

# 小红书×曼卡龙：当珠宝遇上穿搭日历， 一场价值3000万的设计风格扬帆远航

- **品牌名称：**曼卡龙
- **所属行业：**珠宝
- **执行时间：**2025.01.01-12.31
- **参选类别：**跨媒体整合类

## 营销背景:

本项目是曼卡龙珠宝携手小红书平台，围绕其“蔚蓝航海系”珠宝系列，以“风格日历”为核心IP，结合官方薯矩阵背书、时尚杂志联动、KOL/KOC内容发酵、线下门店UGC互动等多元手段，打造了一场从“潮流定义”到“用户参与”的全链路风格营销。项目成功将“蔚蓝航海系”从产品系列提升为一种可感知、可参与的“航海风格”社交符号，在2025年春夏珠宝市场中实现心智占位与人群破圈。

## 营销目标:

**品牌层面:** 建立“蔚蓝航海系=航海浪漫风格”的强心智关联

**传播层面:** 话题浏览量超1000万，整体曝光超5000万

**转化层面:** 提升品牌目标人群渗透率，拉动SPU人群增长



## 营销目标:

**品牌层面:** 建立“蔚蓝航海系=航海浪漫风格”的强心智关联

**传播层面:** 话题浏览量超1000万, 整体曝光超5000万

**转化层面:** 提升品牌目标人群渗透率, 拉动SPU人群增长



# 核心策略：风格日历IP化 + 三方联动造风 + UGC场景融合

风格日历引领潮流搜索：以“蔚蓝航海系”为核心内容，推出小红书×时尚COSMO联名“风格日历”，抢占“春季穿搭指南”等用户搜索词，持续引流高潜人群。

三方联动构建权威叙事：小红书×时尚COSMO×曼卡龙三方合作，通过杂志内容与平台流量双重曝光，为品牌赋予“趋势定义者”角色。

KOL+KOC+UGC内容分层渗透：KOL负责风格打样，KOC进行场景延伸，UGC通过“好好玩俱乐部”线下门店打卡实现真实内容发酵。

线下门店融入用户动线：以品牌旗舰店为实体触点，发起“风格fitcheck”活动，将线上内容延伸至线下体验，形成闭环传播。



# 核心策略：风格日历IP化 + 三方联动造风 + UGC场景融合 品类x风格发声，蔚蓝航海系高举高打快速完成品类赛道突围

@官方薯矩阵强势背书，以风格x品类首发声，阶段内同步带动**品牌自有声量**



蜜桃小姐

向大海出发！和曼卡龙蔚蓝航海系一起出发！

以流动的黄金勾勒潮汐引力，用海蓝宝石刻画心跳轨迹，每一道切面都是星辰与海洋的私语。曼卡龙蔚蓝珠宝，以深海之名，锚定潮汐引力。

- 【蔚蓝戒指】以蔚蓝为誓，将整片海洋与你指尖。
- 【蔚蓝吊坠】黄金与海蓝宝石的碰撞，定液态浪漫。
- 【蔚蓝圆满耳钉】戴上它，让TA在你的「蔚蓝海洋」。

「风格日历 | 蔚蓝航海系」活动玩法：关注积分来许愿，搜索「#蔚蓝航海系」进入H5活动页面，完成每日打卡任务赚积分。

发点什么... 36 17 评论



好好玩速报

520和爱的人解锁「蔚蓝」浪漫，以「海蓝宝」定格流动的海洋美学。@MCLON曼卡龙 向你隔空投递了一份蓝色浪漫。戴上海洋蓝钻而成的@蔚蓝航海系 黄金珠宝，一起感受漫步海边的自由蓝调吧。

这个520，将「蔚蓝」凝结成纯净浪漫的夏意。和小玩子沉浸式体验一场蔚蓝航海之旅。

5月6日-5月20日  
前往@MCLON曼卡龙 线下指定门店，用「海蓝宝」将Dating心跳具像化。

- 嘉兴八佰伴专柜
- 桐乡东兴专柜
- 上海方和城专柜
- 舟山定海顺虹专柜
- 杭州滨江银泰店 (D区)

