

# 小红书 × APM MONACO 「时髦同款心动解码」 ——明星内容种草 × KOS转化 × IP共振引爆Morse Code系列

- **品牌名称:** APM MONACO
- **所属行业:** 珠宝
- **执行时间:** 2025.08.14-09.30
- **参选类别:** 明星/达人营销类

## 营销背景：

APM MONACO 携手小红书，以七夕节点为契机，围绕“Morse Code系列”打造「时髦同款」IP，整合明星代言人周翊然影响力、平台内容种草生态与KOS（关键意见消费者）转化链路，通过线上线下一联动、话题激励、粉丝经济深度运营，实现品牌曝光、用户心智渗透与销售导流的三重突破，重塑轻奢珠宝在小红书的内容营销范式。





## IP共振策略：

打造「时髦同款」专属IP，结合七夕情感场景，以“解锁专属爱语”为核心沟通主题。

## 明星+KOS双轨驱动：

明星周翊然作为品牌形象大使，发布话题内容，激活粉丝情感投射；

KOS深度参与内容创作与线下打卡，实现口碑扩散与销售引导。

## O2O场景融合：

线上话题激励 + 线下城市打卡地标（如上海港汇广告牌），形成传播闭环。

## 平台激励创新：

首次使用小红书“话题NNS激励组件”，提升用户发帖积极性与话题凝聚力。



## 执行亮点：

话题挂载原生入口，直接导流；

粉丝群前置沟通，激活“自来水”传播；

线下广告牌成为打卡热点，自然衍生UGC。

## 线下活动落地介绍

在上海港汇等核心商圈铺设大幅明星广告牌，引发用户自发打卡传播；

结合“生活时装秀”概念，于新天地设置风格化文案装置、哈哈镜互动点，引导用户拍照并线上分享；

周末时装秀与市集活动中，品牌联合买手博主驻点，打造沉浸式体验场景，实现线下引流与线上内容反哺。

## 创新点总结

**机制创新：**行业首用话题NNS激励组件，提升用户参与效率；

**运营创新：**明星粉丝经济与KOS转化链路深度结合，实现情感向消费的高效迁移；

**场景创新：**线下非标点位成为内容发酵源头，实现O2O自然流量循环；

**IP长效化：**将“时髦同款”打造为可持续复用的品牌内容资产，支撑系列化产品推广。

# 执行亮点

## 行业首个话题NNS激励组件

**1 流量瓜分进度条展示  
持续激励用户参与讨论**

#解锁专翊爱语	
话题总浏览量	话题总曝光量
1375w+	9152w+

**2 话题笔记挂载活动原生入口  
更醒目、更直接引流话题页面**

# 执行亮点

## O2O双线联动 聚焦消费场景引发共情，线上体验共创品牌故事

**执行亮点** **亮点2 O2O双线联动** **小红书**

聚焦消费场景引发共情，线上体验共创品牌故事

**线上互动主阵地H5**

H5 总曝光量	H5 总互动量
199w+	91w+

**线下消费+领取明信片**

- 线下门店购买七夕甄选产品
- 领取七夕限量珍藏版周翊然明信片

**Offline 传递爱的「蜜语」**

**线上解锁+互动抽奖**

- 扫描明信片上的二维码即可解锁周翊然专属限定视频
- 参与品牌定制积分任务还有机会获得线上互动专属限量明信片

**Online 解锁爱的「密语」**

**优质UGC笔记爆发 反哺活动话题**

# 执行亮点

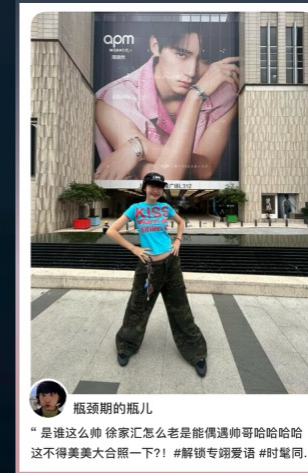
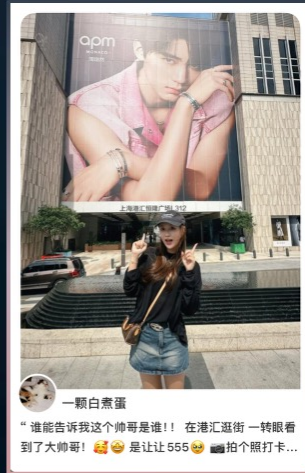
## KOC打卡地广 打造城市打卡「新地标」 延伸户外广告线上传播效果

### 执行亮点

### 亮点3 KOC打卡地广

小红书

## 打造城市打卡「新地标」 延伸户外广告线上传播效果



# 执行亮点

## 粉丝经济运营效果显著 「偶像同款」开启流量密码：情感投射增强消费动力， 品牌KOS借势导流门店

**执行亮点**

**亮点4 粉丝经济运营效果显著**

「偶像同款」开启流量密码：情感投射增强消费动力，  
品牌KOS借势导流门店

**原生UGC** 前置沟通粉丝群，激活自发传播  
激活站内流量自来水  
对偶像情感向品牌认同迁移

**KOS搭载活动热度提升关注**  
强势占领粉丝群体心智  
引导粉丝参与线下活动

**优质KOS**

The image displays six smartphone screenshots of social media posts. The posts feature photos of APM Monaco jewelry (bags, necklaces, watches) and idol merchandise (posters, photos). The posts are in Chinese and include captions, hashtags, and engagement metrics like likes and comments. The screenshots are arranged in two rows of three.

总曝光量: 1.35亿+

话题浏览量: 1760万+

笔记发布量: 6100+

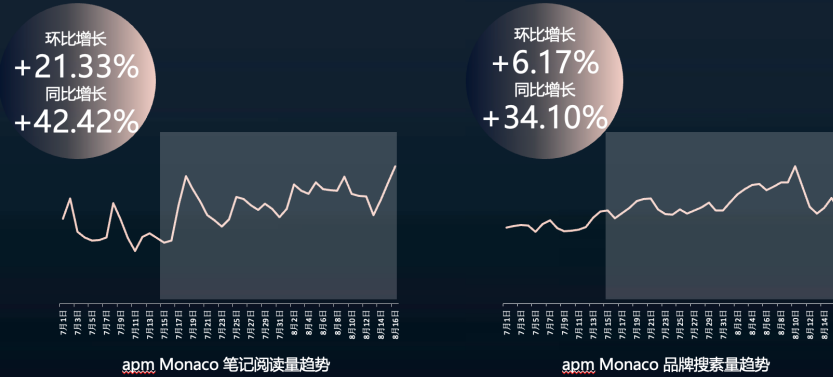
站内搜索量显著提升, Morse Code 相关词进入热搜前列;

社交阅读指数 (Jul-Aug) 同比增长 18.86%;

品牌搜索热度在活动期间持续走高, 环比增长最高达21.33%。

效果复盘

品牌站内热度提升, 有效触达站内用户



数据收集时间: 2024/07/01 - 2024/08/16

效果复盘

IP赋能品牌心智 活动为品牌提升曝光



数据收集时间: 2024/06/16 - 2024/08/15

效果复盘

活动热度高涨, #解锁专翊爱语 声量显著提高

