



# 麦麦农场 携手非遗

奏响自然与传承之歌



内蒙古呼伦贝尔

非物质文化遗产代表性项目蒙古族呼麦传承人

额日和木巴图 (呼麦小黑)



福建武夷山



泉州南音非物质文化遗产代表性传承人

王大浩



## 麦麦农场歌 非遗新趣·乐在自然 传播项目 影响力报告

# 一首歌带火麦麦农场，提升“麦麦农场”影响力

项目时间：2025年7月9日-29日



## 敏捷把握“麦麦农场”传播机遇

- 食材传播计划调整，年中“麦麦农场”需要**新的传播声浪**
- 抖音平台非遗**热度持续走高**
- 立足既有Owned渠道成功基础，**内外渠道齐发力**，提升影响力



## 集中资源，加强协同，提升影响力

- 短期集中执行，利于集中资源，**快速形成传播声量**
- 分阶段多种形式**持续破圈传播**
- 与链博会、大薯日等项目**加强协同**，互相配合、提高声量和影响力



## 强化“麦麦农场”认知率和好食材心智

- 从非遗、音乐人和全民唱跳等新角度，**触达更多人群、激发更多共鸣**
- 结合产地风光，聚焦“**传承**”关键字，讲好**再生农业和好食材**故事
- 通过音乐营销强化受众对麦麦食材**新鲜、自然、安心的心智**



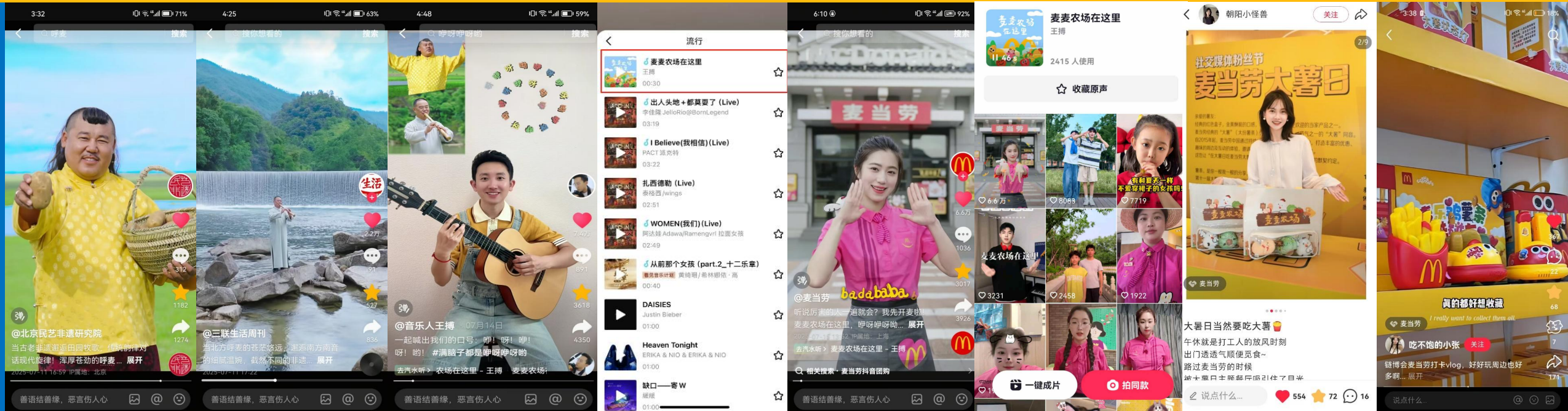
# 4个阶段多线配合出击，提升“麦麦农场”

