

三只松鼠助你健康中国年快乐

- ◆ **品牌名称**：三只松鼠
- ◆ **所属行业**：食品饮料
- ◆ **执行时间**：2021.01.14-01.30
- ◆ **参选类别**：电商营销类

项目背景

以“**助你健康中国年快乐**”为主线，
主要目的推广三只松鼠年货节专属礼盒，
巩固本土国民健康品牌形象

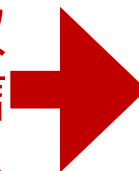
三只松鼠作为老国民品牌，通过双平台
引爆话题，加强 TA 对品牌的信赖感，
吸引不同年龄层的潜在用户



消费者洞察

- 国潮品牌在年货节期间的消费规模和占比不断攀升;
- 国潮品牌消费主力军为90后人群;
- 礼盒消费攀升, 用户偏爱高颜值零食礼盒;
- 购置年货送礼时, 首要考虑健康因素;

提取信息



✓ 中国风

✓ 年轻化

✓ 包装精美

✓ 注重健康

平台洞察

结合传播主题分析，以及三只松鼠的品牌格调
所做的平台洞察&选择

	 抖音	快手	B站	 微博
用户年龄	21-40岁	18-39岁	15-29岁	18-30岁
用户城市	90后一二线 80后三四线	二三四线	二线、三线及以下	一二三线
平台风格	年轻化，精致化 颜值类内容多 格调高	生活化 接地气	泛二次元 黑科技 鬼畜音乐	营销第一阵地 明星网红聚集地
平台优势	种草转化效果好 用户日活量高 格调与品牌契合	下沉渗透高 接地气视频易懂	社区文化独特 易吸引不同圈层的粉丝	散粉路人多 易引爆话题 格调与品牌契合

