

Hi~ 青春

2025
微博校园品牌年轻化年度通案

微博热点营销 策略组 2024.12





01

市场洞察

校园是最直的年轻代际社交聚集地。
锁定学生群体，品牌营销就等于抓住了最为庞大的潜力消费群体。

趋势

00后引领消费新风尚 品牌营销转战青年市场

随着互联网的飞速发展和消费市场的不断扩大，大学生群体成为拉动消费的重要推动力量，年轻人群体的消费行为和观念正在引领新的潮流。

人群基础大

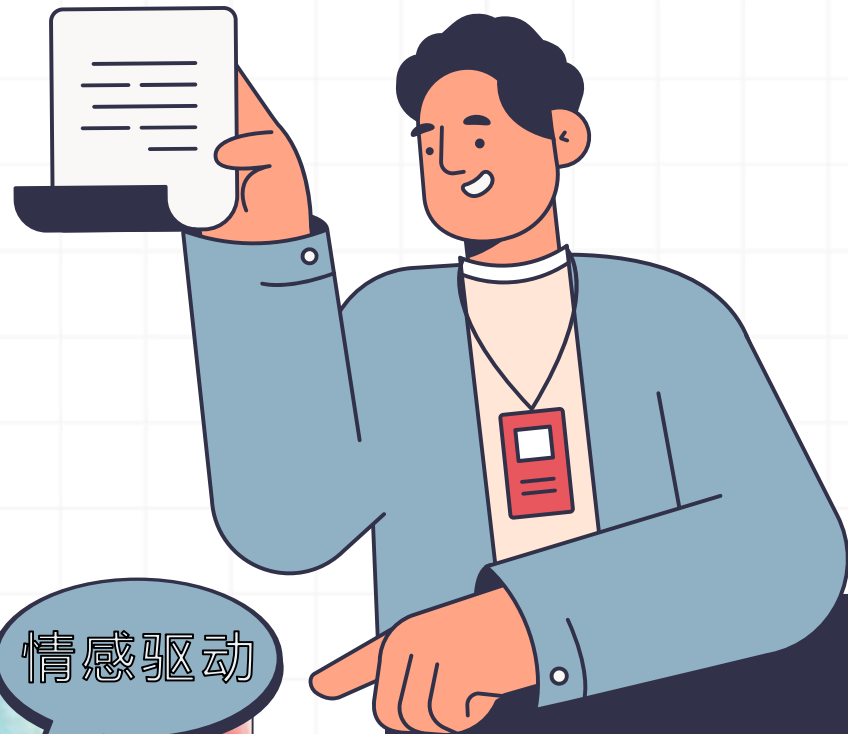
1.5亿

截至2023年00后线上活跃用户规模

消费潜力大

8500亿

2024年中国大学生年度消费规模预测



颜值至上



兴趣付费



情感驱动

品牌抓住年轻人的个性定位和兴趣需求 才能更精准地把握年轻人的心理

年轻一代
引领消费
新潮流

潜力

校园生态聚集年轻力量 蓄积品牌发展的核心力量

校园是学生的社交集聚地，孕育了深厚庞大的生态内容，而这些正逐渐成为品牌营销的切入点和着力点。打通校园渠道，锁定学生群体，品牌营销就等于抓住了最为庞大的潜力消费群体，蓄积了品牌未来发展的核心力量。

高体量基数

教育部发布的23年数据，各种形式的高等教育在学总规模超过4763万人，比上年增加108.11万人，增长2.32%

高增长趋势

2023年，高等教育毛入学率60.2%，比上年提高0.6个百分点，高等教育入学机会进一步增加

高度年轻化

校园领域聚集，95后/00后/05后等年轻群体
微博16-22岁月活跃用户超过1.3亿

校园群体生活丰富兴趣多元
是社交冲浪老手，是品牌营销要塞

学习 读书 运动
视频 音乐 游戏
美食 追星 二次元
.....

高学历层次

微博平台校园群体本科及以上占比达到70.6%

区域高覆盖

中国大学生在发达地区华东、华南、华北占比分别为34.1%、18.4%、16.8% (全国前三)

社交高活跃

71%的微博大学生用户每天至少刷一次微博



优势

校园市场具有广泛的商业化空间 营销优势显著

校园人群作为一个年轻化的消费群体，具有广泛的商业化空间和显著的市场优势。随着教育水平的提高和消费观念的变化，校园人群在多个产业中展现出强大的潜力。

消费高

5000+

一线&新一线城市大学生月消费水平

- 校园人群在生活中有一定的消费能力，大学生集中的一线和新一线城市，月消费甚至达到5000元以上，尤其是在**餐饮、娱乐和数码产品**等领域。他们愿意为提升生活质量和学习效率而消费。

空间大

超7成

大学生认为校园推广对自己有帮助

- 超7成大学生认为校园推广挺好的，另有**27.6%**的大学生则认为“**品牌的互动、免费派样、促销**”等活动提供了便利“因此可见，合适的开学季校园推广对于品牌来说可谓锦上添花。

影响广

92%

大学生愿意主动分享好物给身边人

- 校园人群在社交媒体和校园社群中具有较强的传播能力。一旦某个产品或服务受到学生的欢迎，往往能够以“种草”等形式迅速在校园内外传播，带动更多的消费。

需求多

衣服鞋帽

零食 数码
饮料 3 C

美妆护肤
学习用品

...

- 校园人群的需求多样化，从学习工具到休闲娱乐，从健康饮食到时尚潮流，从校内“脆皮”到旅行“特种兵”，各个方向都有广阔的市场空间。



02

微博优势

微博校园多年将品牌建设深耕于年轻用户人群，将校园场景与用户人群相结合，助力品牌有效激活校园内容与消费生态。

校园群体爱在微博表达 相关热点内容不断引爆

微博领域覆盖全面，圈层热点内容不断组建传播，是高密度的圈层兴趣场，刺激着校园年轻人的不断表达；微博持续与学生群体产生深度情感链接，并对各类校园领域热点话题快速响应，制造了大量的热搜话题，打造了独一无二的年轻生态传播环境。

年轻校园用户使用微博主要目的

微博校园不断激活年轻人的表达欲，放大年轻人群个性鲜明的圈层特点。通过多元领域内容，将微博融入到年轻人的日常生活中。



多圈层话题在微博被传播 / 被发酵 / 被热议

校园领域的大事件、节日节点、全国性考试等，都在微博平台实时热议延展多维话题，并传播发酵成为社交热搜，为品牌提供校园圈层热点营销的流量温床。

校园大事件

- #当学校请了温太医来开讲座#
- #同济大学十大歌手大赛#
- #大学生的毕业论文现状#

校园热议话题

- #你知道哪个学校的学生最具正能量吗#
- #你知道哪个学校女神最多吗#
- #重返校园的春天有多美#

考试节点

- #到底是考公难还是考研难#
- #清华大学欢迎suyiming报考#



深入圈层的热点驾驭能力

2,000+

微博校园全年热搜上榜

500+

单月最高热搜数量



微博领域多年将品牌建设深耕于年轻用户人群，将校园场景与用户人群相结合，助力品牌有效激活校园内容与消费生态。微博掌握渠道优势，对品牌多城市多校联合推广、品牌深耕年轻群体建设、品牌营销活动落地入校有着深厚的资源基础，减轻品牌推广阻力。

高效触达年轻兴趣点

品牌期待融入年轻用户消费市场，作为品牌与学生连接窗口的校园领域更能精准对接学生兴趣，减少推广难度。

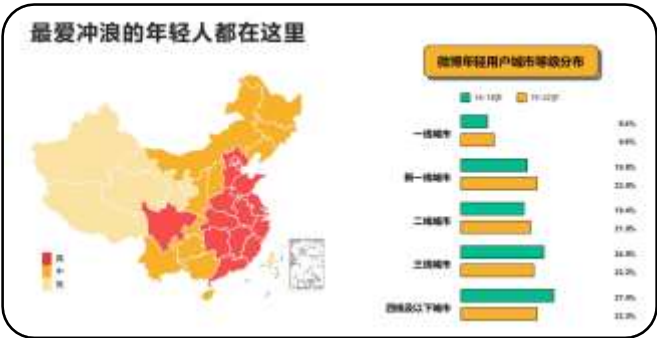
—— 年轻人兴趣排行榜 ——



内容优势

紧密覆盖年轻聚焦点

校园领域内容多元生态广阔，延伸全国上万高校账号，是整合校园资源，触达校园群体的最佳社交媒体频道之一。



渠道优势

自然融合品牌利益点

基于热点IP和创意定制，微博衍生海量校园主题内容热点，自然融合营销种草需求，为品牌提供针对年轻代际的曝光触达、消费转化的营销契机。



更自然更成熟的品牌整合营销路径

微博校园与教育政务、全国高校紧密相连，实现更高效的传达。

连接政务机构 快速响应多维赋能



微博校园与团中央及其**30个**团省委、**1000+**个校团委建立了稳固的联系，同时还与教育部、中国消防部、中国科学技术协会、最高人民检察院等政府机构有长期的合作。