发点什么... 15 6 评论

官号笔记总曝光 18.3w+

\*同量级近期行业benchmark: 10-50w /篇, 根据垂类账号数据表现有差异benchmark仅供参考

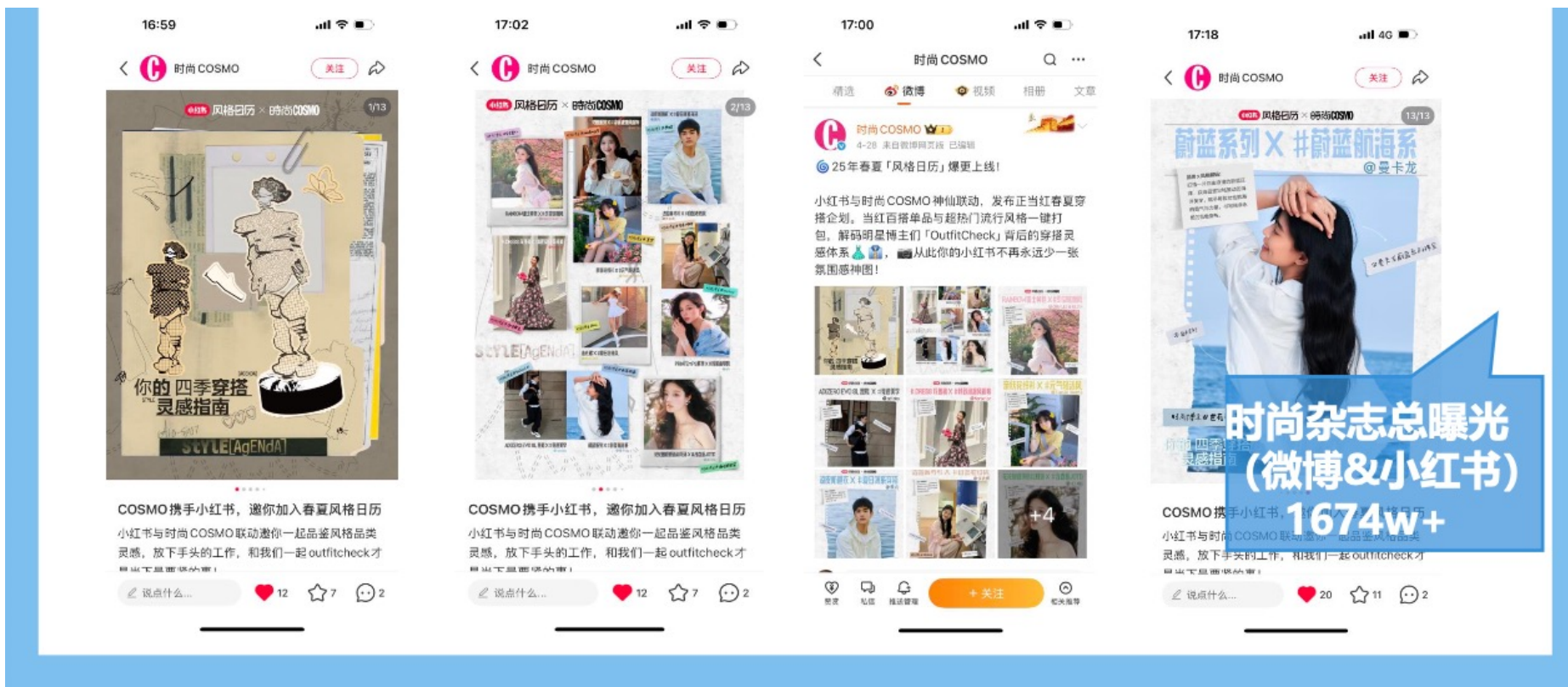
## 静态开屏、活动品专、话题页、信息流等全量上线热度冲高

整体曝光已超 **1.14e+**，活动引发用户互动 **54.6w+**，话题浏览量超 **3013w+**，整体目标超 **301%** 达成



# 品类×风格强势造风向，携手时尚COSMO新增营销叙事窗口

小红书 x 时尚COSMO×品牌三方联动，助力 **品类 × 风格在人群中自然扩散**



# KOL/KOC站内高热笔记发酵，优质内容持续为品牌留资

锚定“曼卡龙蔚蓝系列”、“蔚蓝航海系”等关键词，聚焦520节点礼赠场景，**品类 x 风格心智整合拉动**



**韩真真** 关注

曼卡龙主理人直播  
Agirlsak 的微博主页  
#曼卡龙主理人直播#  
05-08

共 78 条评论

AKKO  
好像最近一下铺天盖地刷到一位金主女...  
05-08 12:18  
128 16

张成什么 2106 221 78



**VeeKko** 关注

蓝色是宇宙之爱。  
蓝色是大海和天空的颜色  
我们爱蓝色  
一种本能、深奥的悸动  
始终在心头蔓延

这次的夏日海边度假选择了#曼卡龙蔚蓝系列#  
蓝色一直是最喜欢的颜色  
每个人的穿搭风格不同，风格和自由  
这次曼卡龙的蔚蓝系列  
刚好收到了心中的那份纯净与浪漫  
清澈透亮的寓意，如同大海的纯净与浪漫  
真金与海蓝色宝石的碰撞  
生出自由浪漫的感

一整套系列都超赞哦

张成什么 205 81 14



