

# 周大福×小红书 “七夕心有锁愿” 年轻婚嫁心智抢占战

- **品牌名称:** 周大福
- **所属行业:** 珠宝
- **执行时间:** 2025.08.14-09.30
- **参选类别:** 跨媒体整合类

**营销背景:**

面对Z世代成为婚嫁消费主力的趋势，周大福携手小红书“爱是动词”IP，以“金锁”为婚嫁情感载体，发起 #七夕心有锁愿 整合营销战役。

项目精准切入年轻人“仪式感婚恋”与“文化自信”的双重需求，通过“非遗金艺+婚嫁场景”的创新融合，将传统“情比金坚”的承诺，转化为年轻人可参与、可分享、可打卡的现代婚恋仪式。

成功在七夕节点，抢占年轻婚嫁消费心智制高点，实现从节日礼品到“婚嫁信物”的品牌价值升维，并带动传喜套系等婚嫁产品线爆发式增长。

**营销困境:**

Z世代进入婚恋高峰期，其婚嫁消费呈现“重仪式、重情感、重文化符号”的特征。传统珠宝营销同质化严重，亟需与年轻人建立深层情感链接。

小红书 爱是动词 × CHOW TAI FOOK 周大福



小红书#爱是动词  
联合周大福  
倡议“真金锁心愿”的过节仪式感  
「七夕心有锁愿」  
为品牌声量加码破圈传播强势赋能

---

2025. 08. 29
农历七月初七

小红书 爱是动词 X 周大福  
#七夕心有锁愿

热度  
拉升

借势【爱是动词】营销IP  
刷新最大热度新高度  
单品牌项目总曝光达3.39E+

赛道  
心智

以#七夕心有锁愿 为主题  
吸引全站用户关注  
单品牌话题浏览量达3963W+

口碑  
共振

话题充分卷动用户分享七夕送礼物周大福  
以「七夕心有锁愿」卷动用户积极分享  
沉淀大量UGC优质内容，累计笔记数2.9w+

CHOW TAI FOOK

**抢占心智：**将周大福“金锁”产品打造为年轻人七夕定情与婚嫁承诺的首选信物。

**重塑形象：**推动品牌从“传统珠宝商”向“懂年轻人的婚恋仪式策划者”转型。

**驱动增长：**直接拉动以“传喜套系”为核心的婚嫁产品线销售转化与人群资产沉淀。

**文化破圈：**让非遗金艺在年轻婚嫁场景中“活起来”，建立独特的品牌文化护城河。

爱是动词 × CHOW TAI FOOK  
周大福



锁愿系列

## 文化符号升维

从产品价值到非遗符号的仪式感审美热点

这不只是七夕节日营销，更是品牌文化资产的深耕  
 周大福借此成为珠宝行业首个登榜小红书七夕热点的品牌，更让非遗技艺与中式浪漫相融，筑牢文化符号

**节点WHEN**  
精准卡位·借势七夕情绪

**仪式WHAT**  
场景种草·强化中式非遗审美

**场景WHERE**  
产品价值·真金般的情感连接

精准切入七夕“仪式感”、“非遗审美”、“真金锁愿”的高需求场景  
 将真金送礼行为，升华为“情比金坚”的延续，让非遗技艺在现代消费场景中“活起来”  
 让每一件首饰都成为“可佩戴的非遗文化符号”

## 用户共鸣

激发内容生态的质与量，卷动七夕真金锁愿仪式感

通过#七夕心有锁愿 半开放式话题，引导用户成为真金锁愿的创作者  
 2.9w+ 篇UGC形成强大的“涟漪”效应，实现“周大福与用户共写锁愿仪式感”的深度沟通

**1. 情侣KOL**  
爱意涌动·高质创作

通过头部博主强大的粉丝号召力和内容感染力，为“七夕心有锁愿”定调，直观演绎“真金送礼的中式仪式感”，为用户提供创作灵感和模仿范本

**2. 多维KOC扩散**  
纷纷炒作·引发共鸣

情侣类

生活类

文化类

发动大量优质 KOC，围绕周大福“七夕心有锁愿”珠宝配饰，以及非遗热点话题，分享自身真实且细腻的送礼、佩戴等多元话题内容。有效激发圈层信任与参与热情，推动话题从“单向观看”向“热烈讨论”进阶

