

冬奥热点频现小红书 内容平台助力冰雪走进生活

北京2022年冬奥会闭幕式当天下午,在本届冬奥会拿到两金一银的自由式滑雪运动员谷爱凌,与奶奶(谷爱凌对姥姥的习惯称呼)一起出现在了小红书的直播间,与网友分享自己参加冬奥会以及成长的经历。

“北京冬奥会已经结束了,到现在觉得一直在做梦,真的不可思议,我可能过几天才能消化掉。”谷爱凌这样形容自己的心情。

整场直播中,谷爱凌与奶奶真实自在、妙语频出。谷爱凌在直播中表示,不管生活还是比赛,最重要的是战胜自己;所以我(自由式滑雪女子大跳台决赛)上1620的时候,是我想让更多人看到,不要害怕去挑战”。

纵观整场直播,谷爱凌与奶奶畅聊话题包括如何培养自信、什么是健康审美、大学学习计划等等,网友连连点赞。

2021年12月,谷爱凌正式入驻小红书并成为品牌代言人。在小红书上,她分享了自己赛场内外的生活,让更多人认识到了一个真实、鲜活的谷爱凌。

而在此之前,小红书为谷爱凌拍摄了专题片《害怕,让我一直向前》,展现了这位18岁女孩不断挑战自我的真实面貌。当谷爱凌在夺得第一枚金牌后,这部纪录片以及小红书与谷爱凌合作拍摄的广告宣传片等,在社交网络上呈现刷屏的态势。

不只是谷爱凌,本届冬奥会期间有23位冬奥相关运动员入驻小红书,包括任子威、谷爱凌、高亭宇、徐梦桃、齐广璞等5名金牌运动员,他们合计得到了中国9枚金牌中的7枚。此外,中国第一枚冬奥会金牌获得者、本届冬奥会运动员委员会主席大杨扬,短道速滑运动员林孝、教练员安贤洙、短道速滑运动员韩天宇等均入驻了小红书。

他们在小红书不仅发布比赛相关内容,更展现了自己生活之中真实的一面。任子威、高亭宇、徐梦桃、齐广璞夺金后都在小红书开设了直播,林孝等多场直播更是在全网走红。这些直播,让网友们得到了更多比赛中看不到的细节。

为网友们提供“有用”的信息,也是小红书社区一直坚持的内容特质。冬奥运动员们也在小红书分享着这类内容。比如冬奥闭幕后隔离期间,冰舞运动员王诗与网友每日分享如何在室内健身、妆容分享。

不只是中国运动员,一些国外运动员也在小红书走红。西班牙运动员蒂博·马格宁在收到小红书博主为自己画的漫画后,兴奋地转发到多个海外社交媒体上,还得到西班牙奥林匹克组委会官方的点赞。

“来自中国如此多的爱。感谢一直以来的支持,这太疯狂了,这是艺术,谢谢。”蒂博·马格宁在多个社交平台上表示。

在开幕式上走红的波黑运动员米尔扎·尼古拉耶夫(Mirza Nikolajev)等运动员也翻牌了小红书博主的画作,并将其转发到海外社交平台,点赞中国网友的热情友好。

网友分享 让冬奥和运动员更真实生动

运动员们在内容平台上展示自己的同时,他们的“亲友团”也在用自己的内容,让运动员们变得更加有血有肉。

2月5日,与队友一起夺得金牌的短道速滑运动员任子威,在小红书被晒出备战冬奥时不忘委托同学写作业;夺得首金后,众多同学在微信群祝贺,为了让他专心备战,任子威被移除了群聊;而在他冬奥参赛任务完成后,又被加回群聊。这一系列“连续剧”被网友完整追到,成为网络热门话题。

苏翊鸣夺金后,博主“街头滑雪皓南”晒出了一年前与苏翊鸣在吉林街头玩单板滑雪的笔记,几个人自己在路边铲雪造了一个mini训练场,与苏翊鸣一起在路边玩滑雪。让网友看到了一个在任何条件下都保持训练的苏翊鸣。

