

种内容，收线索： 皇家加勒比的活人感海上乌托邦

- **品牌名称：**皇家加勒比游轮
- **所属行业：**出行旅游-邮轮行业
- **执行时间：**2025.02-10
- **参选类别：**种草营销类

皇家加勒比，入局即巅峰，吃下游轮市场首批消费者！

游轮票 吃住玩全包

千~万元高客单

>90天长决策

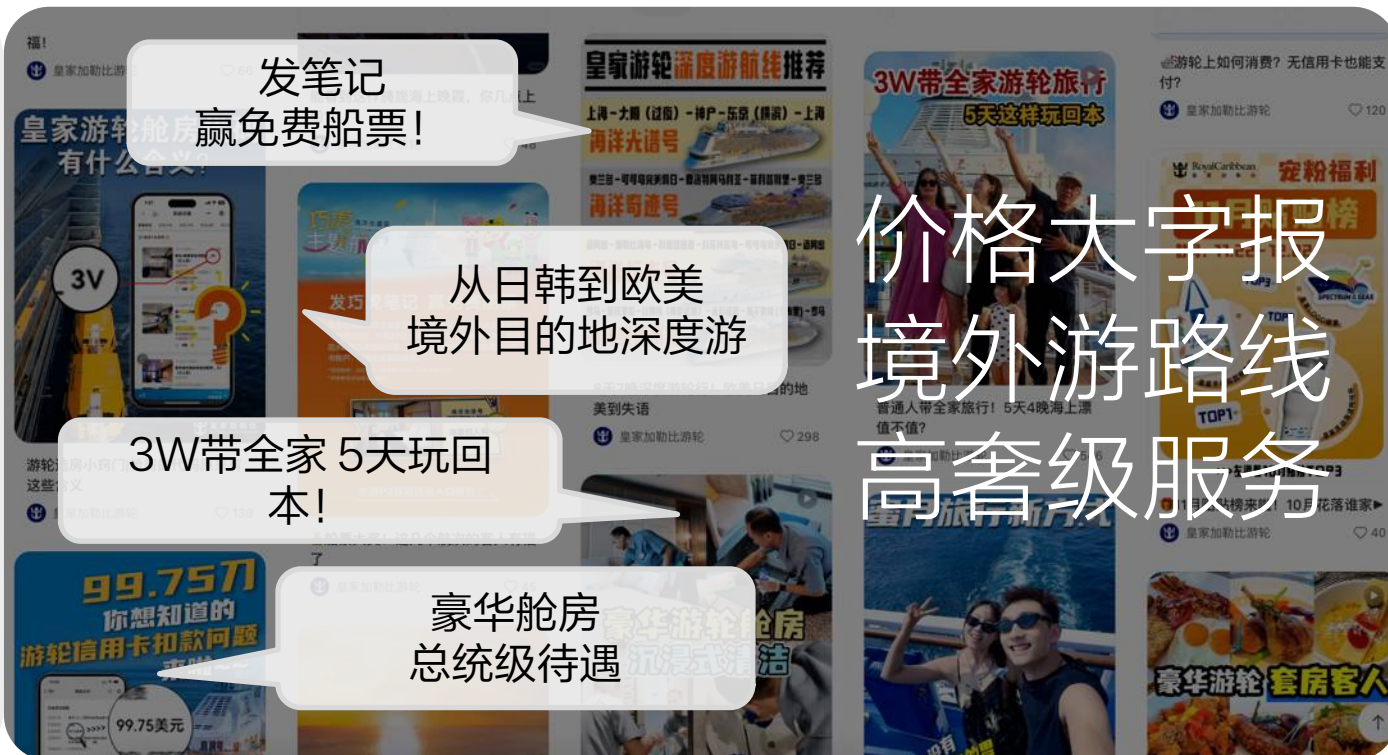
铺满专业号笔记，线索投广抢量客资，率先树立 **坐游轮选皇家**

¥2XX

旺季客资成本仅大盘的1/4

3X%

留资率超出大盘10个点



发笔记
赢免费船票！

从日韩到欧美
境外目的地深度游

3W带全家 5天玩回
本！

豪华舱房
总统级待遇

价格大字报 境外游路线 高奢级服务

当代理商把大字报发挥到极致，
用价格卷人、用服务吸人，皇家？~~抢不动人~~ **OUT!**

困境1



OTA/票代更低价的购票渠道

飞猪上买爱达魔都尾单船票靠谱吗

早柚想睡觉 2024-08-12 15

埃及邮轮省钱攻略

Rebecca爱旅游 02-17 299

携程邮轮 09-02 250

成本暴涨4倍!

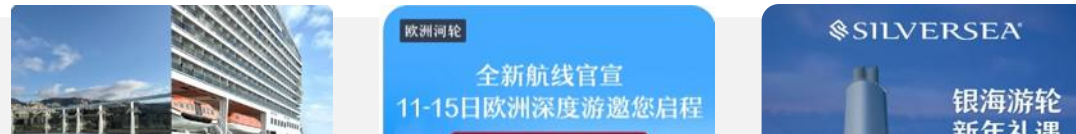
1XXX

大促尾单好价

省钱低价订票

爆款机船优惠

困境2



旅行社/游轮同行更灵活的定制服务

MSC欧罗巴号 | 英区留子必去的邮轮旅行

一撮碳酸盐 02-24 1758

2条新航线来袭! 多瑙河深度体验

维京游轮 44

银海游轮Silversea 2024-12-11 489

30%

15%

获客效率打对折!