【政策传递】强化思想政治工作的重要阵地

【共创IP】传递正能量 突显社会价值

【激发共鸣】校园文化交流，文化润浸

100%高校覆盖 打通生态顶部建设

微博校园领域拥有高校蓝V账号超**5万**个，教育部认定高校覆盖率达到100%，成功打通校园生态的顶部建设。



@上海交通大学



@北京大学



@复旦大学



@浙江大学



@清华大学



@中国人民大学



@吉林大学



@山东大学



@南开大学



@厦门大学



@天津大学



@南京大学



@中国科学技术大学



@西安交通大学



@武汉大学



@同济大学



@四川大学



@北京师范大学

微博校园丰富的校园领域KOL资源，优质博主资源大盘目前共计12500余位，集结来自清华大学、北京大学、中国传媒大学等全国各类高校的头部专家学者、教授以及在读的校园学生博主。微博校园致力打通校园各圈层KOL，激活生态内容活力。

校园专家/学者



@温东Libra @张开教授 @破破的桥



@梁湘 @Bearhow @南开祥平



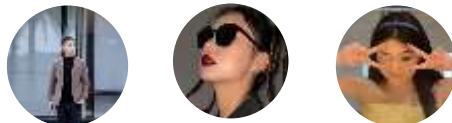
@王天定 @温儒敏 @张颐武



@刘文利性教育 @于赓哲 @脱口岳

...

校园红人



@徐顺达 @七颗猩猩 @管管Yomi



@Sivan-Wong @厉害的威继昀 @张笑寒_zxh



@纳豆奶奶 @鸟山学长 @shamon没烦恼



@潘超Pcc @智慧少女派 @这不科学啊science

...

官方蓝V



@微博校园 @头条校园 @微博菁英校园 @出圈吧大学生 @微博学堂

...

城市校园



重庆校园
新浪微博重庆校园活动专用账号
粉丝: 82.3万



厦门校园
微博校园厦门校园活动账号
粉丝: 73.1万



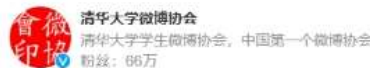
济南校园
新浪微博济南校园活动专用账号
粉丝: 71.9万



上海校园
新浪微博上海校园活动专用账号
粉丝: 72.3万

...

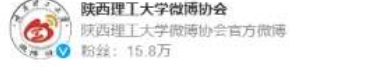
微博协会



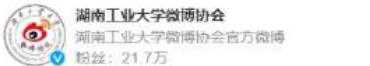
清华大学微博协会
清华大学学生微博协会，中国第一个微博协会
粉丝: 88万



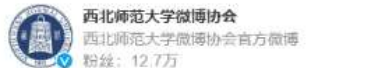
山西大学微博协会
山西大学微博协会官方微博
粉丝: 26.8万



陕西理工大学微博协会
陕西理工大学微博协会官方微博
粉丝: 15.8万



湖南工业大学微博协会
湖南工业大学微博协会官方微博
粉丝: 21.7万



西北师范大学微博协会
西北师范大学微博协会官方微博
粉丝: 12.7万

...

稀缺渠道

深耕线下自营高校渠道 提供更深入校园场景满足

微博校园拥有与全国各大核心顶尖高校合作定制需求能力，为品牌策划设计个性化进校方案，创造合适的校园营销场景。

校园地推

如 品牌摊位、快闪店
以展台形式与大学生亲密互动



校园宣讲

如 报告厅、多媒体教室
开展公益科普类宣讲



校园盛典

如 校园音乐节、迎新晚会
打造品牌IP事件



多层次人员联合调动

校园大使、小记者团队、校园新媒体运营团队

多样化活动运作

个性化内容设计活动策划

多方式植入露出

露天展位，3x3展位、签名墙、易拉宝等露出



1 强执行

校园大使+微博协会

2 深覆盖

210 城/1000+ 高校

3 域传播

校园官方矩阵区域传播

微博校园聚合领域影响，打破平台局限，以强大的定制策划能力，提供多元创新内容与服务。

自有内容布局

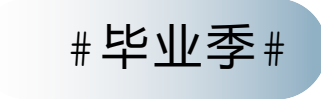
- 微博校园海量IP/栏目项目，平台流量分发加持，品牌共享流量红利，最大化引领校园用户群体兴趣讨论。



