

绿盒王老吉2026年春节公益营销活动

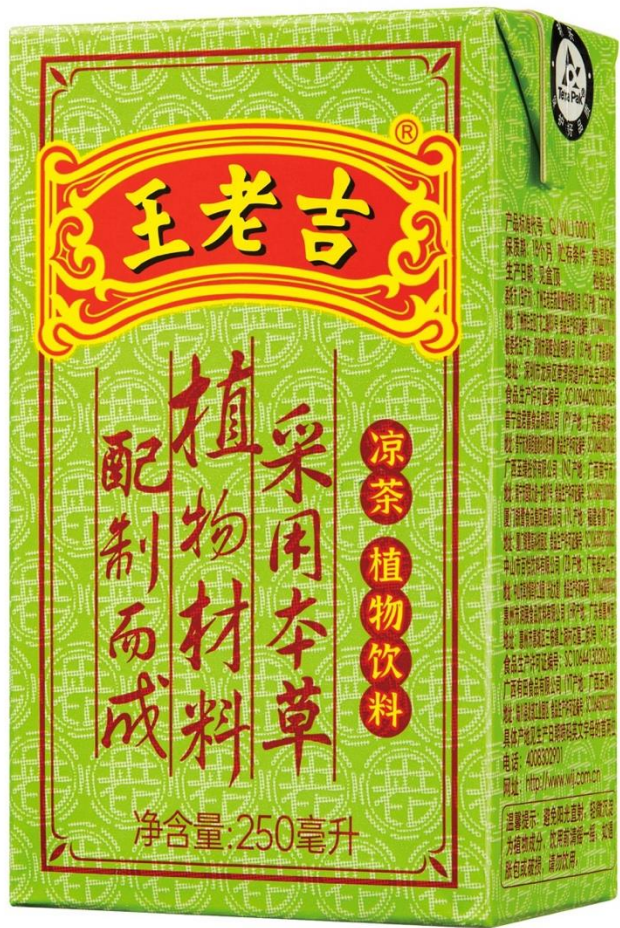
- **品牌名称：**王老吉
- **所属行业：**快消品
- **执行时间：**2026.01.23-03.04
- **参选类别：**公益营销类



案例视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

- 王老吉新春吉祥曲《吉吉吉》魔性神曲视频：<http://t.cn/AXtU8KXL>
- 绿盒王老吉2026年CNY《让爱吉时回家》公益活动回顾视频：<http://t.cn/AX5PQr33>



目录 CONTENTS

Part 1: 项目背景

Part 2: 策略与创意

Part 3: 执行过程与媒体表现

Part 4: 效果与反馈

让爱吉时回家



PART 01

项目背景

PROJECT BACKGROUND



让爱吉时回家



营销背景



背景回顾

王老吉作为拥有十余年“关爱春运”公益积淀的国民凉茶品牌，其**“让爱吉时回家”** IP已深入人心。面对2026马年春节营销，品牌需在延续公益基因的同时破局创新。

当前年轻人**“情绪消费”**兴起，**玄学内容**热度攀升，如何将传统品牌“吉文化”与年轻群体的好运诉求深度融合。

在激烈的CNY营销中打造兼具**社会价值与传播势能**的差异化事件，成为本次整合营销的核心命题。



让爱吉时回家



营销目标与挑战



• 营销目标

将整个创意核心，与**公益、玄学**深度融合，重塑绿盒王老吉“可随身携带的“好运水””认知，强化“**让爱吉时回家**” IP的**年轻化表达**，打造马年春节热点事件，实现品牌**美誉度**提升与销售转化的双重突破，达成品效合一的整合营销目标。

• 核心挑战

如何在保留“**让爱吉时回家**” IP公益温情的同时，借势2026马年以玄学营销撬动年轻圈层，通过**创意包装与多波段**互动，将产品转化为“**春节返乡好运水**”实现沉浸式体验闭环，让**公益IP焕发新声**、达成品效合一。



用户洞察



人群洞察

年轻消费者热衷“好运玄学”，他们渴望在春运旅途中获得心灵慰藉与社交谈资。绿盒王老吉将“让爱吉时回家”从品牌单向帮扶升级为全民人人共创公益行动。

每一次扫码集“吉”、每一次分享好运，都是对归乡温情的接力。通过将祝福实体化，让春运场景成为情感流动的温暖枢纽，让公益不再是远距离的关怀，而是人们触手可及的陪伴，真正融入每个人的回家路。