人均4000

第二人五折

立减5000刀

8天7晚

11-15天

7-18天

环地中海航线

多瑙河深度游

加拉帕戈斯野生风光

不会种草! 没钱找

核心痛点: ~~找不到人~~

同时, 线索行业普遍高客单、决策长, 重点在获客, 难以像消费品通过KOL实现大规模、标准化的种草

1 K高成本水下泛滥

上船+达人费用过高 不如走置换

都是大K的 Social Seeding

伊比利亚半岛 A Journey through Iberian
米璐milu 4天前

我在黑山, 闲来无事
Cici项保婧 08-07 1062

邮轮日记 vlog南欧的大海上海游
Ziyun关苾匀 4天前 2370

2 K素材同质且快餐

旅游素材大多是快餐攻略 走马观花

“怀念马蜂窝那种**长篇游记**, 那时候更多记录**生活真情实感**, 现在都是快餐”

“旅行的意义应该是通过形形色色的人**看到不同的活法**, 发现**生活的更多可能**, 而不是为了旅行而旅行”

邮轮旅行 LOG

*CTR 文旅10%

~~深度攻略? 真实体验? 没兴趣!~~

3 K客资转化效率低

留资率仅0.04%
TOP流转笔记均来自企业号

触点效率

触点名称	触达人数	转化人数	转化率
口碑通			
全链营销			
> 信息流			
薯条			
> 搜索			
H5			
视频流			
蒲公英自然			

从理解 到成为

K笔记怎么写？从UGC洞察“用户为什么上船”的情绪火花

上班突然喘不上气
赶紧去挂个号

阅读量：6万+
双列CTR：21%
互动率：19%
CPTI：8

阿花呀 (见过莎头)
07-15 9509

与其内耗 不如发疯

- #打工人的精神状态 42.4亿浏览
- #精神状态 140.8亿次浏览
- #年轻人哪有不发疯的 1.7亿次浏览

还是等有钱了再当二棒吧
我也要去医院坐碰碰车和看日落 🤪 @礼名花郁yu
05-18

小楼
你这个一个疗程多久，花多少住院费？
04-14
1529 69

阅读量：2.8万+
双列CTR：27%
互动率：19%
CPTI：17

我平海洋光谱号只做这一件事
TI_满佳Magic
05-31 5138


- #搞抽象 1.2亿浏览
- #抽象文学 1.2亿浏览
- #给世界亿点抽象 6.5亿次浏览

小旋 (见过金智秀版)
妈呀 你们太有趣了吧 我当时在船上居然没想到可以这样拍 🤪
05-31