**陈海宏** 关注

4488... 她的浪漫被这抹蓝收走了  
蓝天白云下，满心欢喜的微风，  
草地翻动，是我想见你的理由。

曼卡龙这组蓝宝石和黄金结合的项链系列首  
饰，像把夏天打进了项链里，每一件都自带  
浪漫滤镜

佩戴的挂件，分别是三颗珍珠、一个吊坠、一  
对耳环~  
有温柔又闪耀的「蔚蓝项链」、  
日常百搭的「蔚蓝手链」和「蔚蓝耳钉」、  
也有华丽有力量的「蔚蓝戒指」、「蓝  
钻」  
每一颗蓝宝石都晶莹剔透，  
「蓝色」，是夏日最动人的色彩

张成什么 444 348 206 17



**可可可** 关注

情侣约会Look | 爱是一片蔚蓝海洋。  
五月约会出门约会  
又拍一组超喜欢的蓝色系情侣穿搭  
好看~ 清爽到我闺蜜想立刻去海边  
果然蓝色穿搭真的超好看  
想头到了他家手链的520惊喜  
曼卡龙手链真的太赞  
光溜溜的金属质感  
戴起来好像一过夏天在耳边  
耳边每一颗蓝宝石都亮晶晶和水润纯净的  
爱  
这个520的蓝色手链已经收到啦  
曼卡龙手链真的太赞啦  
闺蜜于 05-14 晚上  
共 59 条评论

张成什么 126 53 59



**一响即应** 关注

筑在自己的生命力  
人生不过三万天 和谁享受更  
重要 享受生活 每一秒都值得被  
记录下来 每天静下心来  
认真的我可以感受到这一抹蓝心动  
跟系列项链哦

「蔚蓝」项链  
将海洋切碎的蓝宝石上不去 仿佛听到了海洋的呼  
声和浪涌 蓝宝石在阳光或月光下闪烁着灵动感  
「蔚蓝」手链  
风琴形切面的蓝宝石主石 镶嵌在链条项链上，  
晶莹剔透

「曼」戒指  
以超大的切割蓝宝石，从由空灵的土黄  
色，代表了坚定的决心和独一无二的气质  
「蔚蓝」吊坠  
灵感源自智能人表演魔法世界 给她增添了自信  
勇敢的力量