PART 02

策略与创意

STRATEGY AND CREATIVITY



让爱吉时回家



策略与创意



营销策略

深耕“让爱吉时回家”公益IP，借势Z世代“玄学经济”情绪刚需，将“吉文化”转化为社交货币。以“马上有吉”为核心，构建“包装一箱一码+分波段小程序互动+线下快闪+微信小蓝包”四位一体链路。持续释放“吉运”势能，实现公益温情与好运裂变的双向奔赴，在春运场景中完成品牌年轻化与活动品效合一闭环。



让爱吉时回家



策略与创意



创意阐述

4款好运符 + 4款SKU贴纸 1款红包封面 + 6项小互动

以绿盒王老吉包装为媒介，上线多款吉祥好运符+SKU贴纸，揭开扫码领福利+定制红包封面，多场互动游戏让新春祝福触手可及。



让爱吉时回家



• 创意阐述

1组王老吉《马上好吉》新春动态吉吉吉表情包!

绿小吉动态表情包萌趣上线，霸屏微信社交圈，以“吉言吉语”引爆新春互动，每一个斗图瞬间，都是最有梗的新春祝福。

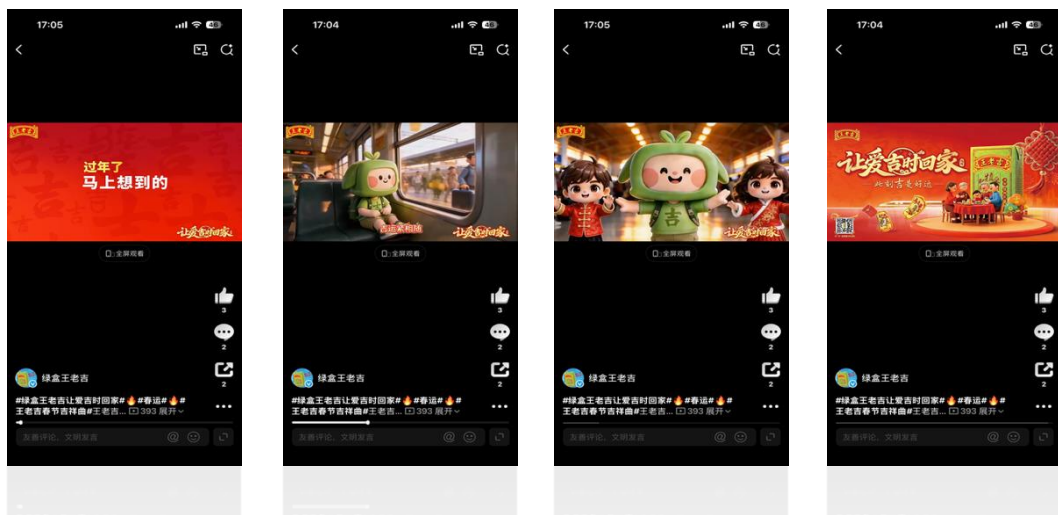




• 创意阐述

1条王老吉《吉吉吉》新春吉祥祝福魔性神曲视频！

绿盒王老吉魔性《吉吉吉》新春祝福神曲上线，串联返乡场景，让每一句“吉”成为归途中的好运BGM，让回家路变成返乡好运气。



让爱吉时回家



• 创意阐述

2场商圈核心交通枢纽站 政企共筑春运公益落地行动

绿盒王老吉“让爱吉时回家”快闪落地全国核心交通枢纽，政府指导、多方联动，以公益派饮+趣味打卡引爆春运声量，彰显品牌社会担当。





PART 03

执行与媒体表现

EXECUTION AND MEDIA

让爱吉时回家



执行过程与媒体表现 ①-4款好运符



①-4款好运符

紧扣**马年**与春节氛围，创新推出4款**春节“好运符”**。精准切入多元送礼场景，强化春节社交属性。

