

王老吉#鼠年大吉#春节营销

- ◆ **品牌名称:** 王老吉
- ◆ **所属行业:** 食品饮料
- ◆ **执行时间:** 2020.01.01-02.09
- ◆ **参选类别:** 内容营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://v.youku.com/v_show/id_XNDg0NTk5NDQ4OA==.html

春节将近，王老吉希望为用户送上最吉祥的祝福，传播品牌吉文化



“吉” 是新一年的憧憬，憧憬着新一年的美好生活

“吉” 是新一年的财运，期盼着新一年的红红火火

“吉” 是新一年的期许，希望一家人永远团团圆圆

“吉” 是新一年的祝福，送给亲朋好友最好的礼物

“吉” 更是与王老吉强关联，是王老吉文化的代名词



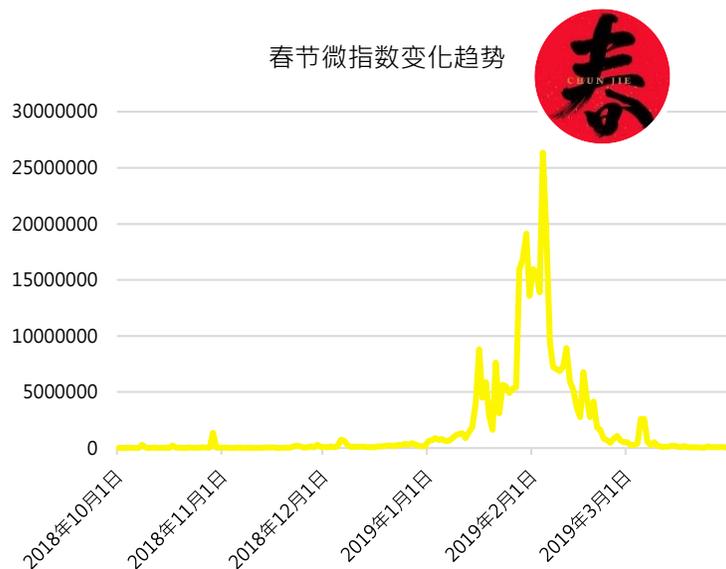
王老吉希望借节日热点与消费者进行深度有效的沟通，持续塑造品牌吉文化影响力，强化“过吉祥年喝红罐王老吉”的消费认知。

鼠年来临，#鼠年大吉#将成为新年用户提及最多的词

明星去讲吉文化，更容易引发传播和用户共鸣

从2019年的数据可见，
作为传统营销节点，“春节”在微博具有**百亿级影响力**

明星粉丝占微博月活半壁江山以上，
处于全民造星趋势下的饭圈，正成为一个个热点的背后推手



从2019年元旦开始，春节微指数呈上升趋势
并于2月4日除夕夜达到最高峰值，突破2.6亿

微博	99.8%
超级...	57.10%
O!What	40.90%
视频...	40.40%
贴吧	27.70%
爱豆APP	25.90%
豆瓣	25.30%
知乎	25.00%
作品榜	21.10%
短视...	18.40%
头条	5.80%
天涯	3.40%
虎扑	2.00%
其他	8.60%

 **6898.1亿**
明星话题年总阅读量

 **2884.9万次**
明星平均月博文阅读量

在社交平台微博承包新年第一声祝福#鼠年大吉#



元旦至春节

+



百位明星

+



微博营销工具

=



王老吉

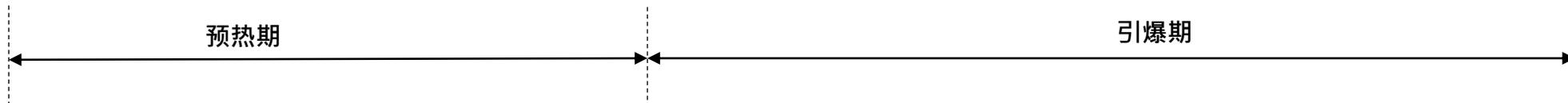
王老吉抢占春节送礼、团聚、拜年等各大节点，渗透用户春节社交场景

打造微博全明星拜年阵容，多重内容形式合力助王老吉传播吉文化，玩转微博泛娱乐生态圈

平台优质媒介资源加持，更有行业首创的千人千面等创新资源，助力品牌吉文化蔓延至全民社交圈。



传播节奏



12.10-12.11 | 1.1元旦 | 1.4 | 1.8 | 1.10 | 1.17 | 1.24除夕 | 1.25初一

内容 | 品牌 | 运营

品牌话题传播#祝你新年王老吉#

春节热点话题运营#鼠年大吉#

明星 KOL | 运营 | 品牌

许凯发布品牌定制视频 | 李沁发布品牌定制视频 | 朱正廷、吴谨言发布品牌定制视频

53位明星大咖首发拜年海报；270位明星发布拜年ID,388位明星发博带项目话题词
52个KOL、娱乐大号分发，项目艺人发博内容自然登上热搜及热门话题共计24次

张艺兴、周冬雨 转发品牌微博

张艺兴发布品牌定制视频

资源 | 品牌 | 运营

品牌速递

开机报头、品牌速递、微博热搜话题套装

热点大视窗

热搜话题套装

热搜话题套装、热点大视窗

千人千面开机报头

千人千面超高级大视窗

热搜话题榜三 | 开机报头 | 热搜榜第六位 | 热点视窗 | PC发布框 | 微博私信推送

发现页浮层 | 热搜榜第三位 | 主FEED流 | 热搜流 | 视频流

代言人预热

元旦起，#祝你新年王老吉#携代言人周冬雨、张艺兴率先开启预热，强势覆盖用户行为主路径

打开微博



【开机报头】

刷“信息流”



【粉丝头条】

刷“热门流”



