

APM×小红书： 从风格到明星，APM用一场春天的战役种出灵感单品

- **品牌名称：** APM Monaco
- **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APM（轻奢珠宝品牌）联合小红书平台，围绕其2025春季新品“PRINTEMPS系列”发起的一站式风格营销战役。通过“粉彩追梦live”为核心IP，整合趋势造势、明星矩阵、用户共创、线上线下联动、海外同步发声五大板块，成功打造“粉彩追梦风”这一春季风格标签，实现品牌从“曝光到心智”的全链路渗透，最终在短期内完成品类赛道突围，达成多项指标超预期增长。

高背书



风格趋势通过官方薯好好玩情报局/礼物情报官做官方背书&活动透传
 @曼卡龙 x 小红书完成品类x风格首发
 活动开屏、品专、信息流等流量集中冲高

造风向



品类x风格通过时尚COSMO风向造势
 外部杂志@时尚cosmo联动小红书为品牌造风，风格趋势在人群中自然扩散

抢心智



KOL&KOC/UGC内容组合目标人群心智抢占
 KOL&KOC高热优质内容持续打样沉淀，好好玩俱乐部UGC联动牵引真实内容发酵

目标达成:

曝光量: 总曝光1.5-2亿, 话题页浏览2000-3000万

互动量: UGC投稿5000-6000+

心智目标: 打造“粉彩追梦风”为春季风格代表词, 提升品牌在年轻女性与时尚人群中的认知度与好感度



策略核心：风格日历IP + 明星直播矩阵 + KOS话题承接 + 海外圆梦裂变

风格日历IP首发：以“粉彩追梦live”为核心IP，推出“春季穿搭指南”风格日历，拦截用户应季搜索刚需，持续引流高潜人群。

明星直播矩阵造势：联动@杨紫、@周翊然、@连淮伟、@李振宁等明星进行小红书REDLIVE直播，覆盖粉丝人群，扩大品牌影响力与信任背书。

KOS话题页承接：通过KOS（关键意见传播者）完成话题页内容构建，实现从“看”到“搜”再到“买”的链路闭环。

海外圆梦+国内live联动：通过“好好玩俱乐部”发起全球圆梦计划，海外UGC与国内线下派对形成跨地域情感共鸣，强化品牌“造梦”属性。

杂志跨界背书：联合时尚COSMO，打造“趋势风格+轻奢珠宝”内容叙事，提升品牌在高端人群中的权威性。

小红书

PRINTEMPS系列 x #粉彩追梦live

高背书



风格趋势通过官方薯好好玩情报局/礼物情报官做官方背书&活动透传
@曼卡龙 x 小红书完成品类x风格首发
活动开屏、品专、信息流等流量集中冲高

造风向



品类x风格通过时尚COSMO风向造势
外部杂志@时尚cosmo联动小红书为品牌造势，风格趋势在人群中自然扩散

抢心智



KOL&KOC/UGC内容组合目标人群心智抢占
KOL&KOC高热优质内容持续打样沉淀，好好玩俱乐部UGC联动牵引真实内容发酵

趋势风格发声，粉彩追梦live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

@好好玩情报局

@礼物情报官

好好玩情报局

live零距离 APM粉彩追梦之旅

关于春天🌸的色彩
小玩子和@APM Monaco 觉得
是柔和而精致的#粉彩梦境 氛围🌈

#APMMONACO 全新PRINTEMPS系列珠宝
星光叠映
花卉点亮指间🌸绽放春日气息
现实与幻想交错
编织了一场绮丽的「春日梦境」

「全球圆梦计划」正式启动🌟
邀你一起「粉彩追梦」👉

『风格日历 x APM Monaco | 粉彩追梦live』
👉活动玩法👉
📅4月15日-4月20日期间
前往全球APM Monaco精品店铺
带话题#粉彩追梦live #apmlivesu #APM城市漫游

评论 439 109 727

粉彩live
「活动玩法一」

2025年4月15日-6月14日
搜索 #粉彩追梦live 进入H5页面
每日打卡任务努力攒积分
攒够相应积分即可兑换限量品类格同款惊喜福利

APM Monaco太阳眼镜 (共100)
APM Monaco袜子 (共100)
APM Monaco购物袋 (共100)

