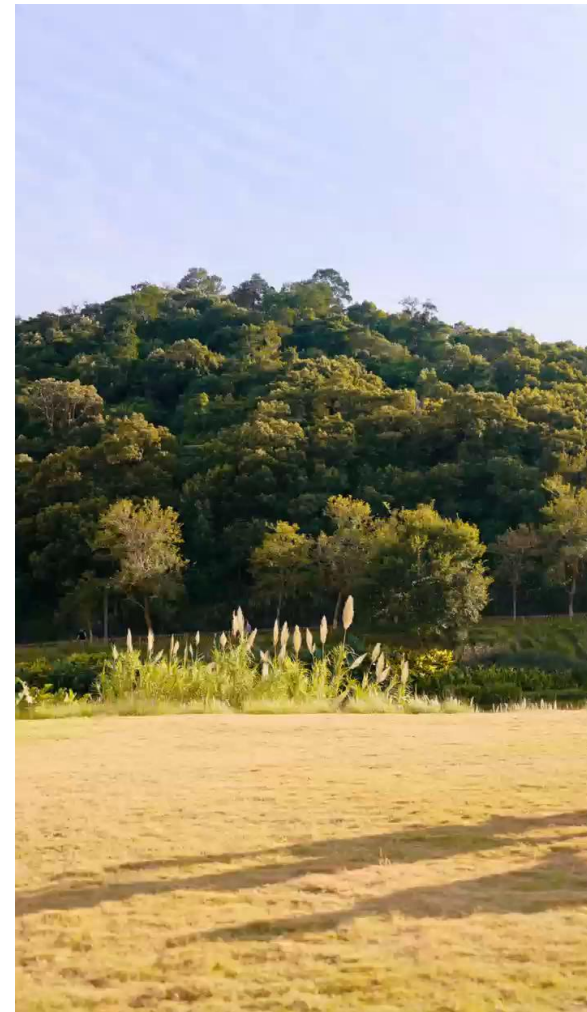
以“瞅秋色”“瞅秋味”“揪秋物”三个篇章

具象化呈现秋日美好，建立活动基调和视觉语言

以沉浸式内容激发用户对秋日活动的向往与参与意愿

**实现7.5万+曝光、1.1万+阅读、700+互动**

**有效奠定活动热度基础**



微众银行WeBank 关注

一起「趣秋天」瞅~瞅~揪~

秋天的趣味藏在大自然里 走出去，一起「趣秋天」挑几件喜欢的事慢慢做  
 瞅~瞅秋天的天花板多有高  
 揪~ 尝一尝秋天的美味  
 揪片片黄叶拼出大脑的奇思妙想  
 「趣秋天」 瞅~瞅~揪~感受慢下来的秋日。

#趣秋天#秋天#治愈#赏秋#捡秋#秋日美味#秋天逛公园#秋日野餐#微众银行

11-24 广东

共 25 条评论

不吃米饭  
 南方人：去秋天。我这个北方人：在冬天里看你们去秋天。  
 11-24 北京  
 1 1

微众银行WeBank 作者  
 大家把秋天映在心里，等来年，我们再一起赴约  
 11-24 广东  
 1 回复

爱唱歌的小青蛙  
 不错  
 7天前 江苏  
 赞 回复

露露

说点什么... 509 185 25

## 预热期——微博



### 跨平台联动蓄力，「趣秋天」 啾~啾~揪~微博话题预热引关注

同步发布《「趣秋天」啾~啾~揪~》主题视频

提前布局话题声量，为小红书主活动引流预热

以视觉化内容带动用户初步感知

实现 1.2万+ 曝光/阅读、60+ 互动量，积累前期热度



微众银行

11-24 16:00 来自 微博视频号

嘘！听，这是秋天的暗号：「啾」~「啾」~「揪」~秋天的乐趣，就藏在这三个字里。一起对个暗号！解锁你的满分秋日小确幸~#趣秋天# #秋天# #治愈# #微众银行# 微众银行的微博视频



709次观看

00:47

21

15

25

## 爆发期——小红书

### 发布系列创意海报

### 降低参与门槛，直观引导用户行为

创新设计「瞅秋色、瞅秋味、揪秋物」系列Live海报

将偏旁部首（目、口、手）转化为视觉化互动符号

推动用户从“观看”转向“行动”

