

Haier  
以无界生态共创无限可能

# 海尔小红花套系

2025CNY整合传播项目



# 新年送你一套小红花

# 项目背景：

以无界生态共创无限可能

## 2024经济下行的阴霾下，海尔如何在新年之际给每个人生活的正能量？

### 01.

#### 家电“换新”需求待激发

经济大环境的持续走低让家电消费市场同样遇冷，彼时国补尚未推出，如何顺应“以旧换新”政策导向，激发用户换新需求？

### 02.

#### “情绪营销”成重要发力点

家电行业不再聚焦产品的硬性科技讲解，而是更多以情绪话题和情绪场景为抓手，在情感共鸣之下软性释出产品使用价值，CNY做为一年中最大的情感节点，如何用“情绪价值”击中用户内心，塑造品牌情感温度？

### 03.

#### 社会正向情绪价值的引导

低迷的经济环境下，主流媒体始终向大众传递积极健康的正能量价值观，同时“如何提升配得感”成为小红书年轻用户的搜索热词。

5:16 907亿！2024的高增长与冷思考  
——2024年行业回顾与前瞻思考



从产业周期看，我们把2024年定义为家电“国补”助力的第四阶段。第一阶段是2010年之前，围绕成本效应的工厂竞争；第二阶段是2011年至2019年，围绕零售转型的渠道竞争；第三阶段是2020年至2023年，大吃小鱼、效率导向的品牌竞争。2024年开始，会是围绕模式革新的用户竞争。

9:20 2024家电以旧换新

商务部等4部门办公厅关于进一步做好家电...  
2024年8月24日 各地要加紧统筹协调，做好本地区既有家电以旧换新政策与中央加力支持消费品以旧换新政策的衔接衔接，完善家电以旧换新实施方案，明确工作目标、路径、

上海“国补”继续按现有政策全品类执行...  
两人2120 上海交电电器行业协会...  
以旧换新政策，实施“国补+非补”...  
“补”三級补贴与线上线下双渠道协同...

大家还在搜

这是你夺回生活的唯一方式：

来源：阿珍 新世相 2024年09月30日 22:08



Sayings:

疲惫、倦怠，没有实感。

#### 《人民日报》： 什么是真正的富养自己



我不得不承认，这4种才是真正的富养自己

《人民日报》说：富养自己，并非欲望的满足，物质的奢侈，而是懂得养成良好的习惯，善待自己的身体，使自己内心丰盈，生活美好。

懂得富养自己的人，即使贫穷，也能富养自己；不懂得富养自己的人，即使富有，也会让自己变“贫乏”。

低配得感 ↔ 高配得感

- 重视外界评价，靠他人认可获得自我价值感。 → 只有我能定义自己，评价不影响我的判断
- 容易情绪化。 → 擅长课题分离，就事论事。
- 爱是有条件的，我得先优秀才能得到爱。 → 得到的爱意、夸奖都配得上。
- 总觉得自己配不上现有位置或成就，并害怕这一点也会被他人发现。 → 相信自己的价值，有成就感转化为积极自我评价的正向激励系统。
- 人际交往中信奉“等价交换”，习惯审视自己是否为他人带来价值。 → 我的存在就是在为他提供价值。
- 很怕麻烦别人，不敢提出自己的需求。 → 认为表达自己的需求是正当的、值得的。
- 不会得为自己做溢价或“只因喜欢”的消费。 → 对于物质和精神上给自己没有心理压力。

24-11-3 2:50 小红书



听从内心的声音，学会讨好自己

24-11-2 20:31 小红书

【4周年】让人默默关注城市有获得感，有幸福感！5年前的今天，习近平书记在上海考察调研，向市民群众致以节日的诚挚问候，并发表重要讲话：“让人民获得感幸福感安全感更加充实、更有保障、更可持续”