**3. UGC共创**  
全民参与·真实分享

联动号召

定制话题场

聚合阵地

通过任务机制和礼品激励，降低参与门槛，最终沉淀下2.9w+篇优质UGC笔记，实现了内容的海量沉淀与品牌声量的指数级增长

## 活动爆点

## 心智渗透

### 借多元线下玩法全域破圈，引爆线下用户打卡参与

### 品牌全域突破，抢占七夕节点心智

品牌x【爱是动词】IP的项目合作，首次推出七夕爱心打卡路线，吸引用户循着路线打卡；成都限时四天落地快闪装置，引发全城用户打卡热潮；联动成都本地多家俱乐部，共同解锁成都七夕爱心路线图

快闪装置大本营



爱心路线



联动俱乐部爱心打卡



品牌x【爱是动词】IP的项目合作，凭借强大的内容吸引力与场景契合度，占领站内行业品牌声量TOP1，成功在七夕关键节点抢占用户“真金锁愿”的消费心智

线下活动内容/视觉  
获用户认可

七夕节点高效投放  
精准拦截人群

中式浪漫真金锁愿  
种下品牌心智种子



上线两周  
总曝光3e+

稳居行业TOP1

## 平台官宣

官方薯先声预热，邀请全站用户七夕奔赴锁愿心动之约，倡议“真金锁心愿”的过节仪式感



**@礼物情报官**

锁愿七夕 周大福邀你共赴心动之约

这个七夕，周大福以「金锁为契」  
为你锁住炽热爱意与岁月真心  
真金永不褪色，如你们的故事一般  
——历久弥新，美好永续

8月14日至9月13日  
小红书搜索【七夕心有锁愿】  
查看节日限定好礼，有机会收获专属惊喜哦~  
还有更多玩法等你解锁

『周大福 | 七夕心有锁愿』

活动玩法一：  
站内搜索 #七夕心有锁愿，进入活动  
完成H5打卡任务，即可获得任务积分，  
抽奖1次，随机抽取周大福七夕限定好礼！

活动时间：  
2025年8月14日-2025年9月13日

好礼清单：  
福星宝宝0.2g定制金币\*50个

活动玩法二：  
使用#七夕心有锁愿 定制图文模板发布话题笔记，分享  
你的美好心愿，笔记公开可见，且浏览量>100,随机瓜

**18w+  
官号笔记  
总曝光**

# 优质内容

品牌话题上线引发讨论，七夕锁愿好礼限时开启，引领真金锁心愿趋势

话题页充分卷动用户晒出七夕锁愿动态，爱意线上蔓延线下，UGC内容助力品牌声量积累



IP项目活动期间 (8.13- 9.14)