主题

三只松鼠X助你健康快乐中国年

蓄水期

引爆期

延热期

• 微博首发话题#助你健康快乐中国年# 引爆第一波热度

• 抖音发起话题为#助你健康快乐中国年# 挑战赛及全民任务

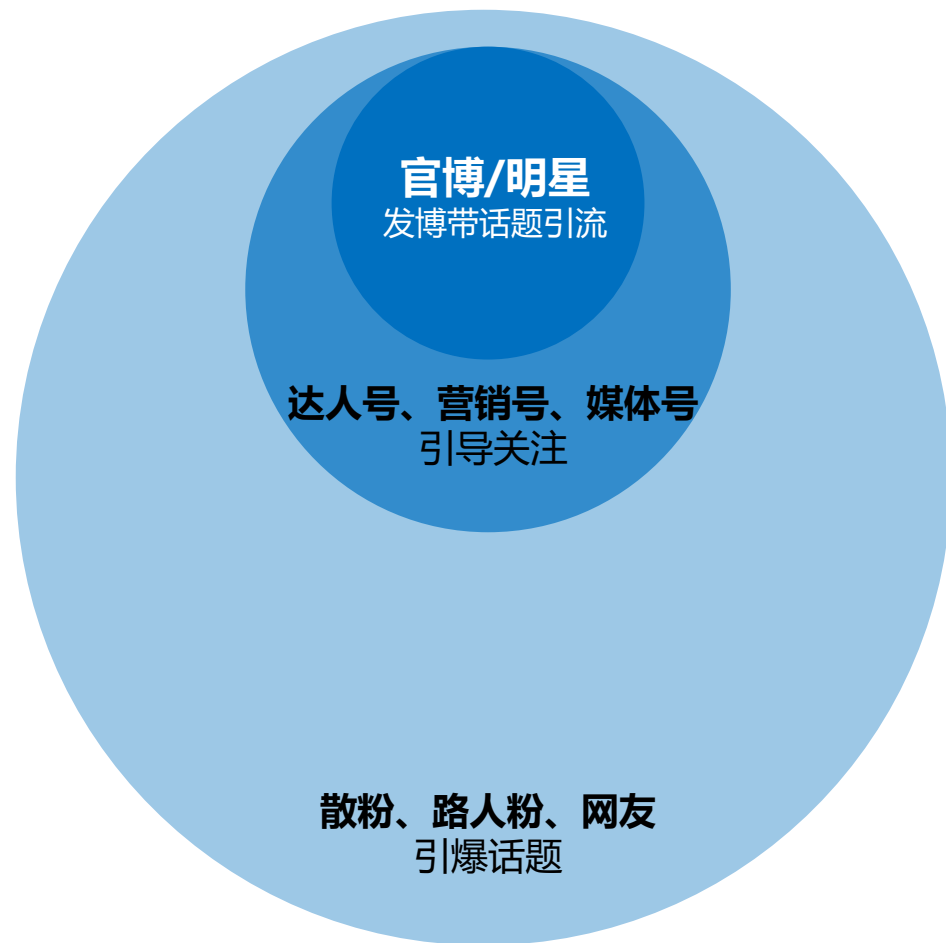
• 抖音达人定向投放，兼顾话题延热和礼盒转化收割



策略

以**挑战赛&全民任务、话题打造、KOL采买/流量运营**实现广告曝光和品效合一，在年货节期间引爆话题，达到强曝光目的

微博投放链路



传播规划

- 1.三只松鼠官博带话题发起，选择形象正面，符合健康积极人设的**奥运冠军明星参与转发**，配合**微博实时热点**，提升话题曝光度；
- 2.**达人号、营销号、媒体号**等流量大V转发官博内容，不断覆盖不同圈层的受众，同时引导关注，提升话题渗透率；
- 3.官博追加抽奖活动，触发用户带话题参与**自主性二次传播**。