传播思考：

以无界生态共创无限可能

送你一朵  
小红花



新年送你  
小红花

“小红花”是深深植入中国人记忆中的  
是承载美好寓意和正能量的「超级符号」

父母奖励的小红花

老师鼓励的小红花

嘉奖表彰的小红花

而在过去的一年里，无论辛苦或轻松  
无论举步维艰还是收获满满  
每个依然努力生活、心怀热爱的人都值得被鼓励！

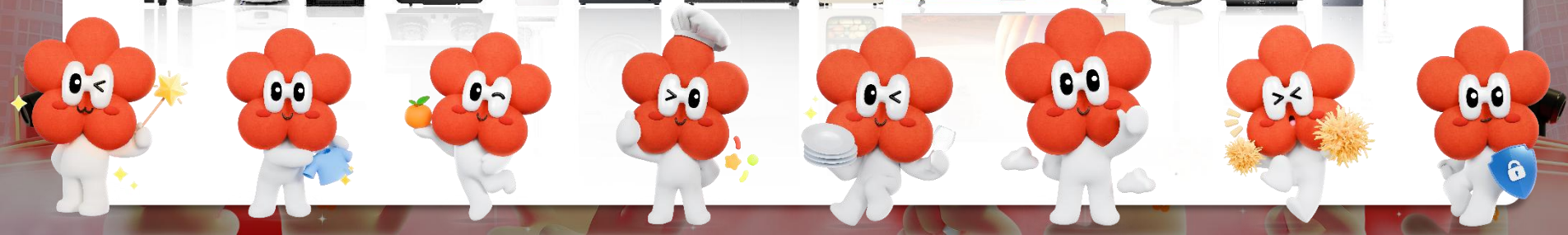


# 新年伊始，国民品牌**海尔**给每个努力生活、心怀热爱的人一朵“小红花” 用一套“小红花”家电唤醒生活正能量

**「鼓励」辛苦打拼的自己**  
向前奔跑时，偶尔也停下来喘口气

**「呵护」默默守候的家人**  
让你的牵挂，体现在细微之处

**「装扮」心怀热爱的生活**  
让梦想的生活，慢慢生根发芽



# 传播目标：

以无界生态共创无限可能

# 新年送你 一朵小红花

## 品牌层面

### 建立用户情感纽带

强化“小红花”IP的符号价值，塑造海尔“科技赋能美好生活”的温暖品牌形象；



## 营销层面

### 引爆“小红花”套系

提升CNY期间的品牌曝光和销量增长，抢占春节家电换新市场份额；



## 社会价值层面

### 彰显品牌正能量

通过“认可平凡努力”的叙事，缓解社会焦虑情绪，提升品牌社会责任感知。





# 海尔小红花套系

## 2025年CNY整合营销传播项目



### 话题蓄水

#海尔送你一套小红花#

社交玩法全民共创

11月~12月

通过线上交互玩法征集海量UGC内容，结合小红花套系发布，以情感共鸣唤醒用户记忆里的“小红花”；

### 情感占位

#新年送你一套小红花#

头部媒体话题卷动

元旦节点

联动头部社媒三联生活周刊共创新年情感向社会故事，央级媒体新华社为品牌情感话题占位发声；

### 营销收割

#焕种方式过新年#

换新场景垂直渗透

1月~2月

借势春节换新场景，挖掘新年换新场景痛点，满足用户焕新诉求，海尔全渠道全矩阵打爆小红花套系。



# 【情感占位阶段】：联动头部媒体，在新年鼓励每一个热爱生活的人

#新年送你一套小红花#

《新年送你小红花》  
新年TVC头部媒体助推全平台发布

三联+央视新闻+新华社  
3大权威媒体价值深度解读

“小红花”相关情绪营销加码  
终端活动持续落地交互体验

<新年送你小红花>正片 30+媒体转发

Haier  
海尔《新年送你小红花》  
上线20小时  
播放量破  
**1000万**

《新年送你小红花》  
新年送你小红花

全民任务正在进行中  
抖音扫码 参与全民任务

1669万+  
视频观看

\*点击观看原视频



情绪营销内容持续加码



“花”样玩法持续落地终端



你已经是大人了，要学会自己奖励自己  
央视新闻 2024年12月26日 21:50 北京  
8063人 五星标

努力前行的成年人，都值得一朵小红花”  
三联 CREATIVE 三联生活周刊  
2024年12月31日 12:11 北京 · 577人

2024，你过得还好吗？跨过今天，便跨过了2025，你准备好了吗？