开学季



高考加油



毕业季

- 自有品牌活动
- 原创内容
- 线下活动

创新定制服务

商业热点服务

- 话题加热
- 热点伴随
- 议题策划

定制运营服务

- 话题运营
- 互动征集
- 矩阵分发

氛围内容共建

- 视频定制
- 栏目合作
- 内容共创

2025年与微博校园

赴一场青春之约

与近5,000万在校学生用户对话

去见证
青春里的里程碑
「校园大事件」

去经历
青春里的小美好
「生活小美好」

去感受
青春里的超狂欢
「节日超狂欢」

去发现
青春里的闪光点
「尊享好品牌」





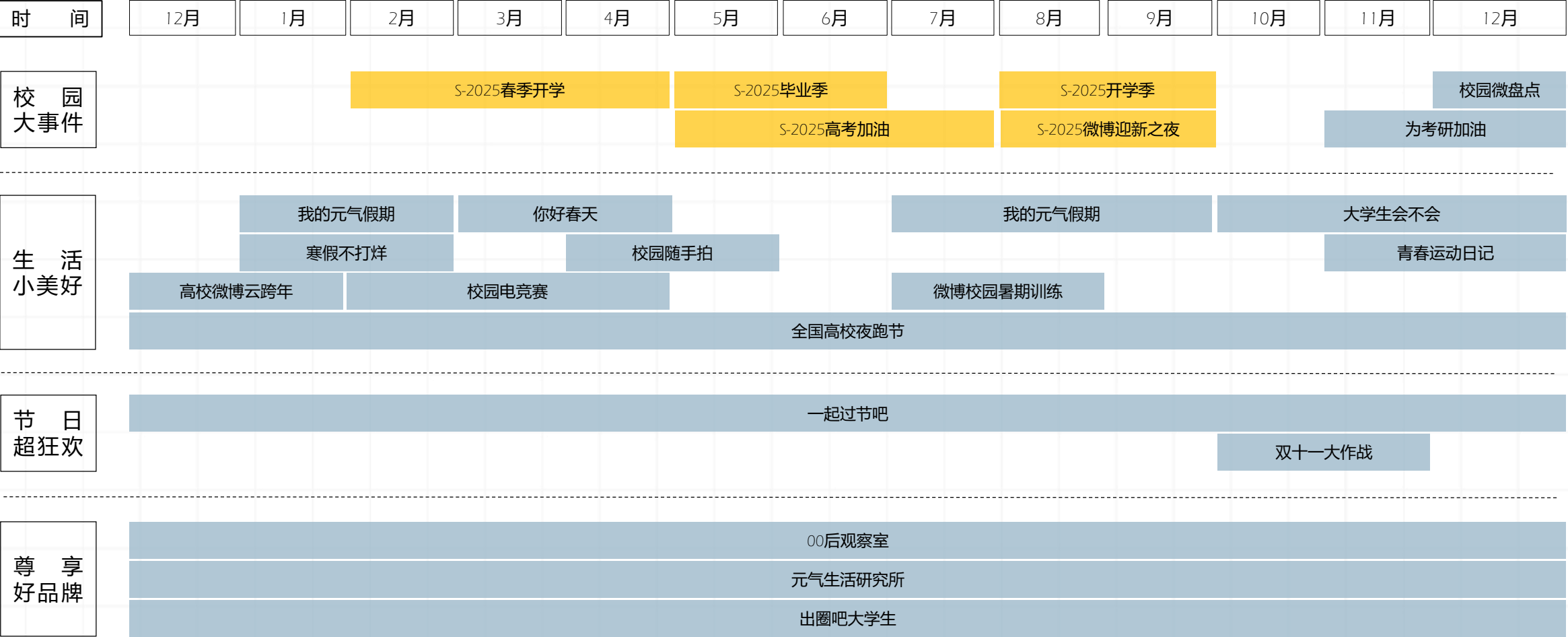
03

年度规划

覆盖全周期，线上线下联动，
流量&节点&场景多向衍生

2025 全年项目规划 Roadmap

覆盖全周期，线上线下联动，流量&节点&场所多向衍生





去见证 「校园大事件」

青春里的里程碑

校园大事件 | 2025开学季

项目介绍

春季：3-4月 秋季：8-9月

2025开学季分**春季**和**秋季**两段长线运营，春季活力满格重返校园，秋季迎接新生全新起航。@**微博校园** 联合站内业务方，打造微博迎新季线上系列活动，上线氛围类产品打造开学氛围，发起兴趣主题周，大V生产、普户消费等内容。

项目规划



春季开学季

主话题：#开学季#

项目时间：3月-4月

预估话题阅读增量：5亿+

秋季子话题：#出发吧新同学# #你好同学# #我为母校赢西瓜# #未来可期

开学典礼# #军训plog挑战# #致敬最美教师#

秋季开学季

主话题：#开学季#

项目时间：8月-9月

预估话题阅读增量：10亿+

核心亮点

内容沉淀

- 多种活动及话题同时运营，满足开学年轻用户各个方面生活兴趣场景，为品牌提供更多营销玩法和选择。



氛围营造

- 上线多种产品玩法及产品功能，满足年轻用户互动需求，引导用户自发传播全站营造开学季氛围。



落地活动

- 多种线下落地主题活动，深入校园，让活动直接触达学生用户。



校园大事件 | 2025高考加油

项目时间：5月-7月

2025年高考季，@微博校园 延续高考招生项目IP，携手全领域明星联动媒体、政务、学校、师生、明星、KOL等共同为千万高考考生加油助力，在微博为高考生保驾护航，全程运营多个创意衍生话题，沉淀优质内容。

项目规划



主话题：#高考加油#

子话题：#我的高考故事# #你好同学#

#高考护航计划# #高考祈福#

项目时间：5月-7月

预估话题阅读增量：30亿+

核心亮点

氛围营造

- 微博站内上线高考定制表情、点赞特效、群聊彩蛋、社群彩蛋、小视频道具、会员挂件、贴纸边框、首页发博框，全面营造高考氛围。



创意策划

- 高考招生期间，@微博校园 将在活动期间全程运营多个创意衍生话题，由大V引导，助推活动扩散，助力高考活动站内强势破圈。



爆点制造

- 结合高考热点全领域、多维度、多角度贯穿高考全程运营，进行多方向内容挖掘及策划，打造全网爆点。



校园大事件 | 2025毕业季

项目介绍

项目时间：5月-6月

毕业通常是一次集体的情感释放，也是一场跟学生时代的告别。2025毕业季，千万毕业生即将走出校园，走进社会。@微博校园 每年发起#毕业季#系列活动，在微博记录毕业故事，营造全站毕业氛围。

项目规划



主话题：#毕业季#

子话题：#最美毕业照# #毕业vlog# #我的毕业仪式感# #毕业旅行季# #一条微博记录毕业#

项目时间：5月-6月

预估话题阅读增量：10亿+

核心亮点

氛围营造

毕业起点站

- **互动征集**：上线主题征集活动，重新走一次大学必经之路，在母校收到的最后一件快递等毕业故事；
- **毕业许愿池**：线上放置大转盘或扭蛋机，抽取毕业礼物；
- **产品玩法**：上线“毕业帽”icon等站内产品，营造毕业氛围。

互动产品



毕业换乘站

- **来自母校的毕业祝福**：联动重点高校发布毕业组图、毕业mv、毕业典礼集锦等毕业主题内容；
- **毕业仪式感**：邀约重点高校联合发起“xx毕业前的9件小事”打卡活动；定制内容征集海报植入客户元素。

最美毕业照



毕业vlog

毕业终点站

- **毕业0距离**：赞助1-2场（暂定）高校毕业典礼，在线下与毕业生近距离接触，搭建相关展位展示客户产品；
- **00后的毕业仪式感**：以“00后的毕业仪式感”为主题街采毕业生，植入客户品牌画面，街采栏目搭配热点冲榜传播。

一条微博记录毕业



毕业旅行vlog

落地活动

盛大告别 奔赴未来

- **互动征集**：以“我们的毕业晚会”概念，为大学生办一场自己的毕业晚会，线上发起毕业才艺展示征集；
- **精华直播**：集合高校、达人博主等精华才艺，线上合集直播，包框、压板等植入客户元素。

未来你好 毕业大戏



未来你好 毕业典礼

未来你好 毕业展览



校园大事件 | 2025微博迎新之夜

项目介绍

项目时间：9月-10月

2025年，@微博校园 延续品牌持续推出#微博迎新之夜#，为大学生“量身定制”专属于大学生的微博之夜，邀请新生代明星、高校社团、高校学生共同参与，为2024级新生筹划一场盛大的开场，一场狂欢之夜开启大学生活。

项目规划



主话题：#微博迎新之夜#

项目时间：9月-10月 预估话题阅读增量：10亿+

往期明星阵容



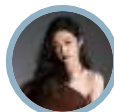
宝石GEM



美依礼芽



盘尼西林



希林娜依高



翟潇闻

核心亮点

线上氛围运营

- 线上开启2025#微博迎新之夜#最受大学生欢迎人气榜单评选活动。



大学生最爱人气榜

活动全程直播

- 活动BIG DAY日全程直播“微博迎新之夜”；高校迎新晚会，邀请重点院校及特色院校线上联动，以视频、图文、直播等形式，打造线上迎新氛围。



开机报头



氛围海报

艺人、学生、博主全开麦舞台



校园大事件 | 为考研加油

项目介绍

初试：11-12月 复试：3-4月

针对考研**初试**、**复试**等校园强相关节点，@微博校园 借势营销，头部KOL联合高校蓝V同频参与，引导社会对事件进行讨论，以热点打破圈层壁垒。

项目规划



主话题：#为考研加油#

子话题：#一起上岸吧# #考研复试这样做#

#考研复试问一问#

项目时间：初试：11-12月 复试：3-4月

预估话题阅读增量：3亿+

核心亮点

博主发文

- 通过考研高光时刻、考研祝福主题内容收集，引导博主分享考研祝福、考研知识点，考研冲刺期开启带学计划，发布plog&vlog、结合考研复习等考研相关带学内容。



#考研面试治愈了我的辛酸和疲惫#

拟邀名单：@FindMystarfish、@呼叫小衣 等

名师参与

- 基于考研各公共课、专业课汇聚考研名师，打造名师天团ip，考研活动周期内持续输出考研知识内容、发起直播等。



#考研调剂如何争取最好的结果#

拟邀名单：@考研政治徐涛、@考研政治陆寓丰、@宇哥考研、@何凯文 等

高校祝福

- 考前倒计时节点，邀请百所高校对考研同学送出祝福、考前温馨提示、考场公告等内容。



拟邀名单：北京大学、清华大学、复旦大学、上海交通大学等



去见证 「生活小美好」

青春里的小美好

生活小美好 | 你好春天

项目介绍

项目时间：3月-4月

2025春季开学期间，花草树木渐次复苏，一片春意盎然之景等待着同学们去发现与感受。@微博校园 联合微博站内业务方为校园人群打造你好春天系列活动，营造新春开学氛围。

