

兴趣入住，“网”住“红”利 万豪携手小红书，用网球“网”出生意新增量

- **品牌名称：**万豪旅享家
- **所属行业：**出行旅游-酒店行业
- **执行时间：**2025.08-10
- **参选类别：**体育+数字营销类

国内酒店市场超卷，如何维持品牌调性的同时实现持续的良性生意增长？

市场现状

用户旅游需求带动酒店行业“内卷”，国际&本土酒店集团竞争激烈，不仅低价售卖，更体现在附属服务和合作创新

品牌挑战

拒绝低效价格战，如何在行业内卷的局势中维持住品牌调性并不断推动会员的拉新和生意的增长才是关键

+16.8%

人均旅游消费额

+40%

机票订单量同比增长



附属服务+各类创新合作
成为各家酒店的发力方向

IHG X KPL



Hyatt X TME

品牌形象

稳住高端酒店定位

生意增长

遭受低价攻击

会员拉新

持续建设会员体系

只有做“酒店+”，才是品牌的突破口！

品牌的坚持



品牌突破口

高端的品牌形象建设

高效的会员人群拉新

快速的生意增长

酒店 + ?

卷“兴趣”！万豪持续在尝试“酒店+”新思路

在“酒店+”这件事上，万豪在持续发力，但收效甚微

酒店+生活方式

携手Marimekko
共创自在此间理念



酒店+马拉松

紧抓体育热点
共创运动体验



酒店+音乐会

以音乐为桥
让品质人群爱上万豪



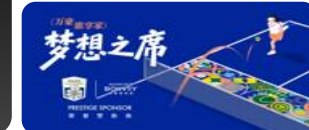
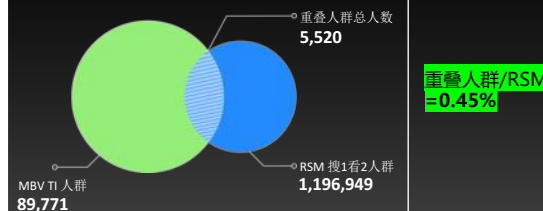
酒店+网球

连续多年赞助上海劳力士大师赛
持续深耕网球领域，可网球人群真的打开了吗？

RSM 媒体投入成本逐年上涨



单向的合作无法打开人群心智渗透



兴趣，才能持续带来有效的生意增量

小红书作为网球兴趣趋势发源地，“有趣”也成为了种草酒店的核心杠杆

平台侧我们发现

网球的风是在「小红书」上刮起来的

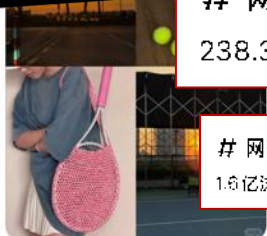
品牌侧我们洞察到

一个小角度足以撬动用户情绪实现规模化种草

网球人群月活超 5700W+



交换一下·你的球场落日
好好玩情报局 185



夏日网球接住了我的日落时刻
小羊羔仔 10



放下对“完美照片”的执念，记录有情绪的瞬间
Yutinghuuu 212

网球旅行

238.3万浏览 2.1万讨论

网球约球

1.6亿浏览 200万讨论

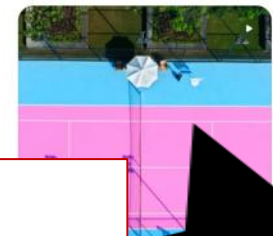
3倍
兴趣人群同比24年提升
+105%
网球相关搜索YTD

球场落日收藏家

4168.2万浏览 12.7万讨论

最美网球场

489.4万浏览 3.6万讨论



带着球拍去旅行 成为圈内人关注的重点



-在小红书,住酒店大共识的背后,是生活小兴趣的向往聚合-

酒店

兴趣

生活情绪

质享户外

松弛海岛

人文古迹



网球搭子一拍即合！联手小红书来一场双向奔赴，“网球还能这么玩！”



网球人群的快速扩张，平台也即将在同周期进行内容布局
专业的社区团队带动用户深度参与让大家玩在一起，
精准对话平台网球爱好者

X

MARRIOTT
BONVOY®
万豪旅享家®

丰富的网球场，出圈的酒店风景，
专享的大师赛权益，为网球爱好者带来独特的体验

有限的媒体预算100% ALL IN 小红书互相赋能
让大师赛的魅力落入每个网球爱好者的日常，期待实现
心智焕新 + 人群破圈 + 生意增量

借势社区能量: Redland合作, 用“一票难求”的福利成功引爆第一波热度



品牌投入
\$XXK



内容曝光
3XXM



官方账号涨粉
620+



品牌检索量
MBV + 8%

活动周期对比活动前



基于平台一票难求的
REDLAND门票福利

万豪杨浦滨江单体酒店
给到小红书**32间房晚**
作为双方的权益回馈



点燃UGC: 多圈层拓展, 联动平台好好玩俱乐部携手将网球玩出“花”