- 3963w+ 话题页累积浏览量
- 3.39E+ 话题页笔记曝光量
- 2.9w+ 话题页笔记发布量



3.39E+ 话题页笔记总曝光

## 博主响应

KOL领携响应七夕“真金锁愿”，晒七夕送真金，种草品牌产品系列为七夕必选好礼



# 品牌H5阵地

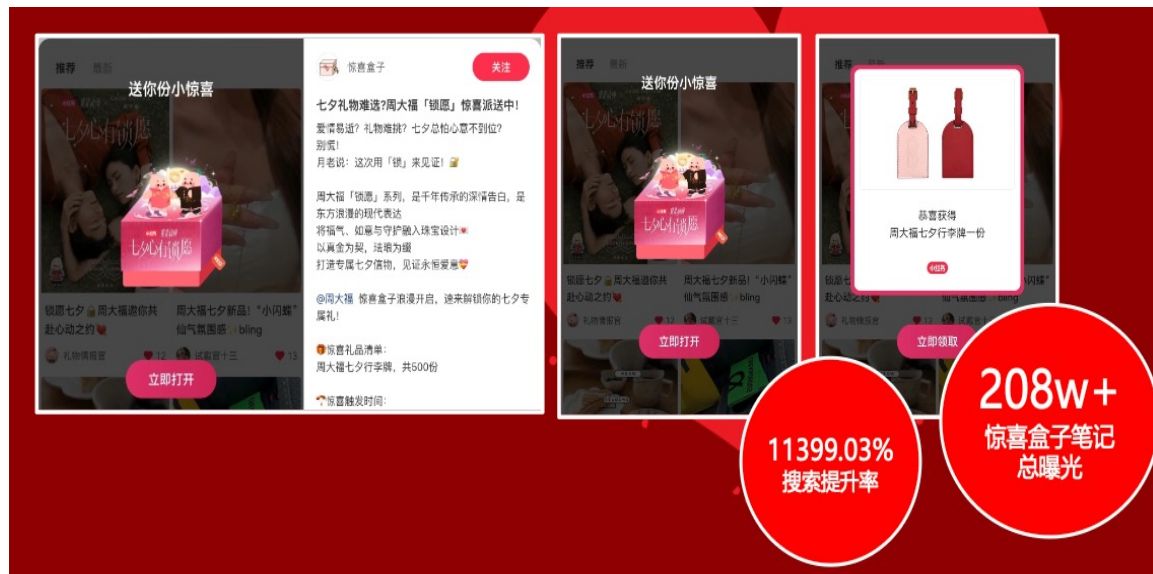
品牌定制H5聚合内容，聚焦用户关注视线，引流成都线下「奔赴锁愿」活动



# 创新互动

## 周大福品牌联盟定制惊喜盒子上线 笔记模版七夕锁愿好礼限时派送

## 周大福创意笔记模版、点赞特效上线 持续烘托七夕心有锁愿氛围



送你份小惊喜

七夕礼物难选?周大福「锁愿」惊喜派送中!  
爱情易追?礼物难挑?七夕总怕心意不到位?  
别慌!  
月老说:这次用「锁」来见证!

周大福「锁愿」系列,是千年传承的深情告白,是东方浪漫的现代表达  
将福气,如扇与守护融入珠宝设计  
以黄金为契,珐琅为锁  
打造专属七夕信物,见证永恒爱意

@周大福 惊喜盒子浪漫开启,速来解锁你的七夕专属礼!

惊喜礼品清单:  
周大福七夕行李牌,共500份

惊喜链接时间:

11399.03% 搜索提升率

208w+ 惊喜盒子笔记总曝光



这样发布 解锁心愿  
|一解锁你的美好心愿|

197w+ 笔记图文模版总曝光

爱心地图倒计时  
一起立即发布真!