【品牌速递】

打开发现页



【微博热搜话题套装】

进入话题页



【热点大视窗】



【品牌定制话题页】

主话题出击

承包全网第一声鼠年祝福——#鼠年大吉#！将王老吉“吉文化”融入微博原生生态内容



#鼠年大吉# = 王老吉

- 鼠年大“吉”的“吉”字代表王老吉，实现将品牌吉文化融入微博原生生态内容，与中国传统佳节的祝福需求完美结合，借助社交网络裂变属性，实现不断破圈传播
- 顺势将流量引至电商，实现营销转化

全明星引爆

4位明星定制#鼠年大吉#品牌视频，结合元旦、小年夜、除夕不同阶段产出不同内容、发布个性祝福



朱正廷品牌定制视频博文
覆盖人次达35,687,306



许凯发品牌定制视频博文
覆盖人次达26,624,329



李沁品牌定制视频博文
覆盖人次达15,408,616



吴谨言品牌定制视频博文
覆盖人次达12,947,379

全明星引爆

品牌“吉文化”全程植入明星视频，完美融合“社交+明星”，不断为营销推波助澜

片头权益露出



产品全程伴随



正面展示产品



尾板权益露出



明星饮用产品

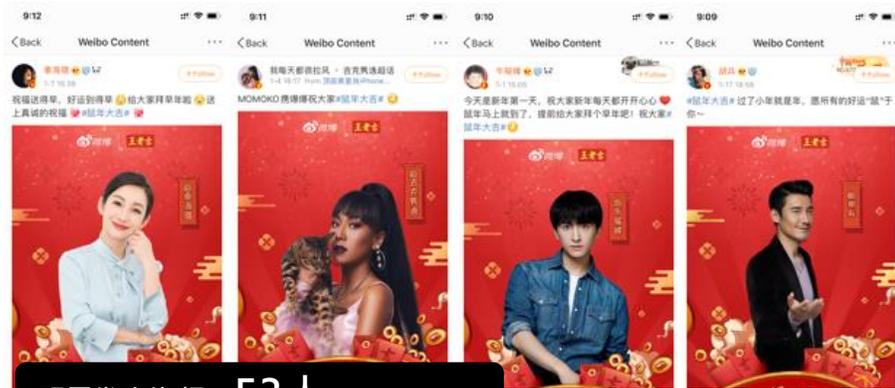


祝福提及品牌



全明星引爆

近600位明星发布共957条#鼠年大吉#博文为王老吉造势，玩转微博泛娱乐生态圈，打造现象级社交事件



明星发布海报：53人



明星发布海报数：53张



177%完成原定海报数目标



53位明星大咖首发拜年海报，为项目预热



明星发布口播视频：270人



累计发布视频博文发布328条
王老吉绑定视频前贴片，视频总播放量8255万



270位明星发布拜年视频，引发粉丝用户拜年狂欢



388位明星发布拜年图文，话题持续升温

创新玩法加持

行业首创千人千面，一对一展现用户的微博头像和昵称，送上专属祝福，高效拉近品牌与用户距离



【开机报头千人千面】



【超级大视窗千人千面】



【话题页banner千人千面】

引发用户主动发博晒广告



黄金资源助力

微博优质曝光资源持续为品牌话题推波助澜



开机报头



微博热搜话题第三位



热搜话题第六位



热点视窗



微博热搜榜



微博私信推送



发现页浮层



PC端发布框上文字链

品牌鼠年祝福传递到用户目光所至每一处！

KOL破圈

十大垂类KOL与蓝V共同助阵传播，将品牌吉文化蔓延至全民社交圈



52个KOL账号参与#鼠年大吉#话题互动
发布相关博文149条，累计覆盖粉丝总量1.263亿人次



全网发博总量
862万

全网总互动量
1.74亿

#鼠年大吉#
话题阅读量
19.5亿

#祝你新年王老吉#
3亿话题阅读量

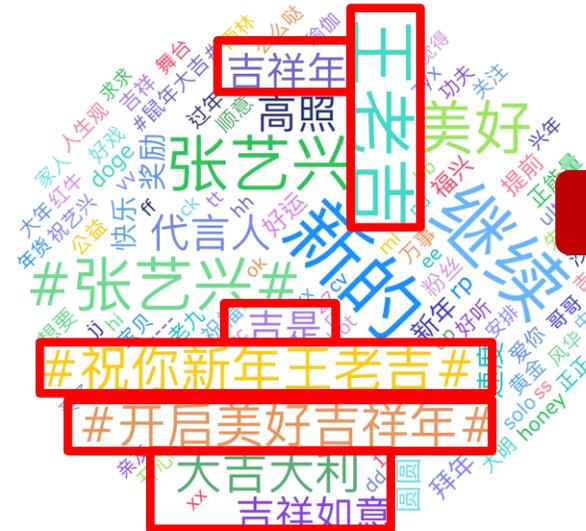
明星祝福
视频总播放量
8255万

参与明星
577人
(完成率
577%)

明星发博数
957条
(完成率957%)

#祝你新年王老吉#
3亿话题阅读量
218.7万讨论量

#鼠年大吉#
19.5亿话题阅读量
864.2万讨论量



王老吉品牌词云

品牌吉文化
得到深度传递



王老吉相关博文正面比例

增长68.83%
赢得正面口碑

春节文化+平台红利为品牌“吉文化”背书

紧跟#鼠年大吉#，联合数百位明星为全网粉丝用户送上新春祝福，借势传统佳节，借助微博社交平台的超强裂变性和明星内容的超高热度，再次收割海量流量，实现了娱乐营销的破圈传播！



品牌文化

+



社交平台

+

明星内容+粉丝传播



收割娱乐圈
的海量流量

春节文化+消费需求



将平台流量
转化为王老吉流量