微博投放



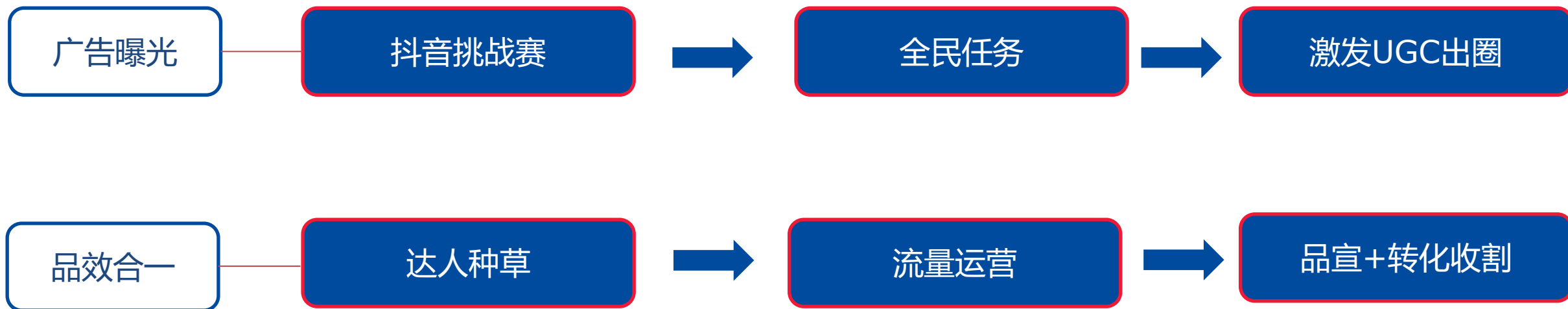
官方微博发布PVC短片，奥运冠军惠若琪转发官博，为活动宣传增加热度；

营销矩阵紧跟造势 拱起话题

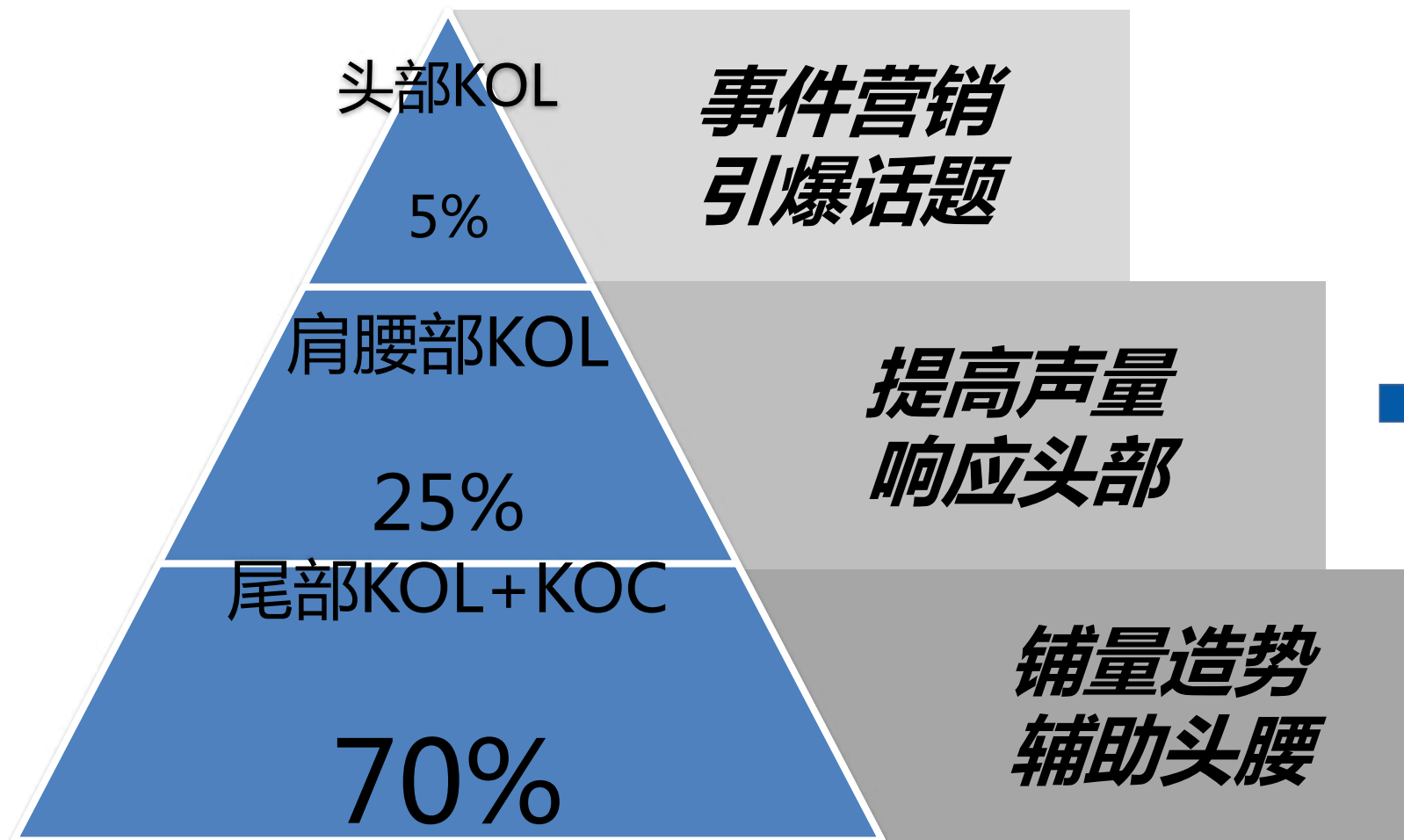
热搜多点位投放引爆流量

平台投放策略 

以抖音话题#助你健康快乐中国年#发起挑战赛/全民任务及种草

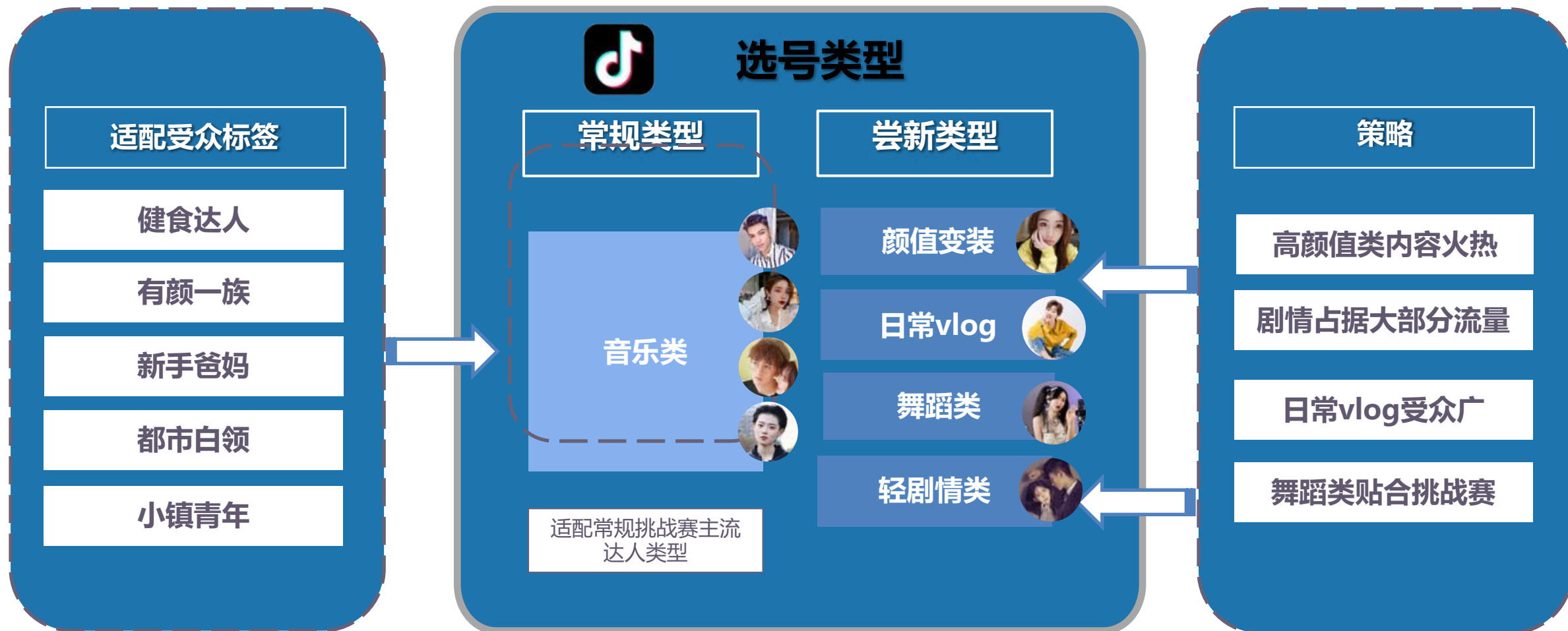


选号策略-达人体量



引爆 挑战赛

选号策略-达人类型



选号策略-小结

头腰尾部齐发力

多类型测试

粉丝趋势契合

达人潜力

贴纸曝光