深化品牌吉文化内涵，让**“马年大吉”**寓意在年轻社交圈中裂变式渗透，进一步升**深化品牌内涵**，传递**“马上有福”**寓意。

马上暴富



6连包



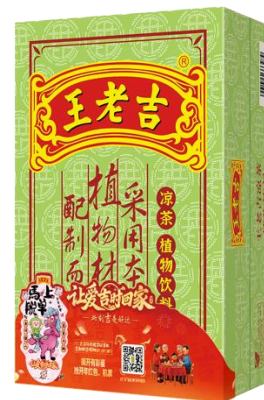
无糖12入



马上脱单



16入



马上好运



马上安康



24入



让爱吉时回家



执行过程与媒体表现①-4款SKU贴纸



①-4款SKU贴纸

融合**箱码**核心玩法，将**4款**不同设计各具吉祥寓意的**吉祥符**，采用可反复撕贴工艺打造。

用户**撕开**扫码参与一箱一码活动的同时，可仪式感留存吉祥符**随心**贴于手机壳、包包、卡套等日常物品上让新春美好寓意时刻相伴。



让爱吉时回家



执行过程与媒体表现 ①-1款红包封面



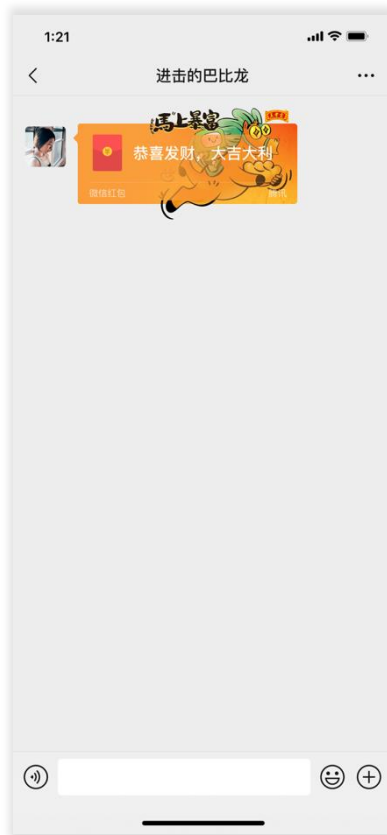
①-1款马上暴富红包封面

马年大吉**红包封面**一经上线即告罄，紧急加推仍被秒空，多轮发放**引爆**微信社交链。

用户争相转发、热情高涨，**精准锁定**春节黄金节点，以**超高互动热度**席卷社群。

生动诠释了绿盒王老吉“**吉文化**”的深厚共鸣，让品牌符号深入人心。

对话框红包界面



打开红包界面



领取红包界面





执行过程与媒体表现 ① - 1款红包封面



来领新新红包封面了! × 🔍

🏠 总结 由元宝提供



让爱吉时回家

马年大吉 吉运到家

限定红包封面 限量发放600份

王老吉 马上暴富 小小的红包 恭喜发财, 大吉大利

泼天富贵 钱袋满满

开

左滑领取 >>

来领新新红包封面了!

🐎年换新“封”, 马上有吉运!

绿盒王老吉送上马年限定红包封面 📄
速速领取, 一起解锁马年吉运!

👆点击图片扫码领取
数量有限, 先到先得!