同是单板滑雪运动员的张嘉豪则晒出了与苏翊鸣的训练合照,回忆起从2013年开始与苏翊鸣一起训练比赛的经历,为苏翊鸣加油打气。

博主“铁人打鸡血”在小红书上则秀了一把同事。原来在一家外企的中国分部工作的他,几天前点进公司的公共邮箱,发现自己的瑞典同事请了假,理由是参加北京奥运会,而这位同事最终拿到了冰壶混双的第三名。

除了运动员们,开幕式演员等等也有自己的亲友团,从各个领域选拔的志愿者们也在分享着冰雪盛会的方方面面。

开幕式的雪花设计让不少人记忆深刻,雪花的设计者发表笔记,讲述设计产生的过程与设计理念。而表演环节



迷路的小鸽子,引发了众多网友的关注,表演刚刚结束“小鸽子”亲友就发表笔记揭秘排演过程;而被调侃“假笑男孩”的开幕式执旗手,和女友也发表笔记,向网友解释当时的状况。

分布在冬奥村、颁奖广场、赛场等各处的志愿者们,他们的分享也让冬奥会的细节更加丰满,展现出冬奥会的另一面。

小红书博主、西班牙语专业大学生“赖叭叭”是延庆冬奥村志愿者,不久前牙买加运动员在餐厅跳舞时,以舞蹈进行回应,视频在外网与小红书上爆火。“奥运的魅力,不仅仅在赛场上啊!”有网友评论。

技术官员“小蕊儿”和同事们让高山滑雪国际雪联仲裁Anne破了防。在听说她生日之后,小蕊儿与同事在30公里外的闭环酒店定制了一个蛋糕,乘坐大巴、三次缆车把蛋糕送到了Anne面前,视频里,Anne感动得一直抹眼泪。

内容平台 助力冰雪运动

本届冰雪盛会,众多网友不仅仅在内容平台看冬奥,也在内容平台上尝试更多地参与冬奥。

吉祥物冰墩墩走红成为“顶流”后,如何购买冰墩墩成为小红书上的热搜词。而在买到一个冰墩墩成为奢望的情况下,众多小红书网友纷纷动手制作一个属于自己的冰墩墩。简笔画、粘土、泥巴、乐高、橘子皮、冰雕等各种材质的冰墩墩被网友制作出来。

冬奥期间,无论地处南北与年龄长幼,众多小红书用户参与冰雪运动为冬奥助力。或是在滑雪场、滑冰场上一展身姿,或是用铁锅、扫地机器人等等模仿冰壶运动,还有网友在家里模仿起了

花样滑冰。实际上,冬奥引发全民冰雪热早已成为共识,在小红书2021年与2022年发布的十大生活趋势中,冰雪热连续两年成为热门趋势之一。在“三亿人上冰雪”的推动下,众多年轻人在近两年第一次踏上冰雪,并成为冰雪爱好者。

从2021年11月初开始,小红书开启以“完全燃烧”为主题的冰雪季活动,主打“玩滑雪、晒装备、学技巧上小红书”的心智。

作为年轻人的生活方式平台,小红书更加强调整线上内容与线下活动相结合。

在雪场方面,小红书联合了国内30家雪场、冰场进行深度合作,包括北京冬奥会唯一的商业滑雪场密苑云顶,还有热门的松花湖、北大湖、长白山、万龙、上海外滩BFC圣诞滑冰场等。这也是国内互联网内容平台首次与滑雪圈层进行大规模的深度合作;“小红书全国滑雪联盟”也由此形成。

与此同时,小红书引入一批优秀滑雪、滑板教练来站内进行教学分享。世界大冬会单板国家队队长“李天乐 Alan”,在小红书上做了一系列的单板教程,从基础的开放站姿、上坡、换刃以及进阶教程都有涉及。而在他的小红书主页,用户可以直接预订他的线下教学课程。

从激发用户对冰雪的兴趣到成为冰雪运动高手,用户几乎可以在小红书找到一系列的“解决方案”。滑雪场攻略、滑雪装备挑选、滑雪拍照、滑雪穿搭、滑雪避雷指南等等,这些优质内容让更多人走上冰雪,也爱上冰雪。

小红书上的数据显示,从2022年1月1日至2月20日北京冬奥会闭幕日,小红书上包含“滑雪”关键词的笔记发布量比2021年同期增长406%。