momo (见过梓渝版)
这才是我们员工应该看的客人!!!!!! 🤪🤪🤪
06-01
483 4

答案是：逃

- 需要呐喊，需要狂欢
- 短逃离，一次人生的翘课
- 为什么不长逃离？因为没有工资



暂停一下！所有人都来皇家加勒比发个
疯！

击中情绪靶点 再造(活人感)内容

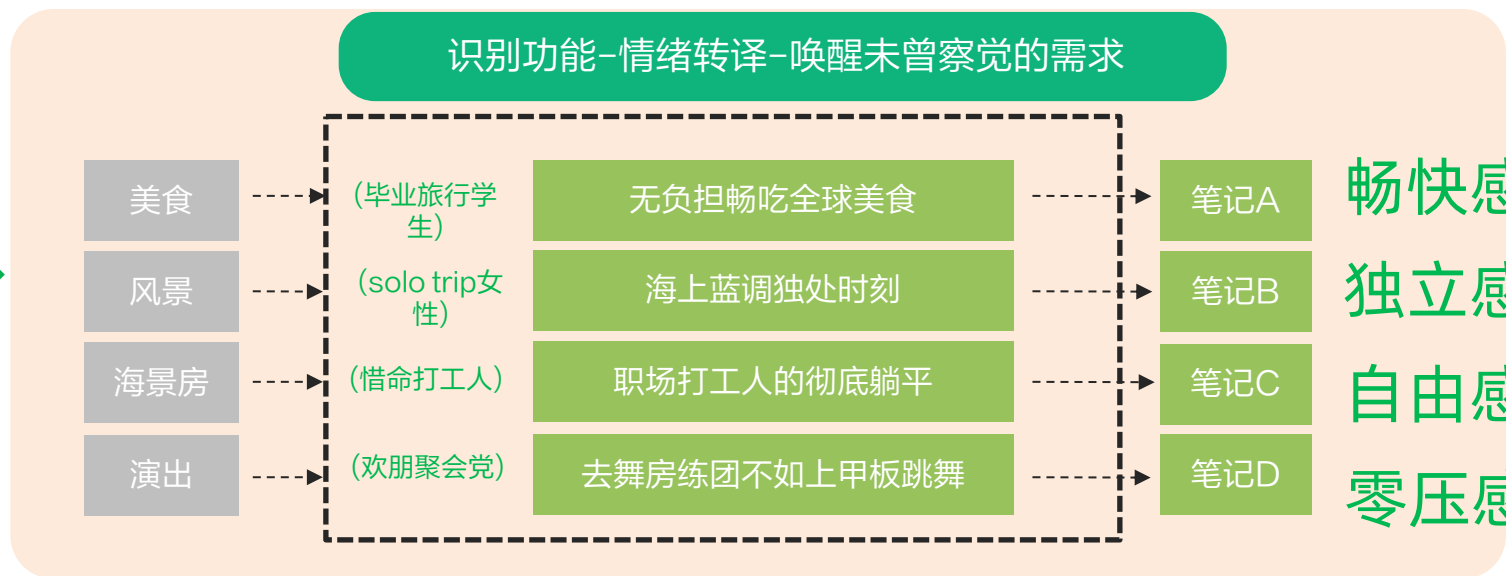
我们卖的不是船票，而是一个能承载当代年轻人精神逃离的

海上乌托邦

从交通工具到情绪载体，开辟海上乌托邦新赛道

传统洞察逻辑

好笔记洞察逻辑 ✓



想坐船

外显核心情绪价值

想释放

借势热点，搞笑博主演绎船上疯感剧情，点燃逃离向往感！

#挖疯感热点



#匹搞笑类头K

- 搞笑娱乐类博主
刘大悦er
250万粉丝
- 生活记录类博主
七颗猩猩
900万粉丝
- 美食测评类博主
半壁Bambi
30万粉丝

#产活人感内容



职场穿越短剧



我的龟毛父母



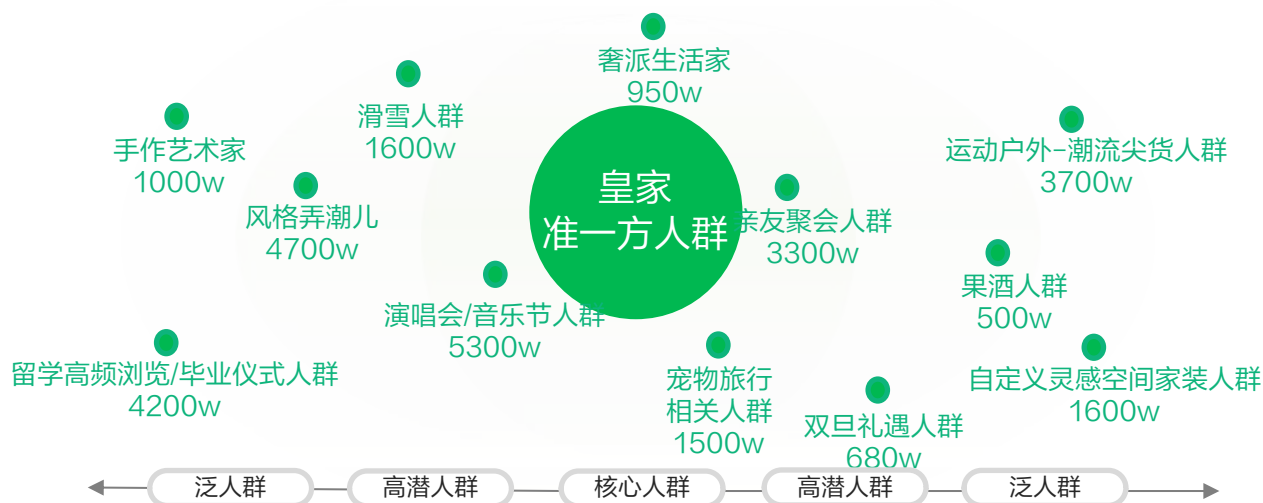
能吃又能瘦

蒲公英笔记CTR提升29%

10% → 14%

圈内人集合！圈住离消费者最近的KOL

1包人 → 1群人 → 1个个圈子



消费者是谁

消费者的圈子

“圈内人的代表”

派对氛围官

派对 | 聚会 | 留学 | 毕业仪式
“品质社交链接同类”

灵感兴趣圈

演唱会 | 艺术家 | 果酒 | 运动
“热衷多元社群兴趣文化”

时髦灵感家

潮流尖货 | 风格弄潮儿
“ootd是旅途仪式的必备”



把皇家的“出逃感”变成一个个真实的活人

选身份

海外留子/毕业生/职场白领等身份标签博主
*剔除纯穿搭美图博主

选兴趣

「音乐/舞蹈/运动/二次元」关键词匹配
运动员/爱豆粉头/舞蹈老师等兴趣圈子代表

选粉丝

一线/新一线城市分布
女性粉丝>70%



#前职业网球运动员 NCAA D1全奖

#JK穿搭 二次元漫展同人爱好者

#清华美院应届毕业生 鬼马设计师

用身份标签的痛点共鸣，种下一个好服务

传统笔记

“游轮服务真的好”



邮轮旅行 “不能错过的6个体验”

RachelRach 03-06 120



免签日本！在邮轮上玩了5天只花3000元

何柔熹 03-18 475

活人感笔记

“现实暂停！卸下生活铠甲，来场逃跑”

“北美留子/NYU的毕业游轮派对”