**1** 社会事件炒热  
0709-0714

**2** 音乐人改编  
0714-0716

**3** 抖音线上活动  
0714-0721

**4** 线下打卡  
0716-0723



- 聚焦：非遗大师MV+抖音冲榜
- 目标：破圈引流，创建热点话题
- 资源：媒体蓝V+KOL
- 流量导向：公域流量→热搜话题

- 聚焦：音乐人改编+KOL扩散
- 目标：降低门槛，引发模仿
- 资源：音乐人王搏、媒体+KOL
- 流量导向：热搜流量→歌曲二创

- 聚焦：官宣视频+UGC参与
- 目标：品牌占位，激发全民参与
- 资源：达人KOL、KOS、KOC
- 流量导向：歌曲流量→UGC互动

- 聚焦：进餐厅、链博会打卡
- 目标：深化核心，线下强化认知
- 资源：全国餐厅歌单、北京5家主题店、链博会麦当劳展位
- 流量导向：歌曲流量→餐厅门店

# 麦麦农场歌“非遗新趣·乐在自然”传播项目

## 重点数据一览

### 全网相关报道

4411条

整体曝光：42.39亿

41.6亿 抖音

6040万 小红书

649万 微博

### 社交媒体

3345条

### UGC热议重点TOP5

- 18% 对《麦麦农场在这里》歌曲的喜爱与洗脑
- 15% 对手势舞的参与热情
- 12% 对麦当劳大薯日活动积极评价
- 10% 对非遗文化融合的认可占比
- 8% 对麦当劳食材和供应链的信任

### 上榜话题

- 抖音话题 #来北京共赴一场非遗之约 登上北京同城榜TOP 8，在榜时间超48小时
- 抖音总榜话题 #非遗圈终于对童年下手了 话题播放量超1200w
- 音乐人改编BGM同步入库抖音、汽水双平台，登上音乐库流行音乐榜TOP 1
- 话题#满脑子都是伊呀伊呀呦 成为“上升热点”，热度持续超72小时
- 抖音线上活动主话题 #麦麦农场开麦啦 话题播放量5000w+
- 《麦麦农场在这里》手势舞挑战，被双平台（抖音+汽水）收录为“热门挑战”，热度持续超72小时

# 第一阶段：0709-0714社会事件炒热

## 话题发布



- 北京民艺非遗研究院发布非遗版《麦麦农场在这里》歌曲MV，全渠道同步发布，全渠道**总计互动量4w+**。
- 非遗MV视频同步由媒体蓝V及KOL传播，包括三联生活周刊、央视网文旅。

## 热榜登榜



登上北京同城榜TOP 8 总榜冲榜话题播放1200w+

- 7月11日，非遗版《麦麦农场在这里》在抖音等平台发布。
- 同城话题#来北京共赴一场非遗之约**登上北京同城榜TOP 8，在榜时间超48小时，热度值超532w**
- 总榜话题#非遗圈终于对童年下手了**话题播放量超1200w。**

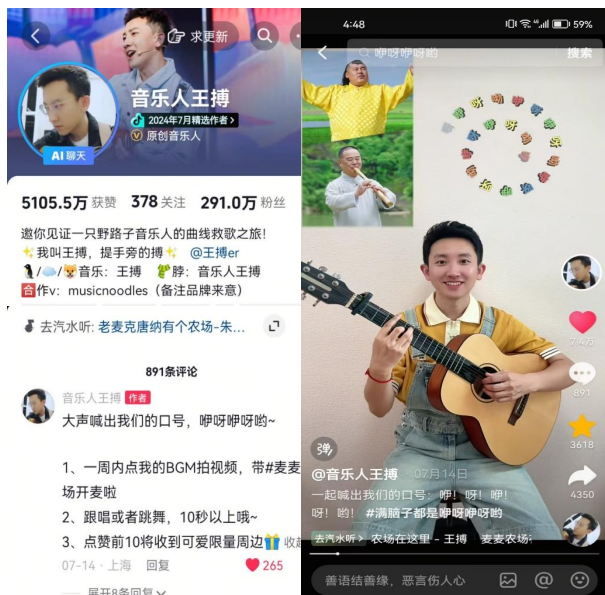
## 央媒定调



- 7月14日，**光明网**发布媒体报道，为本次麦当劳麦麦农场与非遗传人合作定调。
- 该新闻同步发布包括凤凰网、搜狐网、网易、新浪网、环球网等五大门户、综合门户、党政央媒等15家网络媒体。