线上“网民”全员集结 + 线下“48家”万豪酒店联动
跳出常规脑洞大开, 借社区俱乐部之力举办各具特色的网球主题赛
提升「网球」圈层兴趣人群心智渗透

由俱乐部联动的6家酒店中, 经典3城+趣味3城
(在海边“打雪仗” | COS真人版网球王子 | 边音乐边网球)



UGC强势破圈：从小小圈层到大大世界实现全民共创，你我都是“野生代言人”

品牌IP话题

#梦想之席

累计UGC笔记数

2.7W+篇

+320%vs预估

线下：俱乐部内容反哺线上带动大量UGC产出

俱乐部及球友线上笔记内容带动更多网友关注
全国网球爱好者全集结，一起成为万豪“野生代言人”

线上：多样化互动及周边点燃用户参与热情

丰富的大师赛热门周边/门票及线下面对面机会作为奖励
多样化线上组件带动用户参与品牌互动活动中去



精准FS投放: 趁势而为精准拦截, 让平台上的网球人群“无处可逃”

借势「小红书」走进网球中国赛季

关键节点「IPFS」加投全面拦截网球兴趣人群

用小红书打开 网球中国赛季

纯白网球风

成为我的2025 成长型网球

今年的追求是网球

小红书Tennis 网球观赛团

多角度的「网球热爱」在此萌芽

密切跟随站内【网球】关注热度

11:12 关注 发现 上海

10:05 关注 发现 上海

17:52 网球赛事

平台站内用户高需求+高热度
锚定「网球」高关注趋势放大品牌权益

品牌笔记高频曝光承接用户搜索及被动浏览行为
精准「网球」人群让平台关注网球的人关注万豪

梦想加码，IPFS托举泼天流量，与“网”友一起见证逆袭神话！

IP上线后，KFS资源持续投入



KOL线下趣味赛

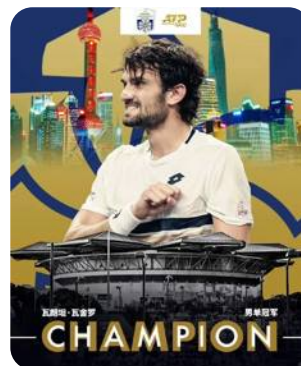


KOL抽象网球摄影



KOL大师赛现场观赛

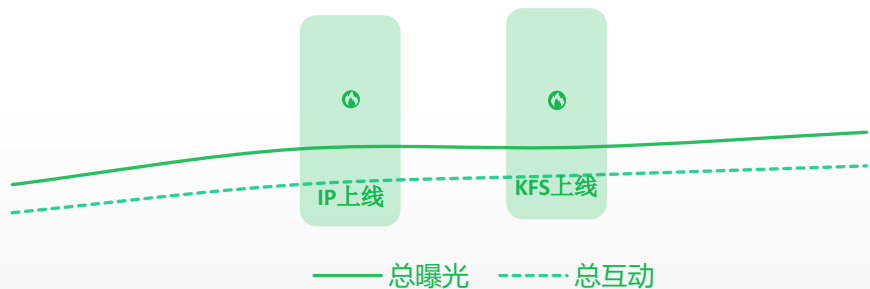
赛事本身“爆冷”，兴趣种草



逆袭夺冠
*图源：官方



万豪旅享家官方小红书
夺冠热点跟进



总曝光390万+，总互动7.2万+，IP上线前后CPTI -15%
 阅读量和互动率环比提升23%

UGC自发内容，讨论逆袭战绩

曾经为几分苦苦挣扎的人，一下拿到1000分的大师赛冠军，真的为他感到高兴骄傲

在某意义上，他点燃了我为普通人对生活希望。虽然大家说他夺冠是逆袭，可是在星光熠熠的ATP世界，200分拿到大师赛冠军，那才叫真正的逆袭。关于网球的逆袭故事，关于网球的逆袭故事已经拉开序幕。