终于实现了讨论很久的游轮旅行！

麻辣人鱼 2024-08-15 4993



邮轮旅行！每天都有新惊喜

Ziyun关苾匀 11-10 5354



在游轮上做了一个电影梦

長東皓 07-29 539

17%
CTR

13%
互动率

用对兴趣的热爱集结，种下一种度假方式

传统笔记

“游轮海景真好拍”



nothing but ocean days

张方形_Lisa 7842
06-12



冲绳海上之旅plog

林雨欣 324
2024-11-29

活人感笔记

“海上度假、兴趣爱好里藏着同款自在”



“网球+游轮就是自在无界的完美假期”

我宣布！大师赛这样看才有趣！！！！！！

楠楠Nannan 541
10-02



“海军风穿搭也太搭了度假感100分”

游轮上的J人“度假”一周吃练

池恩不沉_ 3105
10-23



“坐上游轮痛车旅行”

存一些高铁拍照姿势!!

郝哆可可 2352
10-15

10%
CTR

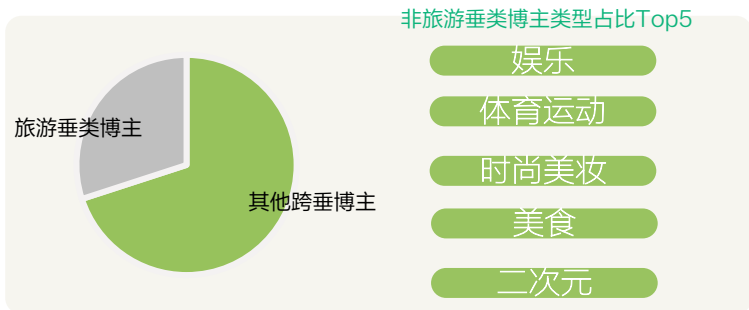
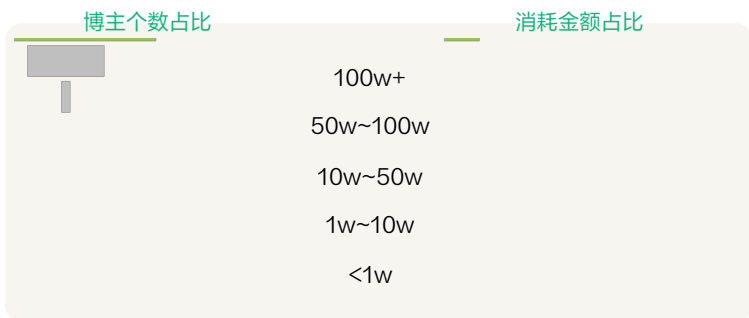
21%
互动率