# 第二阶段：0714-0716音乐人改编，铺垫唱跳模仿

## 话题发布



- 7月14日，音乐人王搏对《麦农场在这里》进行改编，以简单歌词搭配舞蹈动作，发起线上活动

## 登上热榜



- 音乐BGM同步入库抖音、汽水双平台，登上音乐库流行音乐榜TOP 1
- 王搏改编歌曲视频点赞7.4w，评论891，收藏3618，转发3450

## 媒体热议改编事件



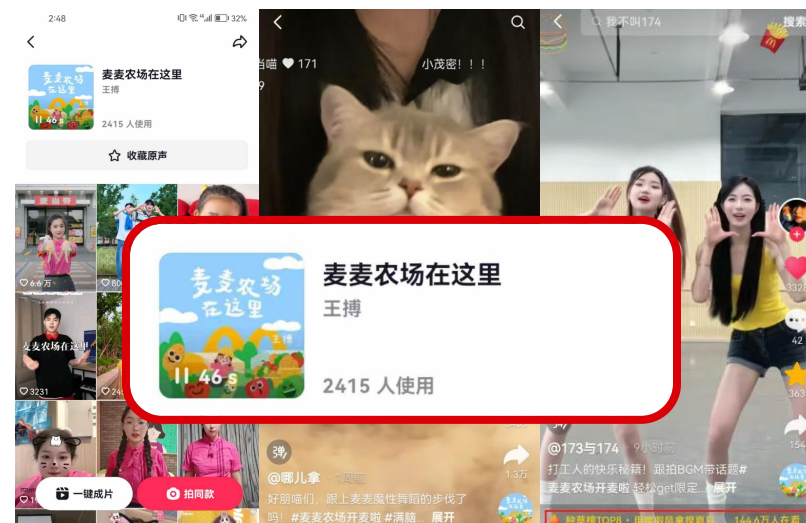
- 媒体蓝V+娱乐向大V热议音乐人王搏改编歌曲事件，传播累计互动量(转赞评藏) 4000+

# 第三阶段：0716-0721抖音线上活动，引发全网热议

## 二登热榜

## 官号发布，邀请全民唱跳

## “双热门挑战”爆款频出



- 主话题#麦麦农场开麦啦 **话题播放量4281w**
- 话题#满脑子都是呖呀呖呀哟 **成为“上升热点”，热度持续超72小时，热度值超469w**



- 7月15日，麦当劳官方抖音发布粉红姐姐唱跳示范视频发布，带动网友粉丝参与好活动。 **视频点赞6.6w，评论1036，收藏3017，转发3926**
- 近200位麦麦员工参加， **百赞以上爆款作品58条，千赞爆款作品3条，总互动量2.7W+**



- 《麦麦农场在这里》手势舞挑战，被双平台（抖音+汽水）收录为 **“热门挑战”**，热度持续超72小时
- 达人@173与174唱跳视频被平台收录至 **“种草榜TOP 8”**
- 达人@哪儿拿参与活动视频 **点赞量超24w**

# 第四阶段：0716-0723线下打卡，巩固用户心智

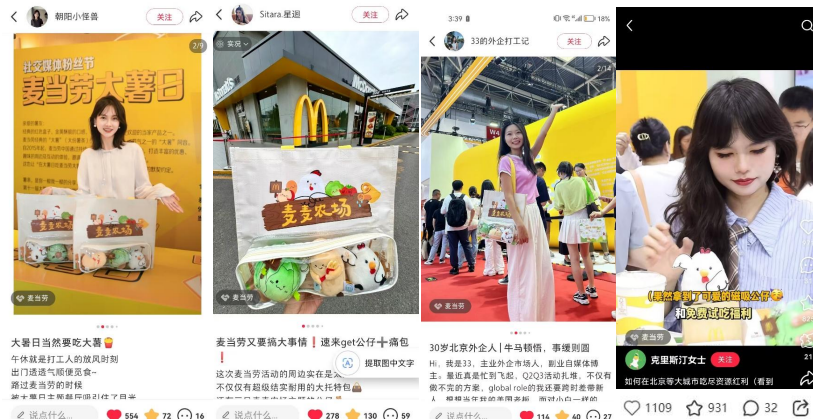
## 自渠道上线



- 7月11日起，进入**全国餐厅歌单**，在餐厅也能听到农场歌
- 7月15日，**开屏+热门活动页**，吸引更多顾客关注非遗农场歌，关注麦麦农场



## 打卡主题点与链博会



- 7月15日，麦当劳官方抖音发布粉红姐姐唱跳示范视频发布，带动网友粉丝参与好活动。**视频点赞6.6w，评论1036，收藏3017，转发3926**
- 近200位麦麦员工参加，**百赞**以上爆款作品**58条**，**千赞**爆款作品**3条**，**总互动量2.7W+**