为活动核心互动奠定了视觉与行为引导基础

**总曝光量3万+**、**总阅读量6600+**、**总互动量280+**

推动用户积极参与，进一步提升活动声量



## 爆发期——微博



**公域放大，有效拓展声量，反哺主阵地热度**

同步发布三张系列Live相册海报

依托微博广场式传播属性，将活动话题推向更广泛公域流

量池，实现 **1万+** 阅读总量，提升活动整体曝光广度

微博与小红书、微信形成有效节奏互补

为小红书主活动持续引流，巩固全域传播势能



微众银行

11-25 10:00 来自 微博视频号

—“瞅”，是秋光👁️

—“啾”，是秋味🍂

—“揪”，是秋果🍎

三个字，拼出秋天的全部温柔

💖We粉们的#秋日小确幸，请查收!



11

4

15

# 爆发期——小红书

## 撬动UGC裂变，成就行业级社交传播爆款

发起关注、点赞、评论区分享「趣秋天」瞬间的抽奖活动

激活用户从“浏览”到“创作”的行为转化

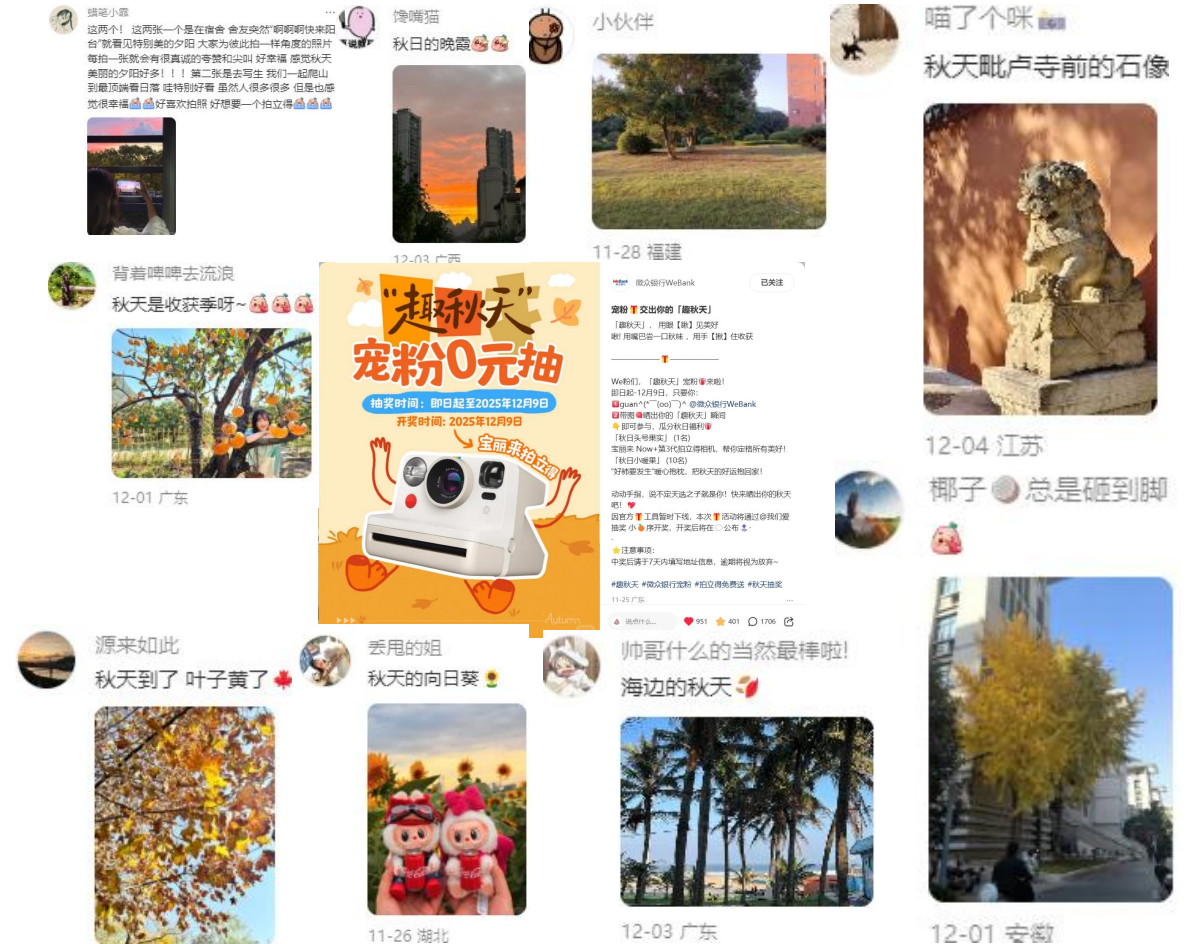
活动期间笔记总曝光量 **10万+**

总阅读量突破 **2.5万+**，累计互动量达 **3200+**

持续吸引目标用户积极参与，推动优质UGC不断涌现

显著提升活动整体参与深度与传播广度

形成从传播到沉淀的完整闭环



# 爆发期——微信公众号



## 以深度内容撬动品牌叙事破圈

通过“公众号深度文章+视频号轻量传播”的组合

实现了从内容渗透到情感共鸣的跨平台联动

将UGC内容系统提炼为品牌故事，把用户共创升华为有温

度的品牌叙事，强化了活动的持久影响力

《「趣秋天」瞅~瞅~揪~》主题推文单篇阅读量突破 **9**

**千+**，成为拉动整体内容表现的核心动力之一

### 「趣秋天」瞅~瞅~揪~——本由我们一起写的秋日故事集

阅读 9003 赞 120 1个朋友转发



秋日的美好  
就藏在日常用心感受的细节里  
等待一点巧思去唤醒和拾起  
这个季节，不妨跟着「趣秋天」的韵律

chǒu 瞅 瞅 揪

以「一字一场景」的方式  
把秋天拆解成可感、可尝、可触的片段  
邀你一起  
用新鲜的视角重新走进秋天——  
原来，日子可以这样玩  
诗意也可以这么近