多人设博主矩阵分层，头腰尾各司其职，持续发声

博主层级

博主类型

内容形式



头部博主-爽点钩子 影响力曝光

TOP3

合作占比



刘大悦er

小红书号: Dayue0408 IP属地: 北京

大悦的另一个人格在这里: @Mini大悦

29岁

21 关注 249.4万 粉丝 999万+ 获赞与收藏

娱乐博主

CTR: 64%
互动率: 8%

腰部博主-显化痛点 信任激发

TOP1

合作占比



一只酸奶楸

小红书号: 26963999467 IP属地: 浙江

来了就是我的人!!
快乐朋友圈儿 探索变漂亮法宝中!!
168 104一颗
杂货铺联系售后@碳水大楸

440 关注

52.3万 粉丝 534.8万 获赞与收藏

服务攻略
好友/职场/毕业/情侣身份情境化演绎

生活记录

CTR: 16%
互动率: 5%

长尾博主-兴趣认同 人群破圈

TOP2

合作占比



楠楠Nannan

小红书号: 613681225 IP属地: 上海

enfi | 人生小玩家
一起做高能女孩!
清华美院/设计师

白羊座

户外博主 运动博主 浙江传媒学院

999 关注 6万 粉丝 23.7万 获赞与收藏

圈层生活方式演绎

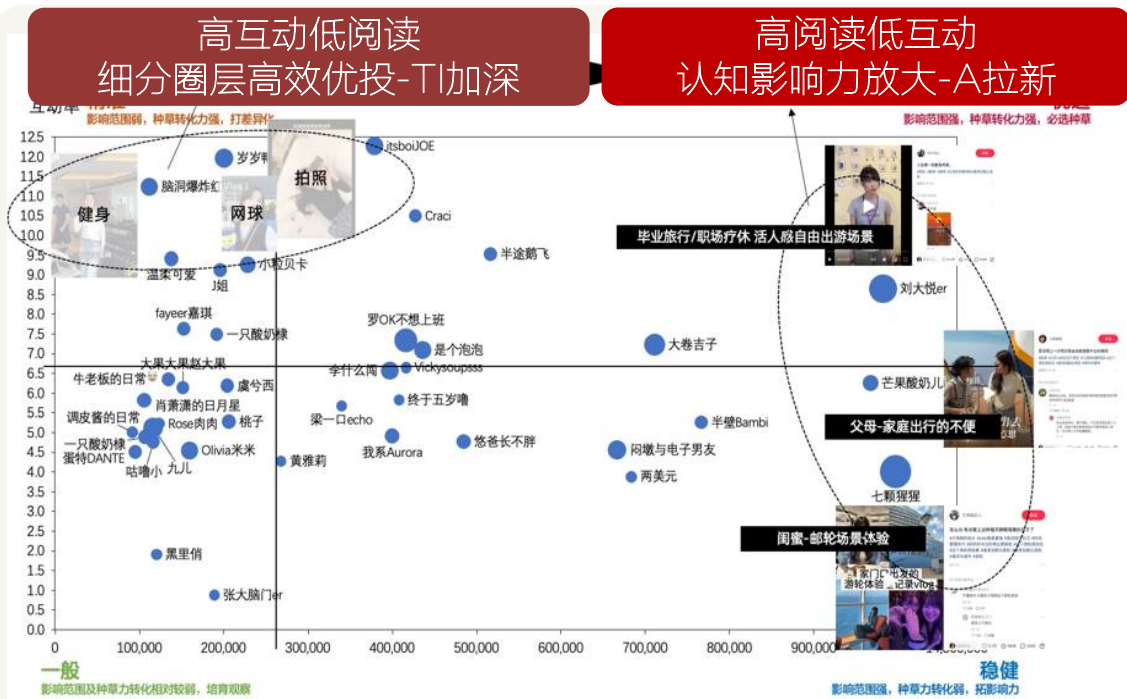
体育/时尚/二次元

CTR: 11%
互动率: 8%

多投放组合矩阵，切细流量提效笔记种草力

矩阵策略：博主内容包围精投广

数据验证：博主x人群，内容倒推更细分的小需求



用存量兴趣找
关注游轮目的地/服务的人

游轮行业人群 X 游轮拍照
日本旅游人群 X 福冈游轮自由行

用需求拓增量
找关心解压娱乐/泛度假的人

网球兴趣人群 X 海上网球场
JK二次元人群 X 海军风度假穿搭

点击成本减半 互动成本仅1/3 留资率提升3倍

数据来源：小红书数据中台，2025.03-10皇家蒲公英笔记自然VS.自然+广告的CTR/互动率/留资率

K-B-U多笔记触点矩阵

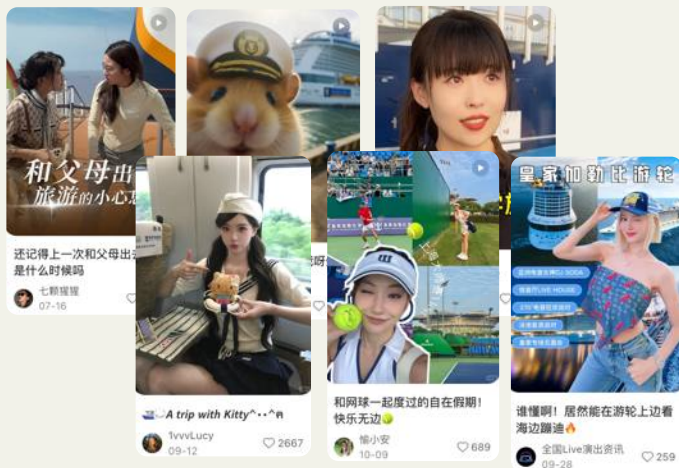
覆盖用户从“兴趣产生”到“决策转化”全过程，缩短或直击最后一公里

0-1激发

价值

情绪基点

情景化叙事制造代入感
差异化价值点燃兴趣场



KOL-搞笑/人设型博主

娱乐放松人群
泛品质兴趣爱好人群

需求

流程/场景

朋友/职场/毕业/情侣释放
情境化演绎心价比服务 直击底层需求



KOL-生活记录

职场疗休/毕业旅行/好友聚会人群
游轮行业AIPS人群/竞品人群

转化

高心价比的口碑

官号信任背书
价格引导决策



双十一限时返场△海洋光谱号
后悔没下单?

BGC

素人信任验证
互动理性决策



皇家加勒比光谱号 | 真的太
难戒断了

UGC口碑通

*TI人群线索复投
游轮行业TI/精搜人群

好笔记还有什么力量？

不止激发需求 还能打造 (服务创新)

好笔记激发新需求

用更多起心动念打造新服务

笔记

用户

服务

情绪共振
场景共情

兴趣参与
圈层认同

服务创新
价值验证

客户为小红书造品！ 打造周末蹦迪航线 

打破长决策范式，开创海上72小时周末蹦迪短航次

更当下

出发？随时随地，想去就去

2023年 → 2025年



“攒了半年的假期
这一次All in邮轮”

亲子游

周末

看海

暑期

自由行

生日

遛娃

五一

浮潜

圣诞

度假

端午

露营

蜜月

跟团

春节

打卡

七夕

冲浪

国庆

“带全家一站式躺平
出游的最佳选择！”



春节全家游去哪里？躺平遛娃
不费妈就靠它了！

更短频

游玩？只要一场爆发式享乐



公园是春天送的速效救心丸
春天不能没有公园。
「公共」
所有人都离开休闲的公园，
男女老少的生活都在这里发生，
人人都能找到不同的偷闲量方式。
「附近」
触手可及的公园，
想离就离的城市庇护所。
公园是生活的治愈良方，
来公园20分钟，快速回春。
活动时间
2024年4月17日-2024年5月31日