## 媒体复盘，巩固心智



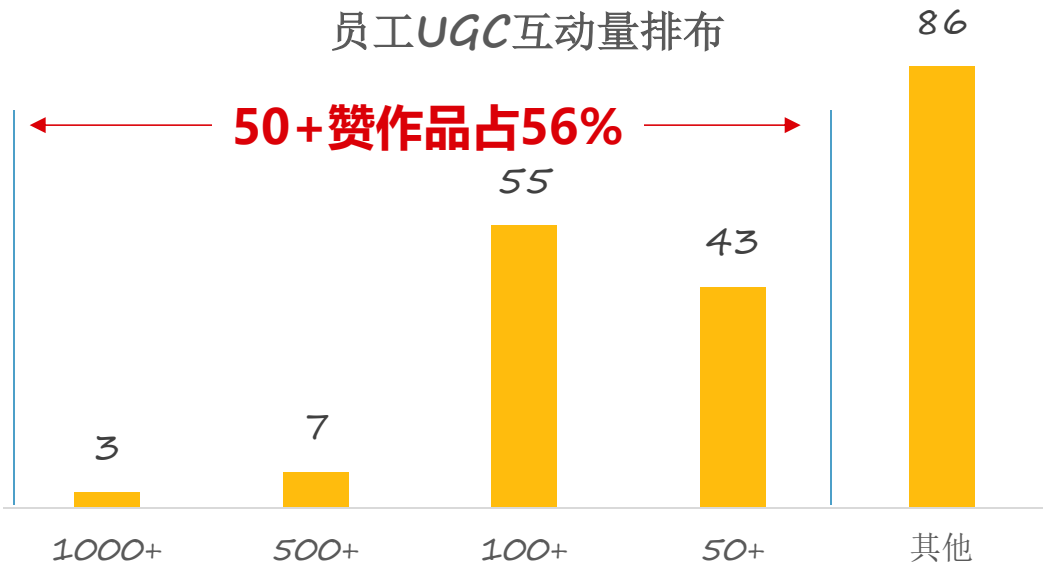
- 结合链博会成果，媒体复盘非遗农场歌+链博会现场热点，巩固用户对麦麦食材**“新鲜、自然、安心”**的心智