千万量级头部KOL造势-5%

百万级腰部KOL蓄力-25%

大量KOC集中爆发-70%

颜值变装类

轻剧情类

日常VLOG类

舞蹈类

账号30天涨粉量

30岁以下粉丝占比超过70%

重点
关注

CPM < 50

日常视频完播率高

视频互动率高

是否有爆款视频产出

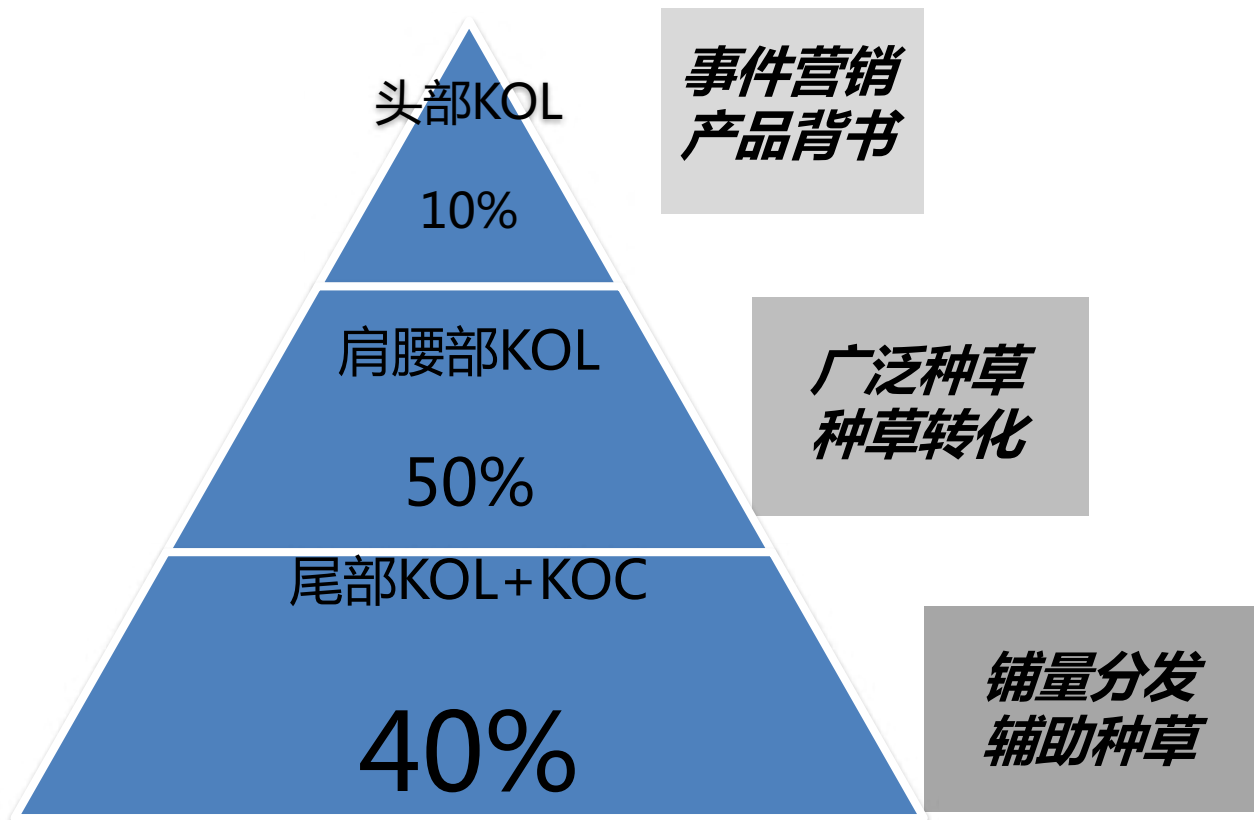
轻剧情类

舞蹈类

日常Vlog类

颜值变装类

达人种草选号策略



音乐类 (10%)



剧情类 (50%)



生活类 (20%)



美食垂类 (20%)



转化
收割

选号策略-筛选逻辑及数列

重点关注达人的
内容质量、粉丝粘性



重点
关注

曝光CPM

达人CPM低于50

重点
关注

完播率

日常视频完播率在30%以上

重点
关注

达人内容互动性

(评论+转发) > 3%

次要关注基础数据



女粉占比

达人的女粉占比60%以上

粉丝增长

30天平稳增长, 避免大起大落

粉丝年龄占比

30岁以下粉丝占比超过70%

播放趋势

播放 趋势波动不要太大

粉丝地域占比

二三线城市粉丝占比50%以上

达人合作配合度

优选效果好, 配合度高的达人

达人种草内容策略

卖点聚焦: 办公久坐、嘴馋零食、下午茶单调看剧、宅家无聊、做家务等不同场景

种草概念升级: “为了健康，你需要马上来一包三只松鼠”