凡是过往皆为序章，所有未来皆为可盼。当环境带来的不确定、焦虑和迷茫持续，人们依然有一套“处世之道”，来迎接面目似乎不那么温柔的生活：消费平替、淡人设、重新定义自己、游乐场心态、精神远方……

人们开始懂得放下的一切。计较失去，不如

三联生活周刊  
666 1480 442 32

权威媒体深度解读 价值占位



# 【营销收割阶段】：新春场景渗透，挖掘换新痛点种草小红花套系

#新年焕新家 就选海尔小红花#

全渠道定制  
“小红花”换新营销权益

央媒+知乎+小红书  
持续种草“小红花”套系

海尔×央视文艺  
动画短片引爆春节热度

福利周边+国补权益  
多元化玩法持续赋能销售

## 小红花×央视吉祥物 联动短片



央视新闻 Haier 以无界生态共创无限可能 央视文艺

# 新年送你一套小红花

Haier 以无界生态共创无限可能

## “小红花”全营销矩阵持续种草



## “小红花”周边及春节营销物料



# "小红花" 开启家电品类情感营销的新篇章

一场全民共创的情感营销大事件，全链铺排构建用户沟通桥梁，抢占CNY视野中心位

小红花故事征集

#海尔送你一套小红花#

#海尔小红花套系#

#点亮心里的小红花#

抖音全民任务

#让生活一路生花#

#小红花卷王大PK#

#新年送你一套小红花#

新年TVC上线

#新年焕新选海尔#

终端落地体验

13.1亿+

全渠道品牌曝光总量

1200W+

全渠道用户交互总量

300%

品牌全渠道销量增长

国补营销落地

#把春天的花带回家#

#新年焕新家 就选海尔小红花#

#2025开工走花路#

春节焕新种草

#焕种方式过新年#

#家有红花 巴巴如意#

结合新年情绪

5W+

真实用户UGC产出

分享“小红花”记忆故事



拍摄“小红花”互动视频



体验“小红花”家电套系

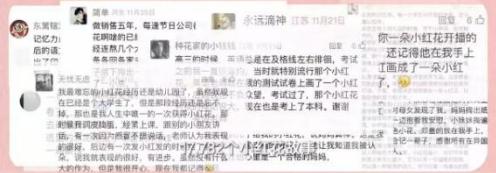


# 营销小结：“小红花”是国民品牌海尔在CNY节点下的一次胜利突围战！

## 1场 全民参与的 情感营销大事件

整个CNY期间  
海量用户参与了小红花故事的分享  
和抖音全民任务的视频共创  
为品牌沉淀出5W+条真实用户UGC内容  
以“小红花”符号为情感纽带  
为海尔品牌与用户之间建立起情感羁绊

收到了来自五湖四海网友的  
17782个小红花故事



配合“小红花”套系家电产品的推出  
将小红花这个超级符号  
与海尔品牌形成了深度捆绑和关联  
基于“小红花”的价值含义  
也为海尔品牌永久性的塑造起了  
一个阳光、正能量的品牌超级营销符号

## 1个 品牌永久的 超级营销符号

## 1套 引爆春节的 “销冠”套系家电

贯穿整个新春换新营销大节点  
海尔“小红花”套系成为明星款担当  
不仅带动品牌产品的销量增长  
也为家电行业打造了案例级营销事件  
在情绪营销玩法端持续创新  
开拓了产品“套购”玩法的新思路



Haier

以无界生态共创无限可能

# 海尔小红花套系

2025CNY整合传播项目



Thanks for Watching