# 近200名员工一周内参加唱跳挑战，互动总量达28,991，每篇互动中位数55

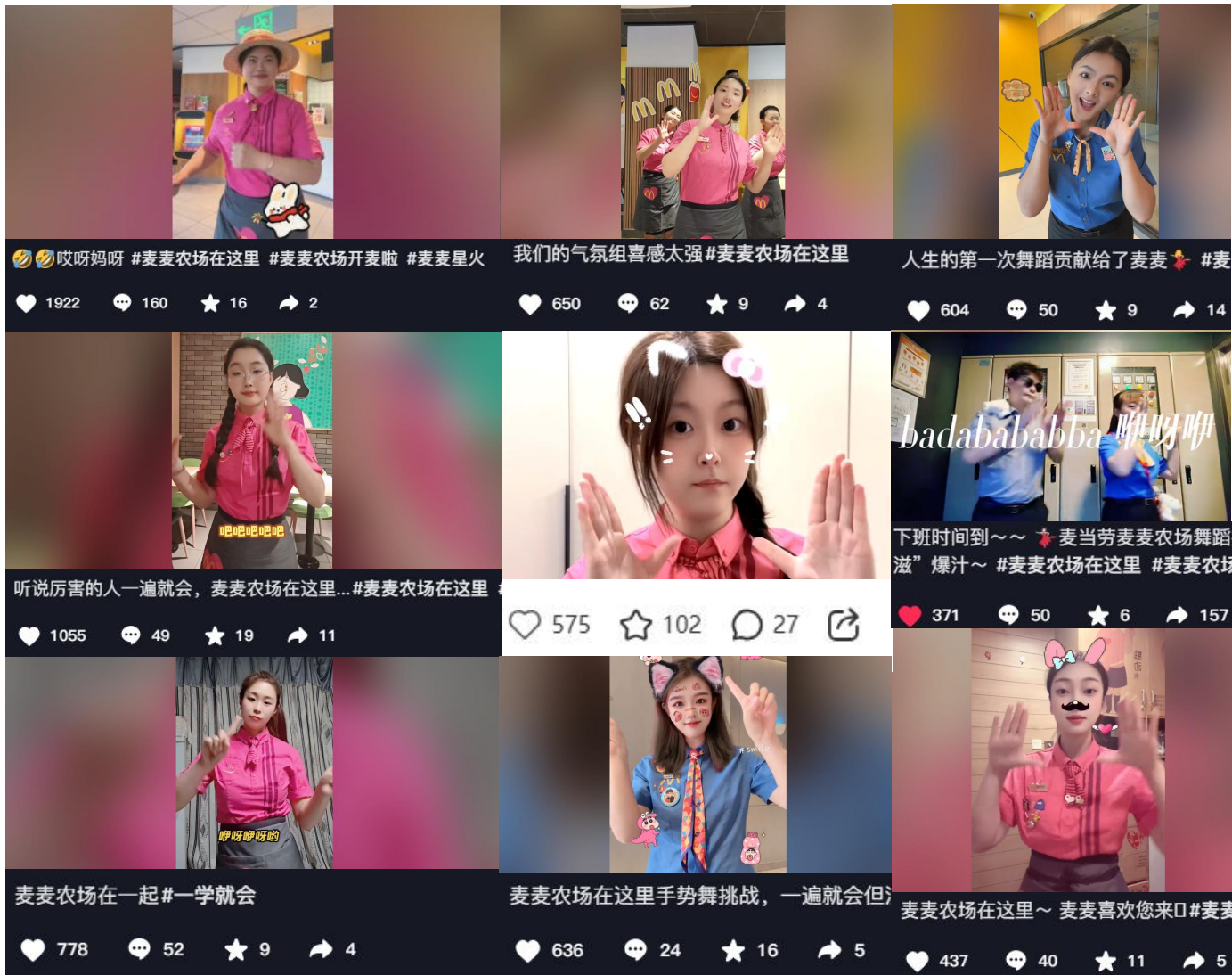
发布数量	互动总数	每篇互动	千赞作品	百赞作品
194	28,991	中位数55	3	62

互动量	数量	占比
1000+	3	2%
500+	7	4%
100+	55	28%
50+	43	22%
50以下	86	44%

员工UGC互动量排布



## 部分高赞作品一览



# Backup: KOC投放推动内容加热

## 全民唱跳

### 达人表现:

本次合作唱歌、舞蹈、亲子、搞笑类达人，其中搞笑/娱乐类达人内容反馈最好，平均播放量与互动量较为突出。

### 热度分布:

点赞量 ≥ 20万: 1支 (搞笑类)

点赞量 5万 - 9.9万: 3支 (唱歌、舞蹈类)

点赞量 1万 - 4.9万: 10支

点赞量 3千 - 9.9千: 9支

### 抖音数据维度: 线上活动

达人类型	数量	总曝光量	总播放量	总互动量	CPM	CPV	CPE
唱歌类	6	2046394	1954000	152394	¥51.65	¥0.05	¥0.69
舞蹈类	9	3326839	3133000	193839	¥41.15	¥0.04	¥0.71
亲子类	4	719515	692000	67515	¥62.26	¥0.06	¥0.66
搞笑类	2	1706177	1441000	265177	¥25.20	¥0.03	¥0.16

## 线下打卡



### 小红书大薯日主题店打卡

达人类型	数量	费用	总曝光	总播放	总互动	CPM	CPV	CPE
生活分享类	6	30200	227984	40172	1849	¥132.5	¥0.8	¥16.3
美食探店类	8	41300	258998	56243	4093	¥159.5	¥0.7	¥10.1
亲子出游类	6	38200	300893	53482	2154	¥127.0	¥0.7	¥17.7
时尚摄影类	2	10500	65672	17163	793	¥159.9	¥0.6	¥13.2

### 小红书数据维度: 链博会

达人类型	数量	费用	总曝光	总播放	总互动	CPM	CPV	CPE
生活分享类	9	61000	427367	76840	3787	¥142.7	¥0.8	¥16.1
美食探店类	2	13900	94666	19516	907	¥146.8	¥0.7	¥15.3
时尚摄影类	3	12000	101401	19688	816	¥118.3	¥0.6	¥14.7