!!购买“让爱吉时回家”新年限定包装产品参与活动, 还有机会赢取千元机票✈️和微信现金红包哦📄

#绿盒王老吉让爱吉时回家 #马上有吉 #红包 #红包封面

阅读 2382 广东 2月12日 09:03 已修改🕒

留言

🔍 让爱吉时回家活动

15:01 📶 48%

×



马上暴富

泼天富贵 钱袋满满

开

已领取

发红包时, 可在「红包封面」中找到和使用该封面。

去发红包

绿盒王老吉 关注作者, 不错过他的红包封面。 >



执行过程与媒体表现①



①-活动1：《五福临门送吉运》

结合马年春节氛围，贴合迎财神的传统习俗，设计财富翻倍小游戏，“接财神、涨财运”。

用户进入互动后，点击财神掉落各类翻倍值道具，全力解锁来年财富上限，游戏结束后可参与抽奖，同时生成财富翻倍主题海报，助力分享喜悦、传递财气。





执行过程与媒体表现 ①



①-活动2：《迎吉星，接财运》

结合正月初一**五福星**送福的传统民俗，当日上线**专属抽奖活动**，为用户送上**新春惊喜**。用户**点击互动参与抽奖**。

即有机会赢取**千元机票**礼品卡、**王老吉姓氏装整箱**等**丰厚奖品**，抽奖后可生成**五福临门趣味带梗海报**，便捷分享传递**福气**。



让爱吉时回家



执行过程与媒体表现 ①



①-活动3：《测马年运势》

紧扣**开工**节点，贴合大众分享开工大吉海报的需求，结合**AI大模型**打造专属开工仪式感。

用户进入互动后，选择性别、**新年期许**、设计元素、风格等参数，描述心仪画面并提交，即可**领取奖品**，同时获得AI生成的专属开工海报，开启顺遂新征程。





执行过程与媒体表现①



①-活动4：《吉途运势签》

聚焦**春运返乡**与年后返程特定场景，精准缓解用户**旅途焦虑与疲惫**，传递出行美好期许。

用户输入**生肖**即可求得专属出行运势签，系统以**接地气、有梗有趣**的话术，为用户注入情绪价值，伴其轻松启程、顺遂出行。



让爱吉时回家



执行过程与媒体表现 ①



①-活动5：《开工吉行好运》

紧扣**春节**前后南方地区民众对新年运势的关注需求，依托**AI大模型**，用户仅需输入姓名、出生**年月**时分，即可生成专属马年运势报告。

涵盖**事业、婚恋、财富**等核心维度，以数字化科技赋能传统玄学，解锁新颖新年体验。





执行过程与媒体表现①



①-活动6：《拍马屁互动》

结合**马年**生肖IP，创新采用**NFC**触碰技术设计线下互动装置，以“**拍马屁**”玩梗互动的趣味形式。

用户打开手机NFC功能，触碰**线下**装置指定区域，即可进入抽奖页面。

有机会赢取**高铁车费**报销福利或王老吉周边或产品奖励，兼顾参与感与仪式感。



让 爱 吉 时 回 家