开奖时间: 2025年6月15日

礼物情报官

粉彩梦境 APM春季系列珠宝

👉当现实和梦境交互👉
@APM Monaco 全新PRINTEMPS系列
携手APM MONACO 全球品牌代言人杨紫
APM MONACO 亚太区品牌形象大使 @周錡然 Tz
用粉彩追梦风演绎流动的浪漫叙事
一同陷入这场绮丽「粉彩梦境」🌈还有她们

@迪迪不畏 让灵动摇曳的个性棕榈戒指👉
成为穿搭的点睛之笔
@宵夜 柔和轻盈的淡绿色宽版水滴戒指👉
掌握春日氛围感
@Anita舒米米 戴上兼具层次感和璀璨魅力的
个性棕榈项链👉
让简约风仙到犯规
探索春日的梦境之旅还在继续
更多追梦惊喜等你解锁👉

官号笔记总曝光 127.3w+

***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**3.9e+**，活动引发用户互动**230W+**，话题浏览量超**6286W+**，整体目标超**269%**达成



开屏曝光: 1612w+
开屏CTR: 13.06%

*同量级近期行业benchmark
CTR: 2.67-4.82%



品专曝光: 65.3w+
品专CTR: 11.02%

*同量级近期行业benchmark
CTR: 10.89-20.51%



话题页浏览量:
6286w+

*同量级近期行业benchmark
浏览量: 2000-3000w



信息流曝光: 105w+
信息流CTR: 2.22%

*同量级近期行业benchmark
CTR: 3.27-6.88%

REDLIVE直播同步上线，扩大品牌影响力最大化渗透粉丝人群

3s视频进入量**168.8W**，话题开屏上滑点击**4.5W+**，CTR**1.08%**



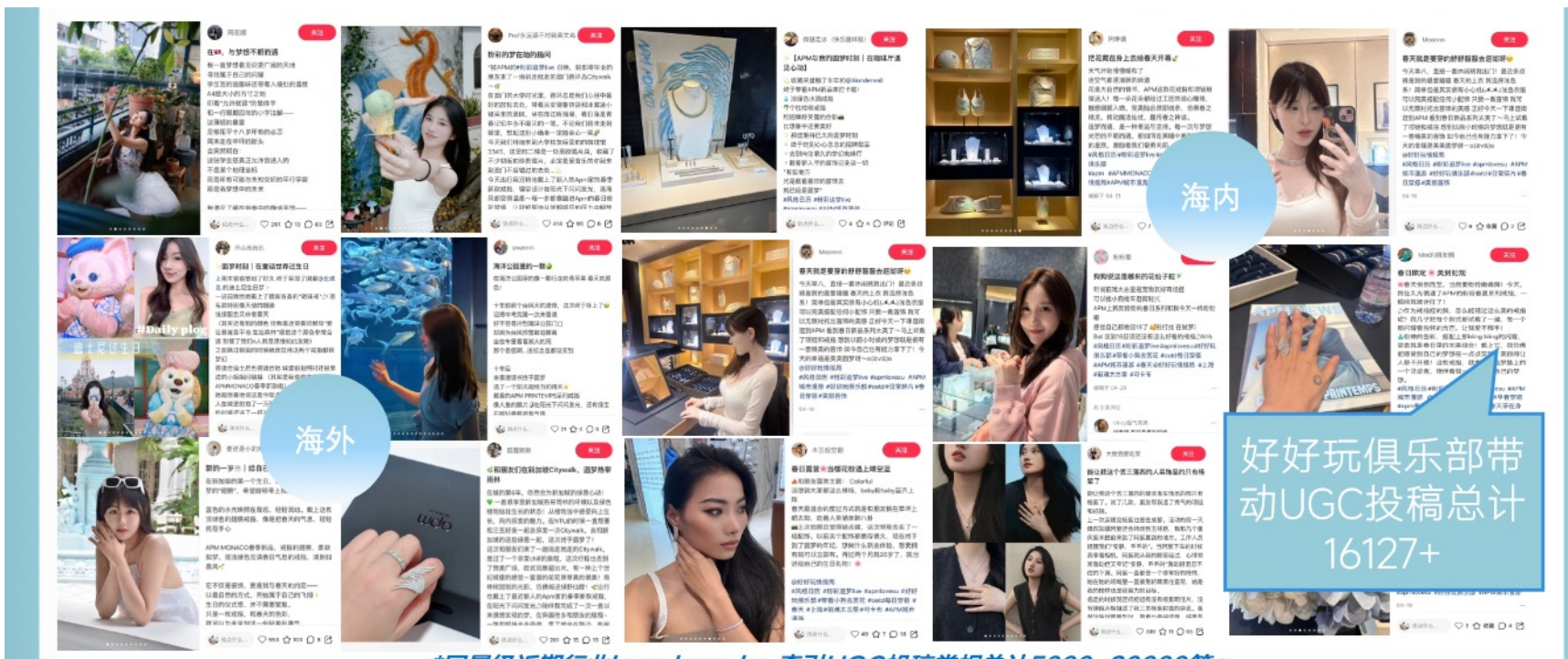
趋势风格强势造风向，携手时尚COSMO新增营销叙事窗口

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



好好玩同步发酵品牌主推趋势，首发试水全球为用户造梦圆梦

好好玩俱乐部完成UGC招募，以风格展示/概念圆梦/地广打卡发布笔记 牵引真实自来水内容扩散



*同级近期行业benchmark: 牵引UGC投稿常规总计5000-20000篇+
受品牌玩法影响, 数据表现有差异benchmark仅供参考

品牌趋势上新专属H5承接，强化风格辨识度&内容渗透力

专属阵地全面导流串联，从**风向造势、明星内容、线下互动、惊喜福利**等维度立体诠释

海内

海外

好好玩俱乐部带动UGC投稿总计 16127+

***同量级近期行业benchmark: 牵引UGC投稿常规总计5000-20000篇+ 受品牌玩法bf影响, 数据表现有差异benchmark仅供参考**

风格live派对联动，为用户打造可看/可玩/可体验的沉浸式场景