以他200分，4年前放弃的网球课，因一张传单重启。三年坚持，让网球成为亲子共同的热爱与话题。

七年追梦路：从单手球童到赛场少年，大师赛是成长的刻度，更是热爱的火焰。

网球教她挥拍奔跑，更教会坚持与自信；孩子在球场追梦，也带全家共赴热血人生。

看了一场比赛，从此网球的种子在心中发芽，球场上的汗水是最好的自驱力——努力比天赋更闪光！

汗湿衣衫仍笑喊“再玩一次”，网球赋予我们的不止是快乐，更是直面挑战的勇气与热爱。

孩子打网球，正是实现逆袭梦想的最好时机！播种花开的过程，比比赛更精彩！

因“三天”错过决赛，却意外刷到网球博主过亿点赞热搜，他重新点燃的起点。

踏上职业生涯的一个小高潮和小遗憾，所以有想聊聊逆袭的话题，真是没想到这么多人看到了，从0人还是万人到冠军记的惊喜感满满

不止网球: 精准预埋高效转化, 多维达人矩阵“网”罗目标人群+泛人群

以网球为兴趣原点, 带动泛生活方式人群关注

抢占前排心智位, 从精搜到泛搜, 拓展高潜人群

网球+X: 人群 X 卖点 X 产品

核心人群



专业网球达人/网球爱好者, 线下酒店切磋-这才是网球人要住的酒店

网球



大师面对面活动+UGC选拔-亲子网球体验, 种草品牌价值感

网球+亲子



高智感达人现场观赛-网球+旅行是全新的体验, 不能错过

网球+户外

高潜人群



二次元coser现场打卡-年轻人也能在酒店玩起来

网球+二次元

网球+宠物

网球+技能成长

网球+时尚

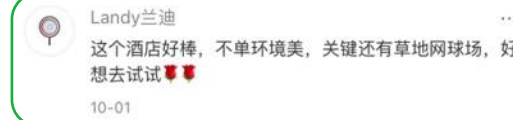
网球+旅行



2025.08.26-09.25
“酒店”下万豪SOV排名TOP1

爆文率100%
单条笔记最高曝光
超过30万

创意笔记
(二次元coser)
互动超过1万
平均CTR 24%



让小红书成为Brand Campaign的核心阵地，与真实用户玩到一起

破圈预热

TEASER

联手Redland搞事情



多城俱乐部+线上线下活动激励，持续活动热度

LAUNCH - 8.26-9.26

俱乐部6城线下活动

丰富资源强曝光+互动激励

万豪42家酒店联合开展线下



搭载平台趋势提升曝光

SUSTAIN - 9.27-10.12

IPFS加投提升人群触达



万豪

小红书

品牌站内
每日检索

借平台趋势及俱乐部之力，周周有热点持续拱热度不断产生有价值的内容

心智焕新：品牌关注度及好感度大涨，“网球”=万豪新标签

项目累计收获：曝光**亿级+**

网球X酒店创意新玩法帮品牌延续暑期热度，增速跑赢酒店大盘



品牌检索量环比投放前

+XX%

2025.8.25-10.12 vs 2025.7.7-2025.8.24

Benchmark 平台酒店大盘-24.27%

品牌检索量同比去年

+XX%

2025.8.25-10.12 vs 2024.8.25-10.12

Benchmark 平台酒店大盘+41.85%

XXXW

NEW TI

+1XX%

vs 投前

网球X酒店创意新玩法帮品牌延续暑期热度



万豪旅享家笔记NPS

50.44

较上周期+24.02

行业均值31.63 (较上周期+3.03%)

快来参与

在酒店打网球

网球新玩法

绝不错过 **网球** 有趣的体验

当旅行遇见网球 **创意网球比赛**

网球PK赛是最有意思的 **万豪大师赛**

客户证言 + 生意增长，为本次合作交上满意的答卷



自有渠道酒店销售额

+ XX%

2025 8-10月 VS 2025 5-7月

+ XX%

2025 8-10月 VS 2024 8-10月

漕河泾万丽酒店：给我们酒店带来了活力，也让我们看见了潜在生意客群成长的可能性。

海口威斯汀：让我们对盘活酒店公共空间以及如何商业化酒店公区有了新的思路。

品牌客户：

这次合作是一座桥梁，成功架起了“上海劳力士大师赛”和“万豪旅享家”与年轻热爱网球的群体、家庭群体建立起了紧密的连接。这种连接不仅体现在小红书提供的站内数据和关键词上，更直接反应在了现场“万豪旅享家”各个曝光点的到访客群画像上。