执行过程与媒体表现 ①



拍马屁互动活动现场



让 爱 吉 时 回 家



执行过程与媒体表现②



②-1组新春动态表情包

紧贴**春节拜年**热潮，动态表情包一上线即遭秒空。凭借萌趣**吉文化**与高频社交属性。

2000份在**短时间**内被争相领取一空，用户自发转发刷屏，形成**裂变**式传播。渗透群聊与朋友圈，触达年轻群体私域流量池。

表情包添加界面



表情包领取界面



表情包发送界面





执行过程与媒体表现②



让爱吉时回家



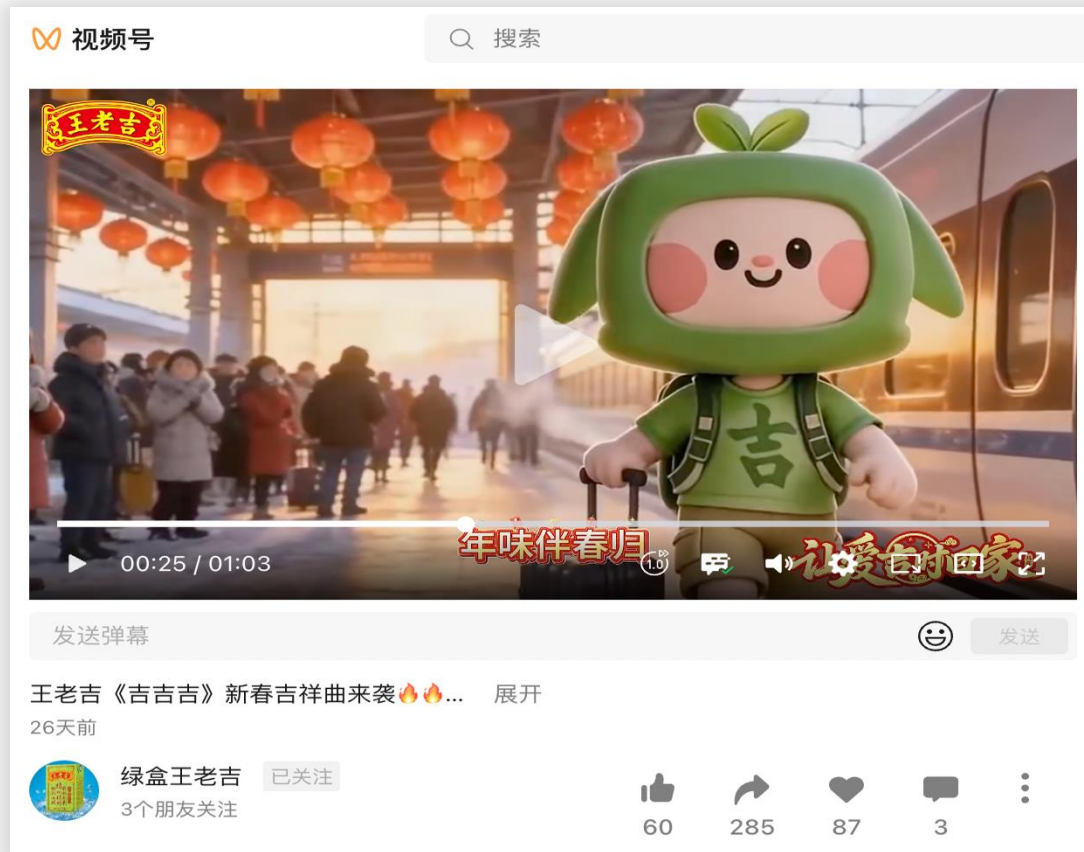
执行过程与媒体表现③



③-1条新春吉祥神曲视频

魔性**新春**吉曲《吉吉吉》引爆新春共鸣，魔性旋律直击打工人返乡**痛点**，瞬间燃爆全网。

自发传播形成**现象级**热度，让归乡路上的每一步都有王老吉的好运**相伴**，用音乐传递吉文化，温暖亿万游子归途，奏响春节好运潮。



让爱吉时回家



执行过程与媒体表现③



王老吉《吉吉吉》新春吉祥曲

用音符串联品牌吉文化与节日情感让每一句“吉”都成为用户的幸运寄托。



让爱吉时回家



执行过程与媒体表现④—广州南站公益活动现场



④

■ 广州南站公益活动

精准触达海量客流，强势树立品牌**暖心公益**形象。以马年“拍马屁”趣味互动，将**吉文化**与年味体验深度融合，现场气氛爆棚
免费派发绿盒王老吉饮品，为旅客舒缓疲惫、**温暖**归途

□ 扫码联动线上小程序互动

□ 限定周边长期深化影响旅客



□ 玄学寓意限定包装受好评



□ 马年主题互动吸引旅客参与





执行过程与媒体表现④—广州白云站公益活动现场



④

■ 广州白云站公益活动

精准锁定春运场景，围绕绿盒王老吉吉文化与产品卖点落地**沉浸式**互动体验，强势触达海量返乡客流。以捐赠仪式高调启动公益行动，结合免费派发、“拍马屁、抓马祈福”等互动将品牌形象植入归途场景，实现**口碑**与**声量**的双线引爆

□ 返乡车票报销福利

□ 趣味互动创新体验



□ 限定周边连接品牌

□ 融合玄学文化互动体验





PART 04

效果与反馈

EFFECT AND FEEDBACK



让爱吉时回家



①： 微博话题—#绿盒王老吉让爱吉时回家#



#绿盒王老吉让爱吉时回家#

#绿盒王老吉让爱吉时回家#

导语：十四载初心不改，绿盒王老吉持续以公益之力温暖春运，助力每一位奋斗者平安返乡、吉时团圆。以吉传情，以爱相伴，让回家路更安心、更暖心，让团圆更值得期待。

数据总览 全部 24小时 30天

5045.5万 阅读量	6611 讨论量	1.2万 互动量	58 原创量
----------------	-------------	-------------	-----------