户外48小时怎么过？提案时间到！
户外48小时
“一刷”自然“见效”的绿色处方
2025小红书外节 邀请你走进户外
一切的一切 过两天(48h)再说！
你的户外48小时会如何打开？
@所有外人 提案时间到！
参与方式
内容围绕“户外48小时”主题，不限目的地推荐，
路线灵感、行程攻略、所有真诚的安利我们都欢迎！
必带话题：#小红书外节 #户外48小时
标题格式建议：户外48小时 | xxxxxxxx
活动奖励
按上述要求发布户外笔记，点赞数据≥50，评选优质
#户外48小时 内容，送「外节」户外礼包盲盒*20份
@优质内容，均可获得活动专项流量激励哦！
薯薯也为外人准备了超多种户外48小时提案灵感，欢迎
说出什么... 2952 308 91 62

从公园20分钟，到户外48小时

皇家加勒比先锋开创 **海上72小时**

创新推出 济州岛限定蹦迪航线

皇家加勒比“海洋星际号”（Star of the Seas）全球首航，国内推出“轻度假”短途航线

为了让更多宾客开启“说走就走”的海上假期，于去年8月首航的皇家加勒比绿洲系列最新游轮“海洋乌托邦号”主打3晚或4晚短途航线，人们只需按照“周五出发，周六度假，周... 旅行社资讯网 3个月前 最近读过



聚焦夜店蹦迪/演唱会/爱豆/DJ粉丝人群

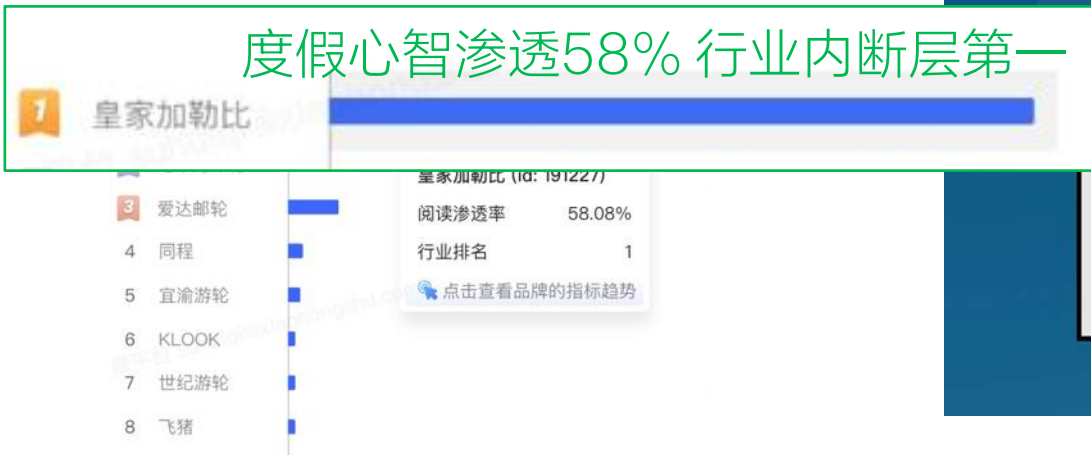
现在，皇家加勒比正式成为海上乌托邦

This Time We Pay For The Freedom!

出行工具 → 度假方式 → 情绪载体
皇家成功拓圈成为游轮市场中唯一的

年轻度假品牌

度假心智渗透58% 行业内断层第一



皇家加勒比邮轮
造了个海上城市?

