

## 深圳永葆好奇科技有限公司

### 企业详情

企业官方注册名称: 深圳永葆好奇科技有限公司

企业常用简称(英文): SHENZHEN STAY CURIOUS TECHNOLOGY CO., LTD.

企业常用简称(中文): 刺猬CIWEI

所属国家: 中国

中国总部地址: 深圳

网址: WWW.CIWEI.NET

所属行业类别: 雇主品牌、校园招聘

在中国成立日期: 2015年3月18日

在中国雇员人数: 35

### 业务详情

1、主要客户所在行业: 快速消费品、生命科学(如医药, 医疗器械等)、互联网与游戏业、零售业与电子商务、金融服务(如银行, 保险, 财富管理等)

### 2、曾服务过的客户案例

#### 客户案例一:

所提供的服务类别	雇主品牌
客户公司性质	外商独资
客户公司行业	
客户当时的需求	客户为强化在华雇主品牌形象, 需通过小红书平台触达年轻职场人群(Z世代及千禧一代), 传递企业文化价值。项目核心需求包括: 1) 建立差异化雇主形象, 与快时尚行业竞品形成区隔; 2) 通过高互动性内容吸引潜在候选人关注, 提升校招、社招转化率; 3) 结合客户"LifeWear服适人生"理念, 打造具有人文温度的员工故事内容; 4) 实现小红书平台雇主品牌声量提升及粉丝精准增长, 为长期人才储备奠定基础。



具体服务内容	<p>1、账号定位与内容策略：基于客户企业文化及目标人群画像，制定“职场成长+生活美学+员工故事”的矩阵式传播策略，确立“LifeWear服适人生”核心主题。</p> <p>2、雇主品牌图文/视频内容生产：每月策划6-8篇原创笔记，涵盖“员工成长日记”“门店工作Vlog”“企业文化解读”等系列，采用小红书热门交互形式（如PLOG、互动问答、沉浸式职场体验视频）。</p> <p>3、数据驱动运营：通过AB测试优化标题关键词、封面视觉及发布时间，结合热搜、00后关心的话题（如#00后整顿职场#）植入雇主价值主张。</p> <p>4、雇主&amp;品牌活动策划：联动校招季推出“门店穿搭挑战赛”UGC活动，邀请员工联动用户分享真实职场经历，强化“成长型雇主”标签。</p>
服务成果	<p>1、数据表现：12个月内小红书账号粉丝量增从6000粉丝净增长20000粉丝，笔记平均互动率提升120%，单条爆款视频曝光量突破5万次；</p> <p>2、品牌影响力：员工故事系列笔记被“微信公众号运营团队多次转载；</p> <p>3、业务赋能：2024年校招季通过小红书导流至招聘页面的UV同比提升。15%，</p> <p>4、行业认可：成为零售行业小红书雇主运营标杆案例。将企业文化与平台热点深度融合（如用“00后热点”形式结合员工日常），符合小红书用户审美。通过粉丝增长、互动率、曝光量、招聘转化率等多维度数据验证效果，体现“品效合一”。</p>

## 客户案例二：

所提供的服务类别	雇主品牌
客户公司性质	民营
客户公司行业	耐用消费品
客户当时的需求	为吸引Z世代学生群体、强化客户校园雇主品牌竞争力，需通过小红书平台建立与00后对话的新阵地。项目核心需求包括：1) 打破传统制造业雇主刻板印象，塑造“年轻化、科技感、成长型”企业形象，与互联网/快消企业形成差异化竞争；2) 针对00后“重体验、强互动、求真实”的内容偏好，打造学生视角的职场内容生态；3) 以“职业规划”为核心切入点，传递客户企业文化及全球化人才培养体系；4) 通过高粘性内容实现学生用户从“关注-互动-投递”的全链路转化，支撑2024年度雇主品牌传播目标达



	成。
具体服务内容	<p>1、<b>学生群体深度洞察</b>：基于00后求职调研（职业迷茫、反内卷、兴趣驱动等痛点），确立“职业规划陪伴者”账号人设，构建“职业成长攻略×海尔创客故事×校招通关秘籍”内容三角模型；</p> <p>2、<b>年轻化内容开发</b>：图文：设计“客户学长Q&amp;A”“校招避坑指南”“制造业黑科技探秘”等系列，采用漫画条漫、职场梗图等学生高共鸣形式；</p> <p>3、<b>圈层化运营</b>：联合校园KOC发起#我的职业规划说明书挑战赛，引导学生上传职业规划手账，优胜者直通海尔开放日；搭建“客户校招锦鲤群”，定期掉落简历修改、高管直播等福利。</p>
服务成果	<p><b>打破传统制造业刻板印象，重塑“科技感+年轻力”标签</b></p> <p>1、内容破壁：传统制造业雇主形象常被学生认为“保守/重体力/低创新”，将海尔转型为“科技驱动的新制造代言人”；</p> <p>2、语言体系年轻化：采用00后圈层黑话设计互动图文，让企业文化解读脱离说教感，拉近与学生心理距离；</p> <p><b>以“职业成长陪伴”替代“单向宣传”，构建情感共鸣</b></p> <p>场景化需求匹配：针对00后“兴趣驱动就业”“反内卷”心态系列内容（如机械专业学生参与智能冰箱研发、文科生主导全球化品牌营销案例），凸显海尔“多元赛道容纳非标人才的包容性”；</p> <p><b>双向内容共创</b></p> <p>让学生从“旁观者”变为“品牌共建者”建立**“校招锦鲤社群”**，定期邀请在职年轻员工以“学长姐”身份答疑，用同龄人视角传递“在客户搞技术的酷感”，社群内转化投递率达27%。</p> <p><b>通过小红书运营，客户雇主品牌实现三重升级：</b></p> <p>形象维度：从“家电工厂”到“科技创客孵化器”的认知迭代；</p> <p>沟通维度：从“企业单向输出”到“与Z世代平等对话”的关系重构；</p> <p>价值维度：从“招聘工具”到“职业成长IP”的功能进化，为制造业雇主品牌年轻化提供可复制的创新路径。</p>

档案内容更新2025年09月