热搜记录 30天内未上榜 热搜规则

主持人 绿盒王老吉

话题分类 公益

核心数据

话题阅读量
5045.5w

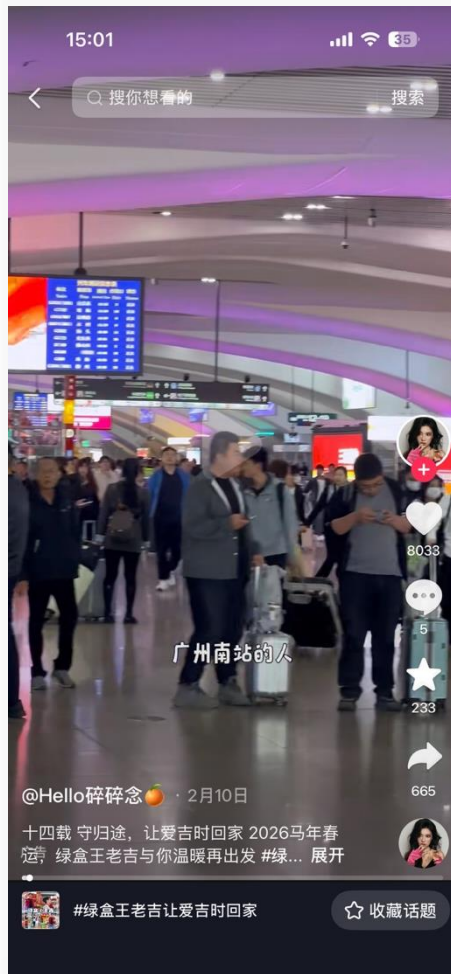
话题互动量
12000

话题讨论量
6611





②： 抖音平台KOL百万级播放量内容示意



让 爱 吉 时 回 家



③：朋友圈广告—内容精准投放，引爆微信生态圈



四城联动，声量炸裂！霸屏微信朋友圈，强势攻占郑州等四大战略要地
以点带面，深度穿透华南华中核心经济圈，持续刷屏，让品牌势能全面爆发！



核心数据

内容曝光
527.9w

点击次数
4,223,2 次

让爱吉时回家



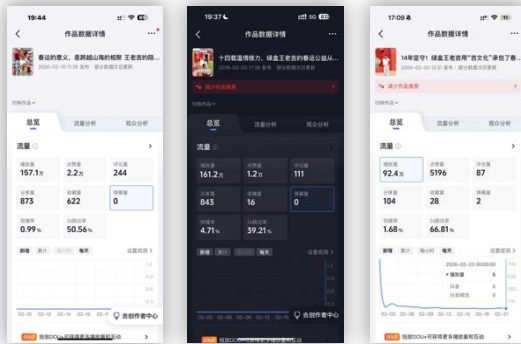
④：四大主流平台KOL持续引爆，传播势能强势出圈！



1: 抖音kol



阅读量：911.9w、点赞：107895



2: 微博kol



阅读量：754.7w、点赞：13929



核心数据

总播放量

1671.4w

总点赞量

137234

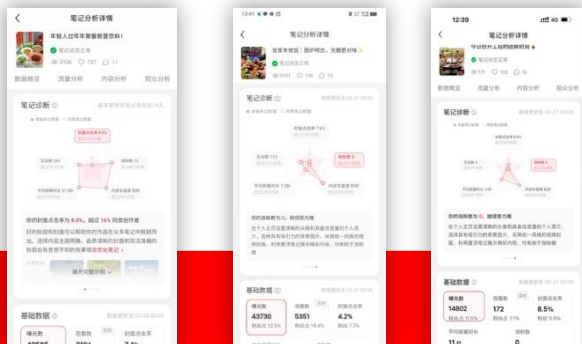
总转发量

10000

3: 小红书kol



阅读量：3.14w、点赞：3500



4: 视频号kol



阅读量：45113、点赞：7334



让吉时回家



⑤：网络媒体—学习强国等权威媒体报道盛况！



学习强国

王老吉连续十四载温暖春节回家路，“让爱吉时回家”守护千万家团圆

强国号发布内容

《中华志愿者》杂志社 2026-02-02 + 订阅

2026年2月1日，王老吉“温暖回家路 让爱吉时回家”关爱春运公益行动全国启动仪式在广州白云站隆重举行。原广州市常务副市长、原广州市政协主席陈开枝莅临现场，广东省让爱回家公益促进会、广州市白云区枢纽管理办公室、广州白云站、广州市白云区旅游开发促进中心等多方代表齐聚，助力大湾区奋斗者们“吉”时回家，过个吉祥年。

王老吉自2013年发起的“让爱吉时回家”公益行动，已成为春运期间一道温暖的风景线。至今已走过14个年头，帮助了数以万计的春节返乡人群，同时也收获了来自社会大众的认可。

中国网

王老吉自2013年发起的“让爱吉时回家”公益行动，已成为春运期间一道温暖的风景线。至今已走过14个年头，帮助了数以万计的春节返乡人群，同时也收获了来自社会大众的认可。