花旗研报深度解读: Icon级邮轮与目的地战略双轮驱动

\$399

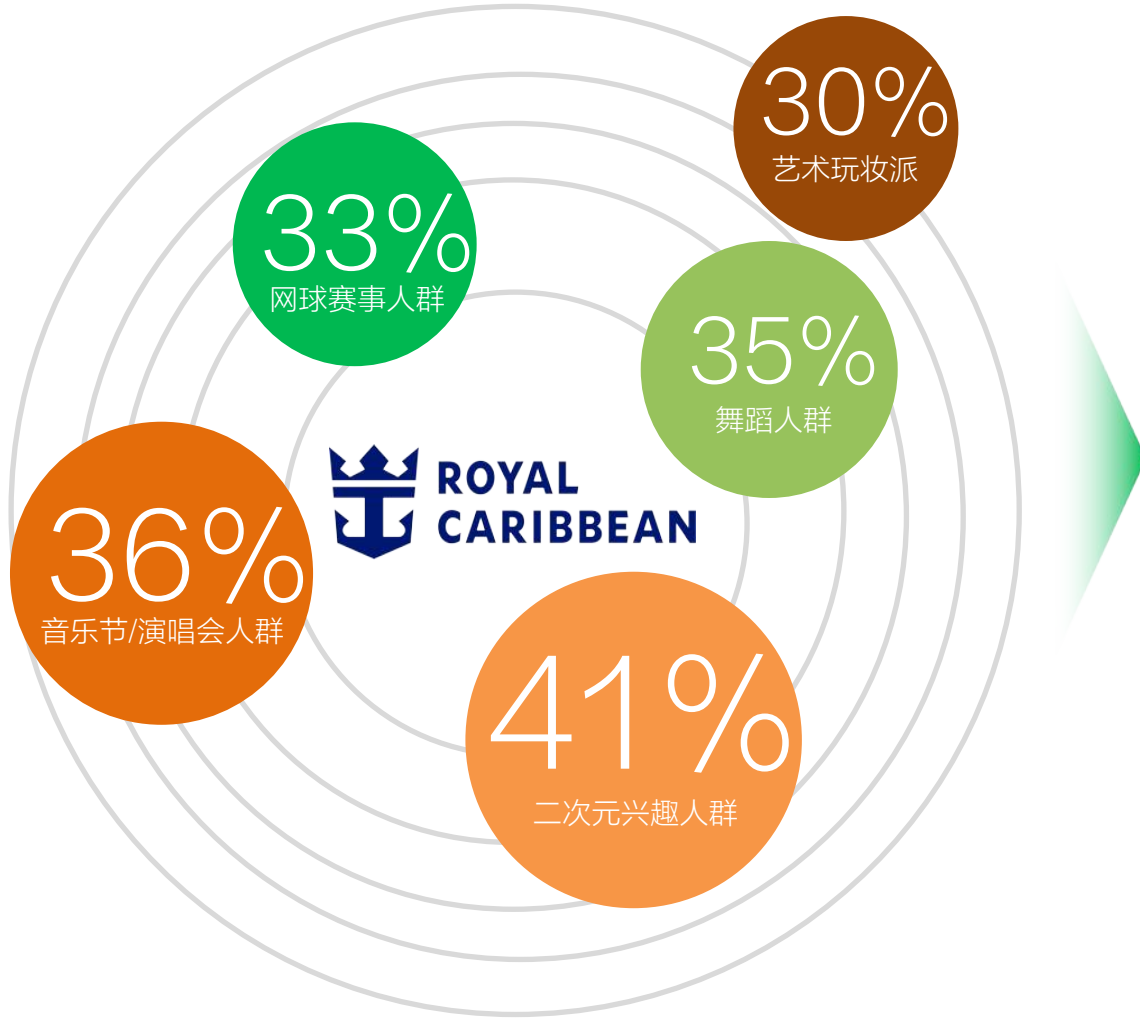
目标股价

4%

住

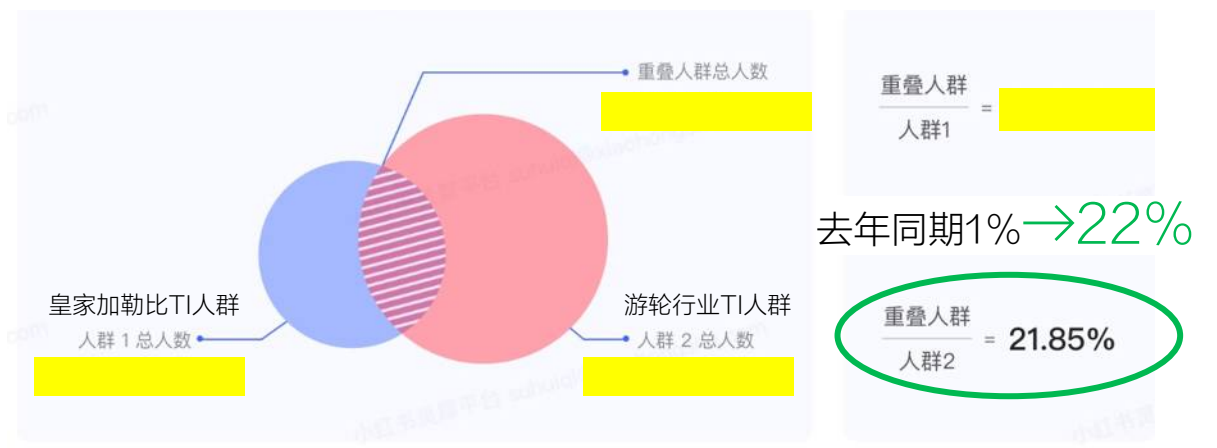


好笔记打开人群增量，激发心智跨界生根



打通毛细血管，扎根行业大盘

品牌游轮行业种草人群 **暴涨20倍** ↗



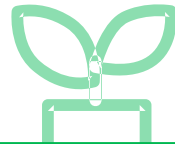
14%
蒲公英笔记CTR

24%
蒲公英笔记互动率

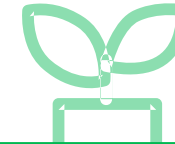
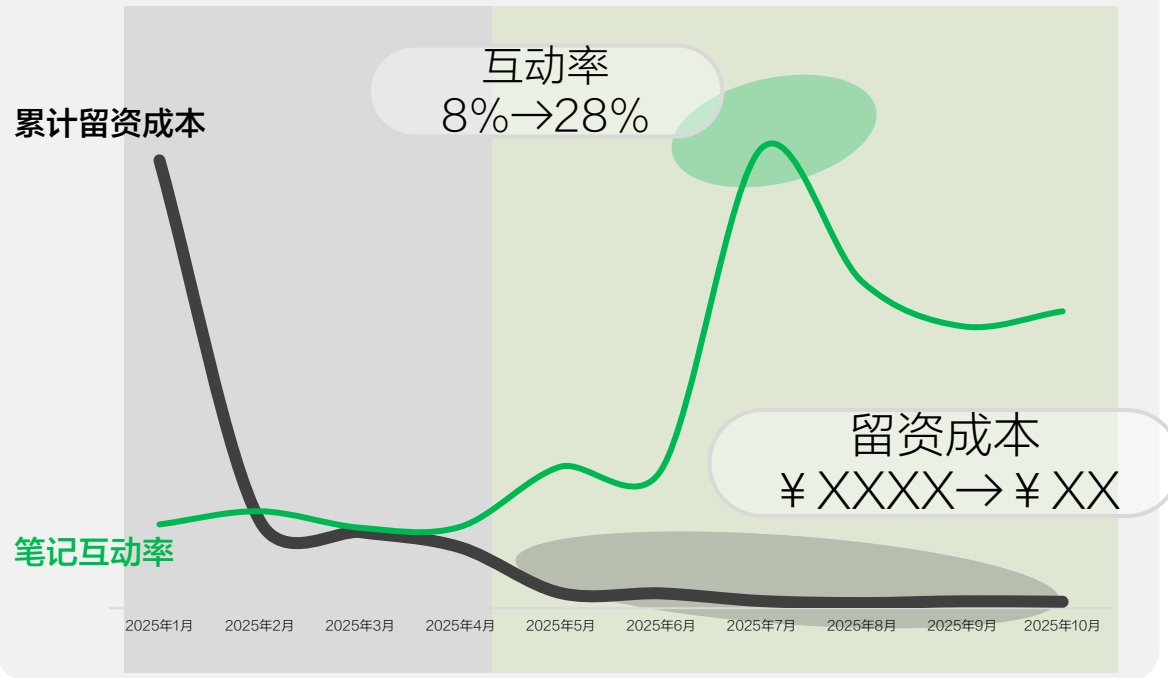
TOP1
游轮赛道搜索/AIPS总量双冠

数据来源：小红书灵犀，2025.08-10邮轮游类目度假关键词下品牌内容渗透排名

好笔记帮助获客提效，在长决策行业赢得比较



高种草力笔记帮助成本骤降60倍



KOL种草之旅激增300倍进线用户



皇家加勒比从游轮→海上乌托邦的种收之旅

总结出：线索客户种草，其实种的是

人的需求

人的圈子

“TA想要表达什么”

“选能代表TA的博主”

抽象分享 精神逃离

与其内耗 不如发疯

#打工人的精神状态 1.2亿浏览
#精神状态 0.8亿浏览
#年轻人哪有不发疯的 1.7亿次浏览

抽象圣体 人均乐子

#搞抽象 1.2亿浏览
#抽象文学 1.2亿浏览
#给世界亿点抽象 6.5亿次浏览

阅读量: 6万+
双列CTR: 21%
互动率: 19%
CPT1: 8

班味出走 自在度假

当打工人 重回大学旅行

人生第一站都是风景。

终于实现了讨论已久的游轮旅行!

我宣布! 大师赛 这样看才有趣!!!!!!

游轮上的J人“度假”周 174/56 胃吃练

存一些高铁拍照姿势!