通过线下活动、明星应援周边等互动，协助品牌完成线上种草、线下体验、社交扩散

海内

海外

好好玩俱乐部带动UGC投稿总计 16127+

**同量级近期行业benchmark: 牵引UGC投稿常规总计5000-20000篇+ 受品牌玩法bf影响, 数据表现有差异benchmark仅供参考*

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



开屏曝光: 668w+
开屏CTR: 10.47%



品专曝光: 613w+
品专CTR: 38.63%



火焰曝光:
9536w+



话题页浏览:
4.3e+



信息流曝光:
3618.1w+



H5曝光:
7040.9w+

传播与执行

预热期：开屏广告+明星预告+风格日历上线，建立用户期待

爆发期：明星直播+话题页+KOS内容发酵+UGC招募，实现流量与内容双爆发

延续期：线下活动+海外UGC+杂志内容二次传播，延长传播周期

收尾期：数据复盘+品牌专属H5沉淀用户，强化风格认知与转化引导



市场效果

曝光超预期：总曝光超3.9亿（目标1.5-2亿），达成率超195%

话题爆发：话题#粉彩追梦live 浏览量超6700万+（目标2000-3000万），达成率超269%

UGC投稿：UGC投稿超210%完成，其中海外UGC实现跨文化传播

人群渗透：品牌兴趣人群环比提升81%，风格关联词搜索量提升超503%

心智占领：“粉彩追梦风”与APM PRINTEMPS系列强绑定，品牌相关词平均占比达89%

AURA极光指标总览

IP通过绑定SPU溯源整体的活动效果，会关联所有的IP包内投放资源，不含KFS的数据，故复盘数据非品牌整体。这个里面的投前，并不是单纯指IP开始合作跟没合作的对比，而是也包含基于产品下的人群变化。即如果是一个完全的新品，在投放IP资源前，通过竞价等广告或者自发搜索就会积累一部分兴趣人群，导致IP合作前就有对应的人群数据。除了新增也可能会流失，IP结案下的AIPS记录的是这部分的变化。

高效人群渗透

188%+ 人群资产整体增幅
IP合作前454.6w
IP合作后1307.4w

65.2%+ 人群资产拉新率
拉新资产总数852.8w

81%+ TI人群渗透提升
新增资产量44.3w

2050%+ 目标人群渗透环比
*奢美人群

NPS表现

89%
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15日-6月3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

503%+
活动话题下UGC
发布量环比提升

51%+
品牌话题下UGC
发布量同比提升

品牌/品类表现

No.6, 环比1名 ↑ No.209, 环比80名 ↑

APM 品牌
在首饰赛道
的搜索量排名

APM PRINTEMPS系列
在首饰赛道
的内容渗透率排名