张成什么 37 21 36



**nanar** 关注

愿你所行之处，皆是蔚蓝  
曼卡龙为五一劳动节推出  
在浪漫的520  
决定送给自己曼卡龙「蔚蓝」系列  
以「蔚蓝」为宝石  
在阳光下折射出光芒  
寓意着满满的希望与勇气  
也让整体有了向好的寓意  
#曼卡龙蔚蓝系列首饰# #曼卡龙首饰#  
#曼卡龙手链# #曼卡龙戒指# #曼卡龙耳钉#  
#曼卡龙项链# #曼卡龙手链# #曼卡龙戒指#  
#曼卡龙耳钉# #曼卡龙项链# #曼卡龙手链#

张成什么 618 181 34

**6大KOL笔记总  
曝光334.3w+，  
阅读&互动**

# 好好玩携手品牌线下门店，聚焦C端用户发起风格fitcheck

## 好好玩俱乐部完成UGC招募，以品牌旗舰店为评测&打卡点发布相关笔记 牵引真实自来水内容扩散

**\*同量级近期行业 benchmark: 牵引 UGC投稿常规总计 1000-30000篇+ 受品牌玩法bf影响, 数据表现有差异 benchmark仅供参考**

**好好玩俱乐部带动UGC投稿总计7100+**

## 风格日历主IP上线，话题/阵地/开屏等流量资源助推品牌声量

IP拦截#春季穿搭指南用户应季刚需搜索词，持续引流高潜人群，助力品牌品类突围 & 人群增长

向上滑动

**开屏曝光: 668w+**  
**开屏CTR: 10.47%**

**品专曝光: 613w+**  
**品专CTR: 36.65%**

**火焰曝光: 9536w+**

**话题页浏览: 4.3e+**

**信息流曝光: 3618.1w+**

**H5曝光: 7040.9w+**

蔚蓝系列 海派宝

以蔚蓝海洋之名，锚定永恒的520潮汐引力

## 传播与执行

**第一阶段（造势期）：**官方薯矩阵首发“蔚蓝航海系”风格内容，开屏广告+话题页同步上线，建立用户认知。

**第二阶段（引爆期）：**KOL发布高品质内容，时尚COSMO联名内容全网分发，风格日历上线，形成话题热潮。

**第三阶段（发酵期）：**UGC招募启动，线下门店打卡内容持续产出，形成“自来水”传播效应。

**第四阶段（收尾期）：**数据复盘与人群资产沉淀，通过AURA极光指标量化传播效果。



## 市场效果

**曝光超预期：**整体曝光超1.14亿，话题浏览量超3013万（目标1000万），达成率超301%。

**人群渗透显著：**品牌兴趣人群环比提升249%，赛美人群渗透率从10.21%提升至14.75%，精致中产人群渗透率从4.76%提升至7.08%。

**内容沉淀丰厚：**官号笔记曝光18.3万+，KOL/KOC内容持续发酵，UGC内容真实带动品牌口碑。

**风格心智强化：**“蔚蓝航海系”成功与“航海浪漫风格”强绑定，成为用户春季珠宝消费的优先联想词。

## AURA极光指标总览

### 高效人群渗透

**76%+**  
AIPS人群量级提升  
新增906w

**249%+**  
TI人群渗透提升  
新增资产量11.2w

**5.56%→9.48%**

趋势生活人群渗透提升  
新增资产量493w+

### NPS表现

**85%**  
IP词云  
品牌/产品/风格词相关

IP话题词相关的上下游词变化，比如搜这个话题词前后用户在搜什么，做IP的阶段跟这个话题词的相关度占比多少

\*数据来源：小红书内部数据，时间周期为2025年4月28日-5月27日；人群渗透率定义：渗透人数/目标人群总数



### UGC内容积累

**7100+**  
活动话题  
新增UGC笔记数

### 品牌/品类表现

**No.10, 环比↑3名**    **No.7, 环比↑18名**  
曼卡龙在黄金赛道的阅读渗透排名    曼卡龙蔚蓝戒指在黄金赛道的阅读渗透排名