9w+ 点赞特效总曝光

## 黄金资源

一站式引流/拦截/互动，全方位覆盖用户浏览路径



# IP引流

## 七夕主阵地#爱是动词 上线聚拢心智

### 有效拦截节点人群曝光，助力品牌七夕节日营销

#### 开屏&火焰热搜，搜索&浏览场域加推

##### 开屏



##### 火焰热搜



##### IP活动专区



#### IP阵地品牌专属入口

##### IP活动H5



##### 品牌专属H5



# 线下事件

## 周大福线下“奔赴锁愿”快闪装置、爱心路线地图打卡 引爆传播矩阵，深度互动目标人群

## KOC 带头花式线下打卡 反哺线上卷动品牌热度

**官号先声预热**



**定制周大福「奔赴锁愿」互动打卡展位 吸引用户关注**



8.27-8.30  
线下活动参与人次  
1.2w+

8.27-8.30  
线下活动人流量  
15w+

**周大福快闪热度爆棚，邀七夕所爱之人共赴锁愿**



**线下沉浸体验促产线上KOC、UGC打卡+参与  
线上互动，回流站内话题**

线上笔记吸引更多UGC

线下打卡引发笔记

765套  
品牌周边  
发放次数

1.2w+  
品牌摊位参与  
打卡人数

**产品场景化：**将“金锁”从饰品重新定义为“锁住一生誓言”的婚恋仪式道具，所有传播围绕“求婚、定情、新婚、纪念日”等核心婚恋时刻展开。

**内容婚恋化：**联动备婚博主、情侣KOL、情感类KOC，创作大量“以锁为约”的婚恋故事内容，打造“周大福=幸福婚恋”的强关联。

**体验仪式化：**线下打造“奔赴锁愿”婚恋打卡路线与快闪装置，为年轻人提供从线上官宣到线下打卡的完整“锁愿仪式”体验。



## 线上：构建婚恋内容生态

**话题引领：**以 #七夕心有锁愿 为核心，衍生 #我的锁愿故事 #锁住你就是一辈子 等子话题，聚焦婚恋叙事。

**KOL矩阵：**重点携手 @Chelsea鹅（备婚版）、@白大飞 等头部婚恋/备婚博主，深度种草“传喜套系”作为婚嫁必备。

**UGC激发：**推出“锁愿情侣”专属笔记模板，鼓励用户晒出锁愿信物、爱情故事与求婚瞬间，累计激发2.9万+篇婚恋相关优质UGC。

## 用户共鸣：激发内容生态的质与量，卷动七夕真金锁愿仪式感

通过#七夕心有锁愿 半开放式话题，引导用户成为真金锁愿的创作者  
 2.9w+篇UGC形成强大的“涟漪”效应，实现“周大福与用户共写锁愿仪式感”的深度沟通

### 1.情侣KOL 爱意涌动·高质创作



通过头腰博主强大的粉丝号召力和内容感染力，为“七夕心有锁愿”定调，直观演绎“真金送礼的仪式感”，为用户提供创作灵感和模仿范本

### 2.多维KOC扩散 纷纷炒作·引发共鸣



发动大量优质 KOC，围绕周大福“七夕心有锁愿”珠宝配饰，以及非遗热点话题，分享自身真实且细腻的送礼、佩戴等多元话题内容。有效激发圈层信任与参与热情，推动话题从“单向观看”向“热烈讨论”进阶

### 3.UGC共创 全民参与·真实分享

联动号召 定制话题场 聚合阵地



通过任务机制和礼品激励，降低参与门槛，最终沉淀下29w+篇优质UGC笔记，实现了内容的海量沉淀与品牌声量的指数级增长

## 线下：打造城市级婚恋仪式

**婚恋打卡地标：**在成都年轻潮流地标东郊记忆设立快闪，装置设计融入“同心锁”、“姻缘桥”等婚恋意象，成为七夕期间情侣必到打卡点。

**锁愿路线地图：**与成都本地婚礼策划、高端酒店、网红餐厅联动，打造一条“锁愿之旅” Citywalk 路线，将消费场景自然融入婚恋过程。

**门店婚嫁服务承接：**线下流量直接导向门店，提供“锁愿礼盒”刻字、婚嫁套系咨询等专属服务，完成营销闭环。

亮点3：线下活动热点发酵引爆品牌声量
小红书 爱是动词 × CHOW TAI FOOK 周大福

**活动爆点：借多元线下玩法全域破圈，引爆线下用户打卡参与**

品牌x【爱是动词】IP的项目合作，首次推出七夕爱心打卡路线，吸引用户循着路线打卡；成都限时四天落地快闪装置，引发全城用户打卡热潮；联动成都本地多家俱乐部，共同解锁成都七夕爱心路线图

快闪装置大本营	爱心路线	联动俱乐部爱心打卡
		

**品牌心智占领：**七夕期间，“周大福 婚嫁”相关搜索量环比暴涨320%，成功抢占品类婚嫁心智。

**核心产品爆发：**主打婚嫁的“传喜套系”人群资产提升704%，直接驱动婚嫁产品线销售。

**人群资产年轻化：**活动带来的人群新客中，25-30岁婚龄人群占比超过65%，极大优化了品牌用户结构。

**深度互动转化：**线下打卡情侣中，有明确婚嫁计划的比例高达40%，营销直达高意向客户。