内容黄金公式：

故事开端 (10%)
抛梗、矛盾、话题



故事发展 (40%)
在画面上提前露出产品



在故事高潮处植入产品 (30%)
(品牌露出、细节特写、真实试吃)
产品是故事的一部分



结尾 (20%)
可以有5%再次提及/露出产品

微博优秀案例分享

元气少女惠Rachel

阅读量：300w+

转发量：1500+



推广内容：转发官微发布TVC



推广内容：直发三只松鼠TVC



02月22日 11:01 来自 VLOG超话



合作优秀博主阅读影响力量均超过**500W+**
且评论区**舆情反馈良好**

抖音玩法小结

话题传播链路	挑战赛具体玩法	全民任务具体玩法
<p>Step1 :</p> <p>定制示范素材 引导用户参与挑战赛</p>	<p>1. 添加话题位置</p>	<p>全民任务上线， 满足任务要求发布视频， 即可领取对应奖励</p>
<p>Step2 :</p> <p>结合全民任务， 强势打造流量话题</p>	<p>2. 贴纸&热门榜单</p>	<p>1.带tag#助你健康快乐中国年 2.使用指定贴纸“快乐特效” 3.@指定账号“三只松鼠”</p>
<p>Step3 :</p> <p>激发UGC创作， 实现品牌新年主题强曝光</p>	<p>3. 挑战赛页面-话题引流</p>	 <p>松鼠快乐创造营 新年特别企划 创造快乐 分享快乐</p>
	<p>4. 搜索页更多 tab-banner</p>	

挑战赛案例分享

舞蹈达人 x 唱姐

三只松鼠
主题曲开场

帅气的外表+萌萌的舞蹈
反差让人眼前一亮

结尾触发贴纸
强化互动



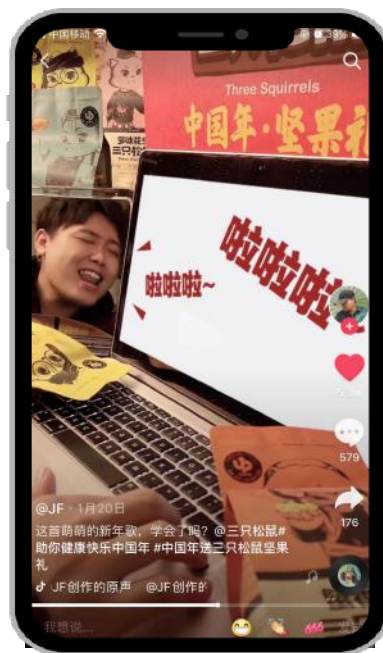
视频链接：<https://yossfs.oss-cn-shenzhen.aliyuncs.com/video/%E5%94%B1%E5%A7%90.mp4>

挑战赛案例分享

改编达人 x JF

三只松鼠
主题曲开场

魔怔表情包+PPT字幕+rap改编
充分发挥达人特色



互动率高于行业均值
250%+

视频链接：<https://vossfs.oss-cn-shenzhen.aliyuncs.com/video/JF%E6%8A%96%E9%9F%B3%E8%A7%86%E9%A2%91.MP4>

挑战赛案例分享

唱跳达人 x 我叫壹伍零

三只松鼠
主题曲开场

唱跳合一，魔性舞蹈+洗脑式
BGM动感十足

结尾引导用户
参与挑战



CPM低于行业约
20%+

视频链接：<https://yossfs.oss-cn-shenzhen.aliyuncs.com/video/%E6%88%91%E5%8F%AB501%E4%B8%89%E5%8F%AA%E6%9D%BE%E9%BC%A0.mp4>

挑战赛分析-贴纸

比心触发3D贴纸动态效果，强化氛围感，有效传递新年主题



坚果粒悬浮层



3D动态IP形象效果



小贱形象效果



新年元素效果



- 高颜值达人示范贴纸玩法抓住眼球，提升互动率强化用户好感度
- 喜庆丰富的画面强化氛围感，增加视频可传播性



达人投放案例分享

翻唱达人 x 匠音夫妇

婚前婚后区别
话题引入

演绎婚前婚后的音色情绪改变，
对新手父母共情性较强

末尾baby出境
增强趣味性



CPM低于行业约 **28%**
互动率高于行业 **450%**

视频链接：<https://yosfs.oss-cn-shenzhen.aliyuncs.com/video/%E8%92%8B%E5%AF%85%E5%A4%AB%E5%A6%87.mp4>