瞅，是把秋天尝进心里  
也是用味觉开启一段「应季香甜食光」  
[破译光与色彩密码]的游戏

揪，是和秋天玩一场捉迷藏  
也是为生活收藏一份「限时秋日纪念」

秋天会离去  
而「趣秋天」留给我们的  
是一份“瞅~揪~”的鲜活体验  
那些被镜头定格的颜色  
被味蕾记住的瞬间，被双手收藏的好物

其实都是我们与秋天的回馈——  
以“瞅”捕捉光影  
以“揪”品尝时间  
以“揪”留存纪念  
秋天很有限，我们一起去秋天

你的趣味秋日已送达  
↑↑点一下，让秋天新闻满格↑↑

# 持续期——小红书



以规范公示实现完美收官，强化品牌长期信任

严格依据活动规则，通过小程序完成抽奖

并在微众银行WeBank 小红书官方账号的抽奖笔记评论区

发布获奖名单

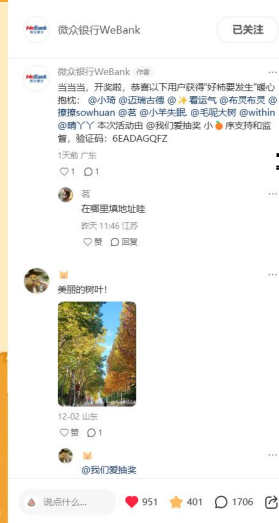
以官方正式公告的形式，为活动画上圆满句号

保障了用户体验与活动的公信力

巩固了品牌信赖感



拍立得获奖名单



暖心抱枕获奖名单

# 《微众银行「趣秋天」瞅~揪~啾~》营销活动

## 小红书、微信、微博三大平台官方账号**纯自流**营销效果汇总

158万+

总曝光量

8万+

总阅读量

5.2千+

总互动量

4.2千+

总粉丝增加量

小红书为活动主阵地  
其他平台为分发  
故增粉量以小红书平台为主



## 小红书

本次活动表现亮眼

小红书平台16天总曝光量超**20万+**，  
总阅读量达**4.3万+**，粉丝增长与互动  
量均突破**4.2千+**，目标超额完成**40%**，  
转化效率突出  
持续吸引目标用户积极参与  
推动优质UGC不断涌现



本次微博传播活动效果显著  
总曝光量达**2.2万+**，精准覆盖目标人  
群

内容共鸣感强，互动参与度高  
整体数据超出预期，体现了策略定位  
与互动设计的专业性，为品牌认知与  
活动转化奠定了坚实基础



本次公众号活动传播效果显著  
内容总曝光量突破**136万+**，广泛触达  
目标人群

累计阅读量**近万次**，体现内容高质量  
与吸引力  
互动量超**900+**，数据印证了内容策略  
与传播节奏的有效性，有力提升了品  
牌影响力与用户黏性