项目规划



主话题：#你好春天#

项目时间：3月-4月

预估话题阅读增量：3亿+

抓取开学季年轻群体兴趣焦点

发掘消费与内容需求适配品牌热点营销

核心亮点与玩法

拍春天

- 最春天的照片摄影大赛，邀请全网用户走出户外，寻找春色，拍下最春天的照片，记录春日光影；春分节点，上线一条微博记录春天活动，领取限定春日icon。



玩春天

- 你好春天打卡活动：话题页【你好春天】打卡活动，引导用户带话题发布春天相关内容，如春天景色、春日穿搭、春日见闻等。



吃春天

- 高校美食PK赛：①带动高校发布美食，晒春日限定高校美食；②学生发布春日城食打卡笔记，分享城食春日限定，评选出城食记录官。



高校美食PK赛

生活小美好 | 我的元气假期

项目介绍

项目时间：7月-8月

为在暑假期间，争取青少年用户在微博平台的消费时长，微博校园发起#我的元气假期#活动，联动各兴趣领域及全国高校、kol等参与，引导青少年在微博分享多彩暑期生活，记录美好生活瞬间。同时联动站内自媒体等挖掘假期学生热点，丰富假期热点物料量，引导校园用户消费。

项目规划



主话题：#我的元气假期#

项目时间：7月-8月

预估话题阅读增量：3亿+

在微博分享多彩暑期生活

记

记录美好生活瞬间

核心亮点与玩法

三大话题玩法



#我的夏日歌单#

#我的元气假期#

#最夏天的照片#

多领域主题内容征集

兴趣打卡



记录每天生活中的小美好

影视音乐



追剧补番畅玩元气假期

美食分享



晒居家美食、我的家乡菜、城市美食探店

OOTD



假期约会、出街、出游穿搭

生活小美好 | 微博校园暑期训练营

项目介绍

项目时间：7月-8月

选拔高校学生参加暑期训练营，企业高管、博主大v、专家讲师现场分享开讲。活动从全国1500所高校选拔200余名高校学生菁英代表，参与线下暑期训练营。参营学生实地探厂游学，倾听名家大v授课，提升对职场工作的深刻认知和理解，结识全国优秀人才。

项目规划



主话题：

#微博校园暑期训练营#

项目时间：7月-8月

预估话题阅读增量：5000万+

核心亮点与玩法

三大活动玩法

■ 暑期游学花式玩法

100+校园新媒体菁英实地探厂游学，感受工作场景，每日发布学习日志，炒热话题；

■ KOL暑期课程培训接力

商业定制校园头部大v，课程设计渗入品牌案例，暑期场景下精准种草品牌；

■ 邀请企业高管作后期评审/开营宣讲

根据商业客户需求设计线下物料、制定参营任务、探访厂商公司，帮助品牌破圈触达兴趣用户群，预埋品牌核心价值点。

活动内容形式与商业权益

活动内容	活动展示	商业权益投放点 (具体内容可根据客户需求定制)
破冰开营 物料发放		线下物料客户logo露出 客户设计破冰活动任务
探厂游学 高管开讲		线下扫楼参观企业场地 客户企业高管出席宣讲
博主大v 干货分享		校园博主切身分享经验 客户高管担任课程评审
企业导师 经验传授		课程设计渗入客户品牌 学员发博体现客户权益
品牌议题 深入讨论		议题制定参考客户需求 客户高管课程讨论总结

生活小美好 | 大学生会不会

项目介绍

项目时间：10月-11月

新年钟声越来越近，在微博挥手告别旧岁，站内营造新年氛围。

@微博校园 联动众多高校开展微博直播跨年盛宴，晚会与投票相结合助力破圈，超强阵容集结中，来微博和高校一起云跨年。

项目规划



主话题：#大学生会不会#

子话题：#笑一下算了##变美会不会##

旅行会不会#等

项目时间：10月-11月

预估话题阅读增量：3亿

核心亮点与玩法

三大活动玩法

■ 用户/高校/博主参与

线上发起【变美会不会】【运动会会不会】【旅行会不会】【学习会不会】【干饭会不会】五大主题，引导用户发布对应种草场景，发起学生博主种草向vlog内容，及日常种草内容，传递品牌产品特点。

■ 打造氛围/互动产品

上线表情包/大转盘/集卡等产品，通过完成指定任务项增加互动，带动话题传播。

■ 线下进校活动

赞助校园运动会或美食节，设置互动场景，打卡/集卡获得品牌周边；【大学生会不会】大会线下落地一所高校，与线上主题结合，设置五大互动展区。



博主进校参与



线下趣味互动



线上氛围产品



商业权益体现

生活小美好 | 大学生会不会

项目介绍

项目时间：10月-11月

新年钟声越来越近，在微博挥手告别旧岁，站内营造新年氛围。

@微博校园 联动众多高校开展微博直播跨年盛宴，晚会与投票相结合助力破圈，超强阵容集结中，来微博和高校一起云跨年。

笑一下算了



用户参与：结合世界精神卫生节点，发起笑容挑战，晒最美笑容照片，线上记录每日好心情；

校园栏目：定邀领域知名博主参与，发起匿名情感解答，前期线上征集投稿，视频解答问题；

互动产品：上线集卡互动产品，引导用户完成指定任务参与，获得品牌周边。

变美会不会



线上带话题发布种草分享，按照互动排名；

分享日常**妆容教程**：推荐美妆产品种草记录；

大学生**精致穿搭**OOTD；
分享**护肤攻略**。

运动会不会



记录运动日常：

记录操场夜跑、宿舍内健身，晒运动健身装备；

晒运动饮食搭配：

分享运动饮品/减脂食品种草攻略。

旅行会不会



文旅景区合作：线上发布招募令，组成大学生旅行团，定邀博主参与线下景区游，发布旅游照；

线上：学生分享指定城市旅游攻略/旅游风景照；

线下：拍立得随时打印照片，在指定景区中展览；

事件营销：圆梦旅行特种兵，随机送XX位大学生旅行过周末。

干饭会不会



打卡探店：本地美食探店打卡；

做城市美食记录官；

美食测评：宿舍零食/饮品分享、测评；

省钱攻略：双十一省钱攻略。

学习会不会



打卡学习：记录学习日常，每日学习打卡；

好物分享：分享学习好物；

晒我的学习搭子：见证学习生活中双方的努力与进步。

生活小美好 | 青春运动日记

项目介绍

项目时间：11月-12月

积极响应国家关于全民健身体育运动的号召，构建全民参与的品牌传播阵地，传递健康向上的价值观。覆盖全国1000所高校，吸引120万大学生用户深度参与，带动500万大学生人群高频曝光。通过微博平台强大的社交传播力与校园资源联动，构建高粘性互动场景，助力品牌在年轻消费群体中提升声量与影响力，实现校园市场的深度渗透与营销价值最大化。

项目规划



主话题：#青春运动日记#

项目时间：11月-12月

预估话题阅读增量：5亿

在微博分享运动日常

增

强互动性与粘性

核心亮点与玩法

三大活动玩法

■ 高校&博主领跑团

邀请“青春领跑团”成员围绕#青春运动日记#定制专属海报、发布原创内容，通过分享运动日常、发起趣味话题引导用户参与互动。

■ 限时挑战玩法

结合小程序功能，推出“21天运动挑战”，通过设置每日任务引导用户完成运动打卡，增强活动互动性与粘性。

■ 小程序榜单

用户每日通过完成任务获取积分，个人榜、高校榜双榜公开排名，结合证书、奖品激励用户持续参与。

活动内容	商业权益投放点 (具体内容可根据客户需求定制)
品牌露出	小程序主页展示客户Logo，确保品牌高频曝光，提升用户认知度。
任务定制	结合客户话题设置专属发博任务，增强用户互动参与感。
账号引流	任务项设置关注客户官方账号，帮助客户精准沉淀目标用户，扩大粉丝基数。
奖品绑定	用户激励奖品可选择客户提供的礼品，增强品牌记忆。

生活小美好 | 校园微盘点

项目介绍

项目时间：12月-1月

高考暖心瞬间、毕业典礼……回顾2025年，还有很多暖心瞬间、悸动时刻值得回顾。微博校园发起2025年度盘点，盘点校园中的开心、难忘时刻，用一条微博记录2025吧。

项目规划



主话题：#校园微盘点#

项目时间：12月-1月

预估话题阅读增量：3亿

在微博用一条微博记录

盘

点开心难忘时刻

核心亮点与玩法

PGC玩法参与：

- ① 盘点校园领域最具影响力博主、高校等，发布榜单；引导用户回顾2025年度时间，一条微博记录2025年；
- ② 区域城市校园、高校发布年度回顾，盘点兴趣、校园向新闻内容；