2024-08-15 4993

10-02 541

10-23 3105

10-15 2352

把皇家的“出逃感”变成一个个真实的活人

选身份

海外留子/毕业生/职场白领等身份标签博主
*剔除纯穿搭美图博主

选兴趣

「音乐/舞蹈/运动/二次元」关键词匹配
运动员/爱豆粉头/舞蹈老师等兴趣圈子代表

选粉丝

一线/新一线城市分布
女性粉丝>70%



皇家加勒比从游轮→海上乌托邦的种收之旅

总结出：线索客户种草，其实种的是

人的决策

“TA因为什么买你”

需求原点x服务的多维匹配

全决策链路的围追堵截

数据验证：博主x人群，内容倒推更细分的小需求



用存量兴趣找
关注游轮目的地/服务的人

游轮行业人群 X 游轮拍照
日本旅游人群 X 福冈游轮自由行

用需求拓增量
找关心解压娱乐/泛度假的人

网球兴趣人群 X 海上网球场
JK二次元人群 X 海军风度假穿搭

0-1激发

价值
情绪基点

情景化叙事制造代入感
差异化价值点燃兴趣场



KOL-搞笑/人设型博主

娱乐放松人群
泛品质兴趣爱好人群

需求
流程/场景

朋友/职场/毕业/情侣释放
情境化演绎心价比服务 直击底层需求



KOL-生活记录

职场疗休/毕业旅行/好友聚会人群
游轮行业AIPS人群/竞品人群

转化
高心价比的口碑

官号信任背书
价格引导决策



BGC

素人信任验证
互动理性决策



UGC口碑通

*T1人群线索定投
游轮行业T1/精准人群

好笔记能为线索客户带来什么？



价值1: 理解非标行业更重体验 更靠近人

不抢精准流量 自造潜力增量
理解人的心理
做更大胆有激发性的内容

价值2: 跨垂K矩阵破圈人群增量

破局生服选K贵且同质
选人设、选身份、选跨垂K
矩阵投广高效拉新

价值3: 更优质的获客效率和成本

先种后收 越收越有
互动越高 成本越佳
生意增长 获客不愁