达人投放案例分享

翻唱达人 x 小鸭子老师

热门街头即兴
翻唱植入

融入达人个人特色声线，更有
氛围感和代入感

触发贴纸
引导用户参与

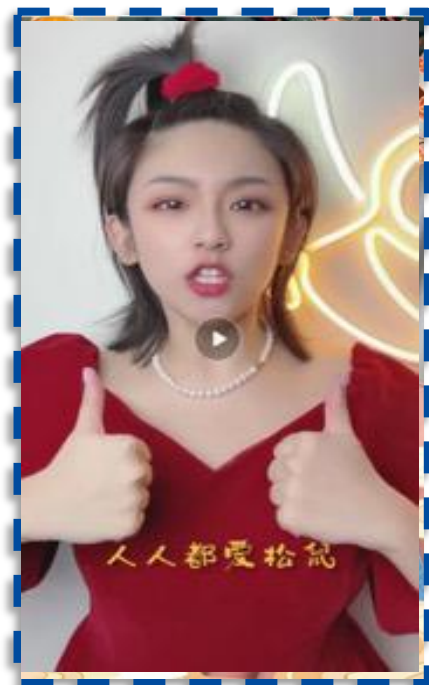


CPM低于行业约
25%

视频链接：<https://yossfs.oss-cn-shenzhen.aliyuncs.com/video/%E5%B0%8F%E9%B8%AD%E5%AD%90%E8%80%81%E5%B8%88.mp4>

达人种草视频分析

视频结尾口播+置顶评论互动，达人多方位背书



结尾口播引导



置顶评论互动引导



- 评论区舆论表现：正向引导年货节送礼选三只松鼠；
- 用户聚焦在“参赛”“主题曲”上，引发较大讨论度

微博话题指数分析

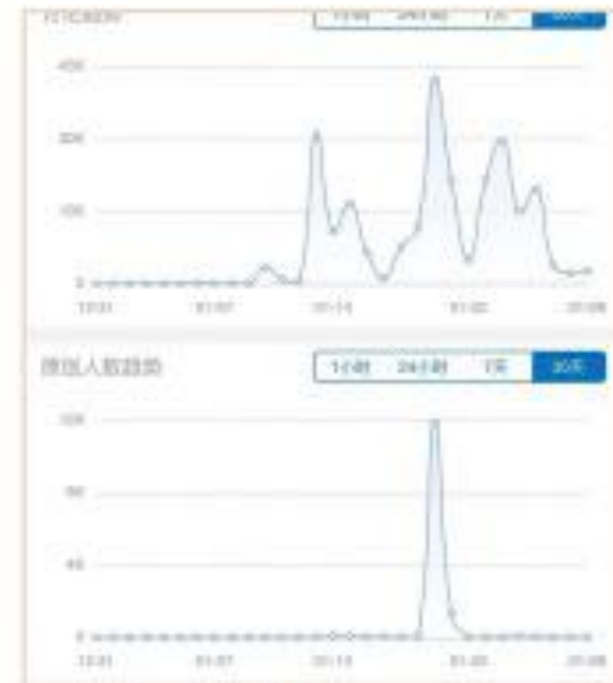
- 阅读量近6000w
- 转发次数为2w+
- 阅读成本低于均值36%
- 互动成本低于均值20%



(三只松鼠热搜图)



(话题指数图1)



(话题指数图2)

助力三只松鼠登顶抖音年货节销售榜冠军

1月《三只松鼠官方旗舰店》
抖音主播销售额排行

排序	主播名称	粉丝数	关联直播间	直播销售额
1	三只松鼠	401.4万	24	3739.2万
2	大狼狗刘建鹏&言真夫妇	4527万	1	1517.5万
3	陈三皮gg	2496.8万	13	1452万
4	七阿姨渠	2565.1万	12	769.6万
5	张老虎	237.8万	4	335.3万
6	韩国媳妇大嘴嘴	787.2万	6	203.5万
7	喜哥喜嫂海鲜	509.9万	10	188.6万
8	罗永浩	1424万	6	169.2万
9	陈赫	7269.7万	1	80.5万
10	刘德华	35万	4	75.8万



三只松鼠 2021年货节投放数据总览

总曝光量

24 亿+

总互动量

40000w+

互动率高于行业均值

2.3 倍

CPM低于行业均值

1/2