UGC参与玩法：

- ① 围绕“我的2025年度回顾”发起线上投票，定向针对大学生人群回顾2025，放松的时候喜欢做什么事情、会用什么方式缓解压力、印象深刻的事情等；
- ② 针对大学生2025年度盘点，结合年度热点，热梗发布年度生活方式推荐指南组图海报；
- ③ 结合线下投票、大学生用户行为数据，发布2025年度报告及定制视频；
- ④ 策划UGC向内容玩法，引导用户发布印象最深的事、最好吃的美食、最遗憾的事等，告别2024。



生活小美好 | 寒假不打烊

项目介绍

项目时间：1月-2月

联动站内自媒体等挖掘假期学生热点，丰富假期热点物料量，引导校园用户消费。

微博校园发起#寒假不打烊#活动，联动全国高校、kol等参与，引导大学生分享多彩寒假生活，用图文、视频等形式记录美好生活瞬间，展现年轻群体对美好生活的追求和向往。

项目规划



主话题：#寒假不打烊#

项目时间：1月-2月

预估话题阅读增量：2亿

挖掘站内假期学生热点

分

分享寒假美好生活

核心亮点与玩法

■ 每日学习打卡：

用户使用负一屏打卡内容，发布学习打卡记录，按照激励天数，领取对应徽章及证书；

■ 高校大拜年：

结合新年氛围，联动全国百所高校在新年期间发布新年、拜年相关定制海报及视频，打造全网高校拜年氛围。



寒假不打烊打卡

每日学习打卡



话题 p k 赛

生活小美好 | 校园电竞赛

项目介绍

项目时间：Q1-Q3

触达用户游戏娱乐兴趣，打造品牌与高效电竞赛事的结合点。

电子竞技纳入国家体育项目后，校园电竞赛事快速覆盖各大高校，成为高校推动学生体育、娱乐与竞技的重要平台。校园电竞赛事走进高校见证青春热血力量，品牌借此机会深入年轻人的社交场域，“玩”出特色电竞模式，借力传递品牌品类理念。

项目规划



主话题：

#微博校园电竞赛#

项目时间：Q1-Q3

预估话题阅读增量：5亿



核心亮点与玩法

■ 合作方式：

采用“线上话题运营+热点伴随+线下亮点场次冠名”的合作方式；

■ 赛事初期：

将采用线上模式，各高校组织赛事初赛与复赛，微博对初期赛事宣传、报名、参赛、观赛、打榜等环节提供平台支持，营造热烈的比赛氛围，并为商业客户提供广告和品牌推广机会；

■ 赛事决赛：

将在北京（待定）落地，邀约复赛决胜战队选手进行现场直播，借此提供品牌冠名、战队助威、观众助力的机会。



人气MVP投票榜



总决赛赛事直播



落地现场活动

生活小美好 | 校园随手拍

项目介绍

项目时间：全年

季节变化初期，用户分享身边景色意愿很高。校园随手拍活动作为校园长期频偏活动，高校参与意愿强烈，尤其近年来“最美大学校园”热点内容热搜上榜频繁，用户对高校美景关注度高。

项目规划



主话题：#校园随手拍#

项目时间：全年

预估话题阅读增量：1亿

在微博分享高校美景

分

核心亮点与玩法

■ 带话题分享内容：

带话题#校园随手拍# 分享**校园一年四季风光**，发一张最能代表校园风景的图片记录。

或记录**校园中发生的光影故事**，用镜头记录校园人文风光。同时，结合如五四、期末、毕业、开学、五一十一等节点，上线不同主题周期性活动，助推节点氛围。

■ 小程序投票评选活动：

搭建投稿小程序，用户带话题发布投稿照片，线上进行投票，评选最佳影片。



投稿小程序及评选页面



BD 高校账号发博

普户发博

生活小美好 | 全国高校夜跑节

项目介绍

项目时间：全年

夜跑，大学生的生活方式；操场，自然流量的汇聚地。夜跑成为潮流运动新热地，深度融合消费场景，点亮消费“夜态”，助推夜经济发展。2023年，《中华人民共和国体育法》正式实施，提出了推动青少年和学校体育活动的计划。在此背景下，全国教育系统掀起了学校体育锻炼热潮，夜跑成为了大学内推广体育运动的重要形式，大学生们在结束一天的学习后，或自愿或在学校的统一组织下，在校园里奔跑夜晚的体育场成了一道靓丽的风景线。

项目规划



主话题：

#全国高校夜跑节#

项目时间：全年

预估话题阅读增量：5亿

核心亮点与玩法

■ 线下补给站：

客户在落地高校体育场搭建夜跑加油站，为同学们提供湿巾、创可贴等常用物资（结合客户定制）。运动结束的同学，可以参与现场互动，完成指定发微博任务后，领取客户相关物料。

■ 主题夜跑：

为客户定制主题，在各高校开展不同主题夜跑丰富活动内容，制造破圈营销热点。

■ KOL领跑：

红人博主在夜跑进行中，作为领跑者的角色与学生们一同奔跑，并为他们加油鼓劲并发博宣传。



B D 高校发博背书



红人博主现身打卡



客户定制主题玩法

客户展位补给能量



去见证 「节日超狂欢」

青春里的超狂欢

节日超狂欢 | 一起过节吧

项目介绍

项目时间：节日期间

活动定位：针对节日向话题产出的节日节点IP，主要面向教师节、中秋节、国庆节、万圣节等节点，设计针对校园人群及全站年轻人群热衷讨论的话题，通过活动带动校园KOL、年轻用户等广泛参与。

核心形式：KOL 博文/ 话题互动征集/视频栏目/线上挑战赛

项目规划

主话题：#一起过节吧#

子话题：#我的青春宣言##想对青春说

##一条plog过中秋##一条plog过国庆

##老师才是天选养花人##想对老师说#

项目时间：全年

预估话题阅读增量：6亿

—— 全国高校账号矩阵 ——



核心亮点与玩法

—— 定制表情包贴纸 ——



—— 商业场景示例 ——



直播连麦&品牌需求结合
博主定制博文/视频包装宣推（软植入）

—— 往期活动示例 ——



#一条plog过国庆#原创量3万



#一条plog过中秋#原创量3万



阅读增量39亿

节日超狂欢 | 一起过节吧

项目介绍

项目时间：12月-1月

针对节日向话题产出的节日节点IP，主要面向教师节、中秋节、国庆节、万圣节等节点，设计针对校园人群及全站年轻人群热衷讨论的话题，通过活动带动校园KOL、年轻用户等广泛参与。

核心形式：KOL 博文/ 话题互动征集/视频栏目/线上挑战赛

2025年规划

5月

9月

10月

10月



五四青年节

话题词：我的青春宣言

预估量级：2亿

玩法亮点：联动高校发布五四MV/晒学生活动/记录学生青春瞬间的影像



教师节

话题词：致敬最美教师

预估量级：3亿

玩法亮点：上线教师专属祝福card/设计趣味表情包/点赞特效等



国庆节

话题词：一条plog过国庆

预估量级：3亿

玩法亮点：上线国庆假期挑战赛，送出你祝福或国庆假期见闻，领取趣味周边



中秋节

话题词：一条plog过中秋

预估量级：2亿

玩法亮点：发起校园节日故事新编，邀请同学们一起线上过中秋

节日超狂欢 | 双十一大作战

项目介绍

项目时间：双 十一

活动定位：双十一不只是购物的狂欢节！微博校园携手全领域及全站年轻用户，特别推出双十一特别活动，旨在通过多元化的互动形式，展现大学生在双十一期间的独特消费观与态度。