多方协同发力，共同守护春节返乡路

本次活动以“温暖回家路、让爱吉时回家”为核心，是政企社多方协同践行社会责任的生动实践。启动仪式上，各方代表先后致辞，立足优势阐述公益初心。陈开枝肯定了春运公益的持续价值，倡导社会各界加强对返乡人群健康需求的关注；广东省让爱回家公益促进会梁冬飞会长表示，凝聚各界力量共同推动公益事业，有助于

央广网

王老吉连续十四载温暖春节回家路，“让爱吉时回家”守护千万家团圆

2026-02-02 10:45:24 来源：央广网

2026年2月1日，王老吉“温暖回家路 让爱吉时回家”关爱春运公益行动全国启动仪式在广州白云站隆重举行。原广州市常务副市长、原广州市政协主席陈开枝莅临现场，广东省让爱回家公益促进会、广州市白云区枢纽管理办公室、广州白云站、广州市白云区旅游开发促进中心等多方代表齐聚，助力大湾区奋斗者们“吉”时回家，过个吉祥年。

王老吉自2013年发起的“让爱吉时回家”公益行动，已成为春运期间一道温暖的风景线。至今已走过14个年头，帮助了数以万计的春节返乡人群，同时也收获了来自社会大众的认可。

新华网

王老吉也为广州白云站默默奉献在春运一线的车站工作者、志愿者们送上了一批关爱物资，向他们表示了热烈的问候和诚挚的感谢，以实际行动致敬春运守护者。




王老吉药业副总裁戴成介绍，春运期间公司将...

中华网

王老吉连续十四载温暖春节回家路，“让爱吉时回家”守护千万家团圆

2026-02-02 09:41:53 今日热点网

2026年2月1日，王老吉“温暖回家路 让爱吉时回家”关爱春运公益行动全国启动仪式在广州白云站隆重举行。原广州市常务副市长、原广州市政协主席陈开枝莅临现场，广东省让爱回家公益促进会、广州市白云区枢纽管理办公室、广州白云站、广州市白云区旅游开发促进中心等多方代表齐聚，助力大湾区奋斗者们“吉”时回家，过个吉祥年。

王老吉自2013年发起的“让爱吉时回家”公益行动，已成为春运期间一道温暖的风景线。至今已走过14个年头，帮助了数以万计的春节返乡人群，同时也收获了来自社会大众的认可。

让爱吉时回家



让爱吉时回家 马年

— 2026年CNY公益营销活动 —

项目背景:

依托王老吉春运“让爱吉时回家”14年公益IP，2026年春节融合玄学经济与吉文化，打造可互动、可分享的现代吉运符号，实现品牌年轻化焕新与情感共鸣。

项目洞察:

年轻人热衷“玄学经济”寻求情绪价值，春运返乡焦虑与祈福需求并存。绿盒王老吉以“好运玄学”切入，将传统吉文化转化为社交符号，激发UGC与情感裂变。

价值与意义:

本次campaign以“公益+互动+销售”三位一体，实现了品牌温度、消费者互动与生意增长的有效协同。不仅提升了终端能见度与话题热度，更通过创新设计打通线上线下消费场景，为凉茶品类春节营销树立了新标杆。



项目成果速览

9300W+ **1亿+**

— 全网总阅读量超 — — 项目总曝光量超 —

微博话题:**5045W+** 抖音话题:**1568W+**

朋友圈曝光:**522W+** KOL传播:**1671W+**

230000+箱

120000+人次

— 公益主题包装改装 —

— 小程序互动参与 —

50000+人次

600000+人次

— 线下两站派赠覆盖 —

— 活动总客流量 —



创新亮点 与突破

【食药联动，声量叠加】

广州白云站启动仪式整合资源，视频号直播观看达5万人次，获学习强国、新华网等央媒报道，实现品牌声量最大化。



【现象级打卡，全国互动】

“拍马屁”吉祥互动成为春节热门打卡活动，依托NFC技术实现总部与区域联动，深度触达消费者。



【马上有吉表情包】

【《吉吉吉》新春神曲】直接拉满节日氛围



【终端创新，拉动销售】

首创“双层箱贴+一箱一码”，结合开年红包与吉祥符设计，以“好运玄学”促进终端动销与复购。



【线上线下闭环引流】

通过微信“蓝包送礼”、平台优惠券及抖音开屏广告，有效引导流量至电商店铺，促进购买转化。