运营形式：话题活动/视频定制/内容征集

项目规划



主话题：#双十一大作战#

子话题：#双十一购物大作战# #双十一美妆大作战#等

项目时间：双十一期间

核心亮点与玩法

‘双十一大作战’定制视频

邀请校园KOL和普通用户分享双十一期间的购物心得、开箱评测、理性消费建议等内容，以视频形式展现双十一的多样面貌。



‘双十一大作战’话题活动

联动多重领域博主发起活动，定向邀校园核心KOL撰写关于双十一消费年轻人群观念/购物攻略等博文，引发讨论，激发用户参与热情。

—双十一变美采购单—

分享你的“变美”清单吧，护肤、彩妆、时尚单品让你的美丽无死角！

—剁手冷静期—

何让自己冷静剁手？
分享避雷产品，不再一味买买买

—双十一美美占便宜—

购物狂欢季，怎么能不美美地“占便宜”？
细说那些属于你的省钱秘籍！



去见证 「尊享好品牌」

青春里的闪光点

尊享好品牌 | 00后观察室

项目介绍

栏目定位：00后观察室是微博校园首创推出的Z世代人群观察栏目，主要围绕大学生群体展开相关问卷调查、数据分析及视频街访

栏目亮点：洞察/专业报告/行为分析/跨界交流

栏目内容与玩法

实时跟进当下热点 发布报告

结合当下大学生关注的较热事件/强节点进行策划。如，大学生旅游调查/大学生副业调查/大学生消费调查/大学生恋爱观调查/大学生熬夜调查/大学生社交调查/年轻人潮流健身报告等，发布专业报告并冲榜热搜。



结合热点 视频策划

结合时下热点，展开策划视频形式内容，并进入高校进行拍摄，成片视频在全网传播并冲榜热搜。



品牌级视频栏目

征集年轻人困惑（社会向议题），以青年提问和大V和杰出青年演讲的方式展开对话，从青年共性焦虑和年度大众热点设置话题，邀请大V、大佬回答和探讨，形成跨界交流的讨论场。



尊享好品牌 | 元气生活研究室

项目介绍

栏目定位：栏目围绕年轻人群追捧与感兴趣的生活态度、生活方式，聚焦热点课题、联合元气生活探索官生产专题内容，制造热搜话题，打造主题氛围，寻找、解锁，年轻人的生活新概念！

栏目亮点：年轻态 | “体验”感 | 泛生活 | 高品质



栏目内容与玩法

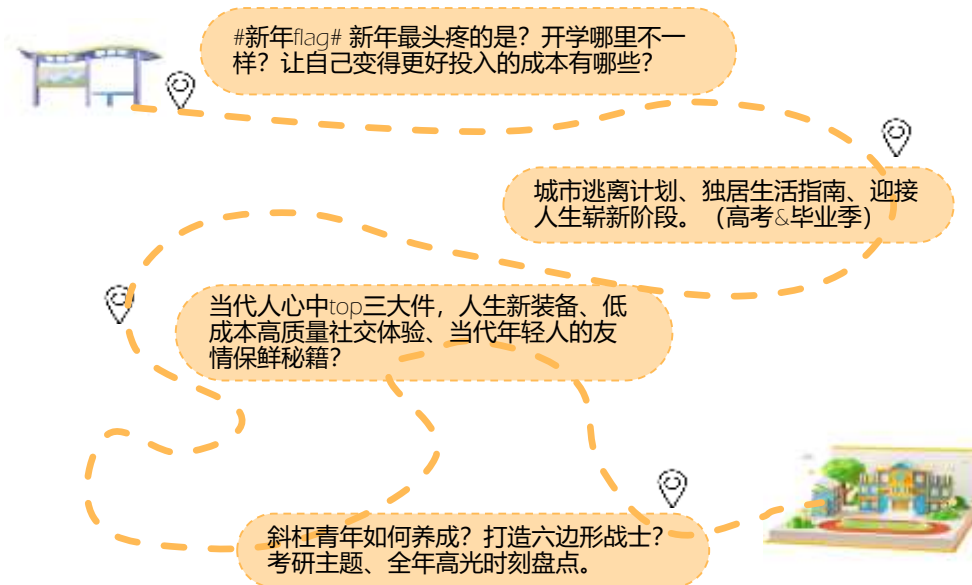
往期精品栏目



往期商业案例 · 华为云



2025年度规划



尊享好品牌 | 出圈吧大学生

项目介绍

栏目定位：目光聚焦校园全节点，面向年轻用户人群策划活动，依托平台产品、策略机制，实现出圈吧大学生“1+N”运营模式、紧追热点，带动年轻用户活跃，搭建年轻人群的聚集地，深度触达年轻用户中心

栏目亮点：场景化 | 直播局 | 多热点 | 广覆盖

栏目内容与玩法

长线话题



#我的微博日常#
#记录这一刻#

25年栏目规划与核心卖点

25内容规划	核心卖点
Q1-新年flag/泛生活向	1. #我的微博日常#、#记录这一刻# 博主特色话题；
Q2-绿植领养/高考毕业季	2. 策划系列主题玩法，提供多元化的品牌曝光场景；
Q3-秋招求职/暑期活动	3. “线下触达+线上运营”的模式为用户提供更多交互体验；
Q4-开学日常/考公考研	4. 多重资源加码栏目高度。

主题街采栏目

结合校园热点新鲜事策划校园主题街采栏目。落地校园，精准触达年轻用户人群。



商业场景精品案例

- 结合广告主需求策划系列专题活动(议题/话题)；
- 直播连麦&校园主题街采场景视觉元素融合；
- 连麦&街采视频中主持人口播鸣谢；
- 博主定制博文、视频包装宣推(软植入)。



@微博校园 X @京东3C数码



04 | 合作指南

校园人群在不同产业中的可商业化空间及优势

校园人群作为一个年轻化的消费群体，具有广泛的商业化空间和显著的市场优势。随着教育水平的提高和消费观念的变化，在多个产业中展现出强大的潜力。

消费能力

校园人群在生活中有一定的消费能力，尤其是在餐饮、娱乐和数码产品等领域。

他们愿意为提升生活质量和学习效率而消费。

品牌忠诚度

校园人群对品牌的认知和忠诚度正在逐步形成。

通过定制化的品牌营销和互动，可以培养学生群体对品牌的忠诚，进而促进长期消费。

社交影响力

校园人群在社交媒体和校园社群中具有较强的传播能力。

一旦某个产品或服务受到学生的欢迎，往往能够以“种草”等形式迅速在校园内外传播，带动更多的消费。

创新接受度

校园人群对新事物和新趋势的接受度较高，乐于尝试新产品和新服务，为企业提供了创新和测试市场的良好机会。

多样化需求

校园人群的需求多样化，从学习工具到休闲娱乐，从健康饮食到时尚潮流，从校内“脆皮”到旅行“特种兵”，各个方向都有广阔的市场空间。

电商行业 | 校园营销×电商大促 解锁年轻市场爆发力

背景洞察

电商营销紧跟促销节点节奏，如618、双十一等，通过周期化的活动引爆消费需求。而校园周期（如开学季、毕业季）与这些大促时间点的天然契合，成为品牌抢占年轻消费市场的绝佳窗口。同时，大学生作为电商的核心消费群体，具有强烈的消费升级需求，渴望个性化、互动性强的体验，这为校园场景赋予了巨大营销潜力。

合作策略

■ 聚焦节点，精准营销

结合电商平台的促销周期，设计匹配校园场景的全年活动节奏。

■ 走进校园，深度触达

全面覆盖年轻消费者，通过校园线下活动和社交平台实现双场景引爆。

■ 内容赋能，品牌沉淀

打造品牌专属内容资产，强化品牌与年轻群体的深度连接，持续提升心智占领。

核心亮点

线上联动传播

- **毕业季/高考加油 × 618大促**：主打毕业礼物和升学装备，提升品牌情感共鸣；
- **双十一 × 大学生生活会**：围绕学生群体的囤货和性价比需求，集中推广促销信息。



线下活动入校

- **线上联动传播**：联合校园红人和学生KOC，发布促销攻略、晒单推荐等内容，放大声量；
- **线下入校活动**：通过校园快闪店、互动展览等形式，直接推广电商平台产品和促销信息。



内容赋能

- **IP栏目赋能**：借助“00后观察室”“元气生活研究所”等微博校园栏目，将品牌信息植入年轻人关注的内容中。



文旅行业 | 用年轻视角诠释目的地魅力

背景洞察

随着年轻群体逐渐成为消费主力军，文旅行业也迎来新的传播挑战。传统单一的推广形式难以有效触达年轻受众，而年轻人注重体验与分享的特点，为文旅品牌打开了社交媒体营销的新机遇。如何通过年轻化、趣味化的传播方式激活区域文旅潜力，已成为地方政府提升文旅知名度和推动经济发展的重要议题。

合作策略

- **链接校园流量，构建区域文旅传播闭环**
匹配地方文旅需求，通过微博校园成熟的IP活动和栏目精准覆盖年轻群体，助力地方品牌触达未来消费主力军。
- **结合季节性热点，推动文旅品牌持续出圈**
聚焦地方核心旅游资源及季节特点，创新传播方式，帮助地方文旅在关键时段实现热点爆发和品牌声量提升。
- **以内容为核心驱动，深度链接年轻群体**
通过内容创作与社交平台裂变传播，助力文旅项目从吸引关注到实际转化，激发区域文旅资源的潜在经济效益。

核心亮点

多元传播形式

- **IP活动合作**：通过高参与度活动，将地方特色融入热点事件，提升区域文旅在年轻人中的认知与热度。
- **校园栏目传播**：以年轻人喜欢的内容形式助力文旅品牌影响力持续放大。



热点传播事件

- **创意主题**：策划年轻化传播事件，推动目的地形象与节庆活动成为热门话题。
- **互动玩法**：设计趣味互动体验，如探店打卡、短视频征集等，以线上线下联动模式强化参与感，助力品牌形象与目标人群深度互动。



内容种草引导

- **校园博主联动**：邀请大学生博主深度探访目的地，深度挖掘地方文化，提升文旅品牌亲和力。
- **学生用户UGC裂变**：鼓励学生在目的地打卡并发布真实体验，利用其社交圈层实现内容自然传播，形成高效的口碑裂变效应。



美妆行业 | 打造内容+体验+传播的多维方案

背景洞察

学生是美妆消费的潜力股，从寒暑假到开学季，每个节点都隐藏着巨大的购买力。他们追求性价比，更相信真实评价与校园KOL的推荐，同时热衷分享美妆体验，用一条社交动态便能为品牌带来自然传播热潮。抓住他们的心，等于抓住了社交平台上的流量密码。

合作策略

■ 节点驱动，场景化营销引爆消费

通过精准覆盖学生全年关键节点，结合其生活和消费习惯，激发购买欲望。

■ 线下体验，校园场景下的沉浸式种草

走进校园打造沉浸式互动体验，让品牌零距离触达学生消费场景。

■ 内容种草，社交裂变覆盖消费链路

结合社交媒体传播与优质内容输出，多层次覆盖学生线上行为路径。

核心亮点

聚焦消费高峰节点

- **开学季**：聚焦春秋两季开学的仪式感需求，推荐日常自然妆容单品，结合妆容教学和学生校园生活相关话题，引爆社交热度。
- **毕业季**：针对毕业生的重要时刻，推出专属“毕业典礼妆容”方案，精准匹配毕业典礼与求职场景的美妆需求，激发情感共鸣。同时聚焦夏季护肤需求，主打防晒与补水产品，推出“清爽出游妆”话题，吸引学生参与讨论。
- **我的元气假期**：寒暑假期间，以“假期元气妆容”为主题，推荐清新妆容，结合七夕等节日，通过“元气恋爱妆”等话题提升品牌影响力，深化学生群体的情感连接。



融入学生生活场景

- **快闪体验**：在校园设置美妆体验区，提供免费试用及妆容展示，增强产品与品牌的深度记忆。活动环节如“妆容挑战赛”或“拍即分享”，通过趣味互动提升参与感。



打造情感共鸣点

- **IP栏目植入**：借助“元气生活研究所”“大学生不会”等栏目，以街采、妆容分享等形式，打造学生真实体验为核心的高频露出内容生态。
- **数据洞察赋能**：结合“00后观察室”数据分析，解析学生消费行为，帮助品牌打造精准营销内容，协助品牌实现对学生群体的消费偏好调研。
- **真实体验分享**：引导学生分享妆容心得与产品体验，配合抽奖和互动激励，放大真实种草效应并提升社交平台话题热度。



快消行业 | 打造贴近校园生活的品牌共鸣

背景洞察

大学校园是快消品牌的天然主场，学生群体的消费行为高度依赖日常生活的真实场景。从早晨的一杯早餐奶再到深夜的宿舍小聚，品牌只有融入学生的学习、社交和休闲生活，才能真正实现高频触达。通过构建场景化的品牌传播体系，让品牌超越商品，成为学生生活的贴心伙伴。

合作策略

■ 聚焦场景，深度融入学生生活

通过细分校园生活场景，为学生打造真实的品牌陪伴体验。

■ 借力校园IP，强化校园品牌渗透力

通过微博校园成熟的IP栏目资源与热点事件联动，用真实场景和温暖沟通，占领学生群体的情感认同与记忆心智。

■ 创意玩法，放大品牌陪伴感与互动性

用趣味玩法提升品牌的话题性和生活化属性，助力品牌自然扩散。

场景覆盖

- **早晨元气补给**：结合早餐产品，推出“早起打卡赢福利”活动，在食堂或宿舍设置品牌早餐站，派发试吃或优惠券。
- **学习能量站**：结合课间或图书馆需求，推出“学习加油站”，将品牌饮品或零食种草植入学习场景。
- **宿舍分享挑战**：利用学生社交场景，推出“宿舍囤货挑战”，通过社交话题增加品牌趣味性和曝光度。



核心亮点

热点打造

- **IP栏目深植品牌**：借助“元气生活研究所”等栏目，将品牌产品融入“开学季必备好物”“毕业旅行囤货清单”等热点内容，提升品牌认知。
- **热点事件联动**：结合“毕业季”“开学季”等校园关键节点，策划“开学囤货季”等主题活动，用活动与学生情感共振。



内容沉淀

- **校园快闪+产品体验**：打造品牌快闪店，结合试吃、趣味互动打卡，营造沉浸式消费体验。
- **社交话题+博主种草**：联动微博校园KOL，用VLOG、图文种草产品，引发学生群体的自主讨论与晒单潮。
- **UGC互动激励**：发起互动挑战，鼓励学生上传创意内容，赢取品牌奖励，实现品牌声量裂变传播。



手机行业 | 校园破圈，点燃新品声量

背景洞察

手机3C行业紧随市场发布节奏，新品迭代迅速，可以满足年轻用户对于数码产品不同功能的日益增长需求。大学生群体作为移动设备的核心消费人群，对高性能、高性价比产品需求旺盛，同时也追求时尚感和品牌文化认同。校园场景天然适合新品推广，为品牌带来精准触达年轻用户的机遇。

合作策略

- 锁定核心人群，抢占年轻用户心智
通过精准的校园场景营销，将品牌深度植入大学生日常生活，建立长线用户忠诚度。
- 放大新品功能亮点，直击使用痛点
从高像素影像到云端存储，结合学生需求进行定制化传播，实现产品卖点快速扩散。
- 双场景联动，构建营销闭环
线上线下同步引爆，将新品发布、场景体验与社交分享有机结合，提升品牌曝光与用户好感度。

核心亮点

节点驱动 精准触达

- **客户新机发布节点**：将客户新品发布会与校园重大节点相结合，高校、博主、学生多方联动为新机发布进行造势。
- **用户新机购买节点**：聚焦新年、寒暑假、毕业、618等大学生换新节点，一方面校园人群在此类节点有消费热情与优惠加持，另一方面契合用户不同阶段需求且经过长尾期种草后拥有一定参考口碑。



聚焦高考节点

场景深植 体验驱动

- **新品快闪店**：走进校园，设置手机体验区，学生可感受拍照、云端、性能等功能亮点，强化购买意愿。
- **电竞社团联动**：联手高校电竞社打造主题赛事，将高性能游戏手机直观植入校园圈层，激发圈层裂变传播。
- **影像主题巡展**：以校园风景、青春生活为主题打造互动展览，展示拍摄效果，让品牌与“青春记忆”强关联。



线下高校活动

内容赋能 品牌沉淀

- **IP栏目联动**：深度植入“00后观察室”“元气生活研究所”等校园IP栏目，用轻松、趣味的内容拉近品牌与用户距离。
- **商业热点服务**：结合新品发布节点，推动品牌话题进入热搜榜单，制造全网热议效应，快速放大传播声量。



IP栏目联动



05

案例分享

2024高考季 | 京东3C X 高考加油

项目介绍

京东3C数码在618暑促节点，面向高考生及在校大学生作为重点营销人群，投放相关资源。以品牌活动#高考加油#为抓手，整合IP活动+定制冲榜+热点伴随+原创内容等一些列资源，在考前、考中、考后三大阶段，借势高考社会热点强势曝光。同时以内容为媒介，传播京东3C数码618活动权益，植入产品卖点。

— 高考前 | 5.20-6.6 — 高考中 | 6.7-6.10 — 高考后 | 6.11-6.20 —>

■ 校园博主直播连麦

@出圈吧大学生：考前筹备、疏导压力

考前发起2场直播连麦讨论考前筹备、压力缓解热议话题，并植入京东3C数码618活动及主推产品。

■ 热点伴随

精选热点伴随：#2024高考#

6月6日考前最后一天，上线精选热点伴随，“2024高考”登至主榜第1。

■ 产品资源

“高考加油”语义橱窗、搜索关键词上线

“高考加油”相关可售卖资源全包，全面打造客户权益曝光。

■ 校园博主直播连麦

考中发起3场直播连麦讨论高考热点等话题，并植入京东3C数码618活动及主推产品。

■ 定制冲榜

#给2024高考生最好的加油#

6月7日考试第一天武汉考场前拍摄冲榜素材，并在6月8日中午执行冲榜，最高榜位11，在榜时长1小时42分钟。

■ 热点伴随包圆

热点伴随包圆：高考祝福、高考氛围、高考新闻快讯

6月6日考前最后一天起，上线高考相关热点伴随包圆。京东3C数码活动周期内，借势高考相关热点热词，主榜大量曝光京东权益。

■ 原创视频

00后观察室：#高考完已经急着去上大学了#

原创Vlog，带高考生参观大学校园，植入京东3C数码618活动权益及主推产品。并做热点运营，登至主榜25位，在榜时长1小时58分钟。

■ 校园博主直播连麦

考后发起2场直播连麦讨论暑假生活、大学好物等话题，并植入京东3C数码618活动及主推产品。

2024高考季 | 京东3C X 高考加油

项目介绍

京东3C数码在618暑促节点，面向高考生及在校大学生作为重点营销人群，投放相关资源。以品牌活动#高考加油#为抓手，整合IP活动+定制冲榜+热点伴随+原创内容等一些列资源，在考前、考中、考后三大阶段，借势高考社会热点强势曝光。同时以内容为媒介，传播京东3C数码618活动权益，植入产品卖点。

亮点：直播连麦“出圈吧大学生”

直播连麦博主种草产品

- 覆盖考前、考中、考后全高考周期，策划7场直播连麦，每场邀请4为校园及教室博主参与，围绕高考热议话题展开讨论交流。
- 每场结合讨论话题和校园生活日常植入京东活动权益和主推产品，博文预告文案、预告海报、直播后回看体现客户权益。



亮点：商业热点服务 # 给 2024 高考生最好的加油

商业热点服务结合校园栏目内容

- 高考期间结合京东线下加油站，策划街采视频，作为冲榜核心物料。
- 将内容主题和客户权益通过视频形式强绑定，有效带动自然流量的同时，提升品牌曝光和好感度。

最高榜位：11 在榜时长：1小时42分钟



2024高考季 | 小米高管高考营销

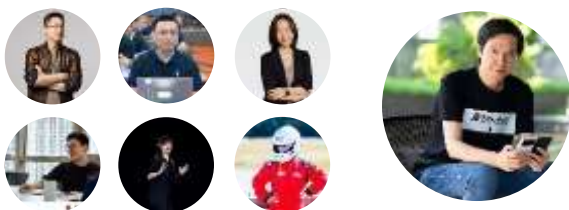
项目介绍

2024高考期间，小米高管参与2024#祝福高考#话题活动，雷军、卢伟冰、王晓雁、许斐、王腾等高管发博为考生送上高考祝福和高考经验干货，微博校园运营资源助力内容全面出圈。

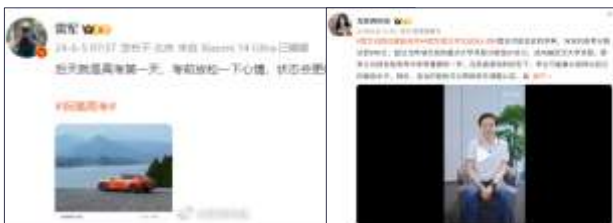
小米高管发布话题 为千万考生加油



小米高管账号矩阵持续发博
与微博官方账号矩阵互动转发



内容策划热点话题登至热搜主榜
#雷军建议考生放松心情#



高考项目站内运营资源助力 站内持续高曝光

活动期间上线开屏/视窗等运营资源，助力内容在站内持续曝光，树立品牌形象，助力企业高管IP化



大视窗



话题置顶 热门 粉条等资源

2024毕业季 | 荣耀 X 最美毕业写真

项目介绍

1, 2, 3! 比个耶! @荣耀手机 200系列新机在24年毕业节点发布, 主打人像写真。与@微博校园 经典IP#最美毕业照#合作, 推出#最美毕业写真#话题活动。阅读增量: 2亿+, 互动量: 13.3万, 讨论量: 10.7万, 校园蓝V参与次数: 390+



多元玩法引导互动

强势资源助推品牌曝光
话题玩法+一键参与, 引导互动



爆改毕业写真互动

多所高校 参与讨论 互动参与
一起爆改毕业写真



校园账号矩阵助力传播

校园账号矩阵助力话题传播
分享毕业照, 纪念校园生活



投票榜单定制玩法

毕业彩蛋局 投票榜单定制玩法
助力城市最美毕业写真C位出道



2024开学季 | 华为matepad X 开学季

项目介绍

华为matepad携手微博校园开启2024#开学季#系列活动，以线上线下多重玩法，让学生参与其中，沉淀品牌社交资产。话题阅读量：12.1亿，互动量：299.1万，讨论量：91.5万，原创量：4.2万。

双玩法引导互动

话题互动 + 一键参与
双玩法引导互动



话题活动

一键参与

投票互动

我的开学新人设
投票互动



新学期，给自己一个新人设「我的开学新人设」投票榜单玩法上线。大学生最pick的开学人设限定贴纸随时表达你的开学态度。

内容征集

打开中秋的一百种方式
内容征集



即使身处异乡，也要共赏圆月。高校月饼、中秋赏月、校园活动...打开中秋的一百种方式，花式中秋等你解锁。

开学社交局

开学社交局走进校园
新学期认识新朋友



视频共创

很高兴认识你
视频共创



3000+ 所高校发布开学内容，多场景共迎新学期 | 42万用户参与开学讨论，在微博一起分享开学故事

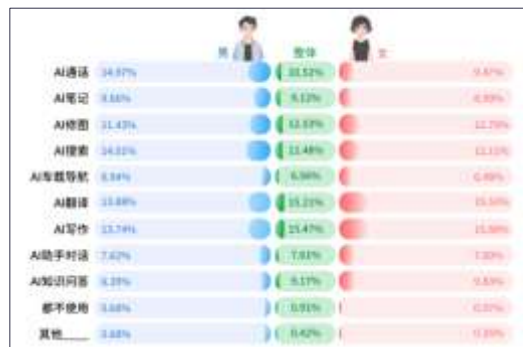
2024开学季 | 华为云终端 X 你好同学

项目介绍

2024开学季，微博校园与华为终端云服务联合发起#你好同学#活动，陪伴全网同学一起打卡新学期，hold住全新开场。话题阅读量：2.4亿，互动量：195.2万，讨论量：154.4万，原创量：77万。

联合官方发布手机调查

@微博校园联合@华为终端云服务
《2024大学生手机功能使用问卷调查》



#开学使用频率最高的手机功能#
微博热搜榜16位 科技数码榜1位

小艺上才艺，hold住新学期



华为就是交通卡



华为就是校园卡



话题玩法 + 一键参与 两种玩法引导互动



校园账号矩阵 助力内容传播



三大玩法 玩转开学季

强势资源 + 定制运营 助推品牌曝光



Hi~ 青春

2025
微博校园品牌年轻化年度通案

微博热点营销 策略组 2024.12

