

蕉内 “热皮” × 王一博，打造秋冬保暖搭子

- **品牌名称：**蕉内
- **所属行业：**鞋服运动/配饰
- **执行时间：**2023.11.01-11.14
- **参选类别：**明星/达人营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

https://v.youku.com/v_show/id_XNjM3NzM0OTkyOA==.html

聚焦10月份蕉内官宣赵露思代言&携手王一博发布全新热皮保暖衣双节点,发挥平台热点价值和垂类内容共建能力,构建黄金媒介组合助力品牌和新品热度提升及品类心智抢位

1 品牌和新品热度最大化

2 夯实品牌在品类中的心智



为蕉内品牌打造「**立体化新品发布**」模式，构建**全覆盖-塑爆品-立口碑**的传播闭环，助力蕉内产品热度和口碑出圈



项目亮点

1

全覆盖式曝光

全链路媒介覆盖用户
浏览全路径

2

双热点塑爆品

明星+氛围双热点话题
塑造爆款新品

3

借用户立口碑

以用户原生内容为基
沉淀品牌口碑

1. 全覆盖式曝光

全新蕉内热皮保暖衣发布搭载全链路媒介覆盖用户浏览全路径，引燃新品热度

进入发现页时

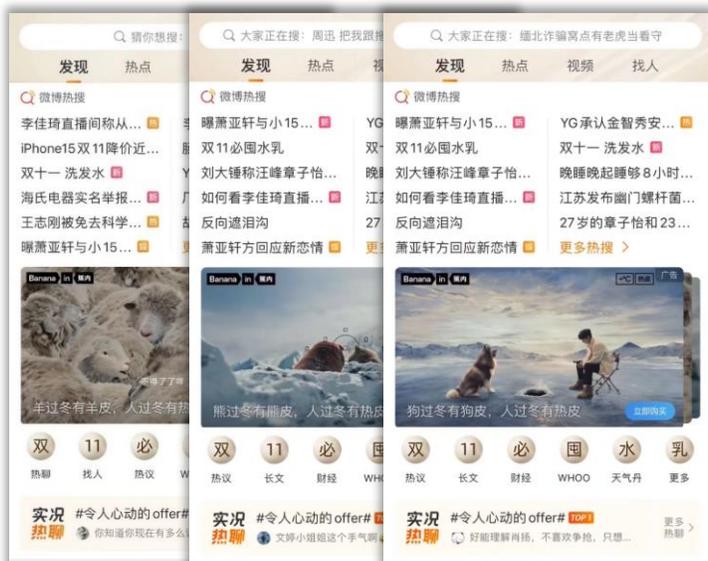
打开热搜榜时

浏览资讯时

超级大视窗一卡多帧 - 创意形式引爆关注

热搜三 - 品牌话题上榜引发热议

粉丝头条&品牌速递 - 强化星粉和品牌潜在客户认知



6.2 亿 话题总阅读量
114.7 万 话题总讨论量
369.5 万 话题总互动量

2. 双热点塑爆品

联合娱乐垂类打造明星热点话题，绑定王一博卷入星粉热议，引发全网围观塑造明星爆款

王一博跟小动物PK热度



联合娱乐垂类打造明星热点话题，引发明星粉丝出圈热议

王一博x小动物短片创意好评如潮

星粉直呼“羡慕小动物一万遍！”



星粉自发扩散品牌短片造热梗

有“来自热皮的你”那味

“狗狗演我 跟着帅哥就对了”

“差点以为一博接新剧”



全新热皮热议度和种草意愿高涨

星粉纷纷安排上王一博同款热皮



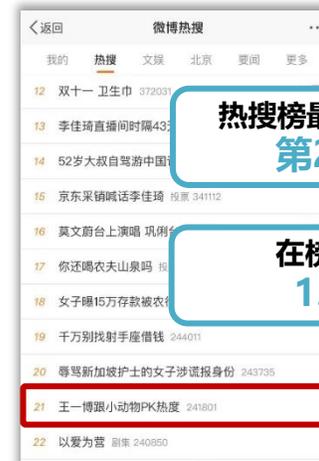
娱乐大账号发博助推话题热度



话题霸榜引发全网围观 王一博同款热皮成为过冬爆款

热搜榜最高在榜位 第21位

在榜时长 1.9h



2. 双热点塑爆品

联合新闻垂类定制氛围话题，营造过冬氛围热点，品牌抢位热点场种草全新热皮保暖衣

南北方的保暖神器有啥区别

品牌抢占氛围场流量高地

多圈层共建氛围内容

新闻垂类植入新品种草

话题页品牌权益强体现



发现页视窗强引流



品牌周边激励强参与



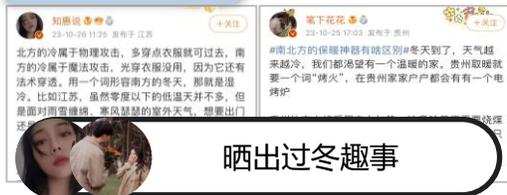
泛知识向



时尚向



情感向



新闻大账号融入过冬神器热议种草新品



3. 双热点塑爆品

品牌优质新品内容有效沟通用户，原生UGC不断沉淀，借用户势能沉淀品牌优质口碑

粉丝通将品牌优质新品内容有效触达TA

发起星选任务激发用户原生热议 沉淀品牌优质口碑



用户纷纷种草新品，沉淀品牌口碑

这款热皮保暖外套是小高领的设计，可以很好的保护脖子，也更防风，更显精致。大朵我最怕脖子冷了，这个设计我可太爱了！

冬天，江苏的气温最低不过零下十度，大多时候，还是保持在零下五度以上，所以我选择了蕉下的302++，中热皮-5°C~5°C，适合深寒天气。

从设计细节解读热皮新品的独特性和实用性

结合地域过冬天气种草新品保暖和舒适的卖点

衣服袖口和下摆都做了包边处理，仅更显得精致，而且也防风、更保暖！

- ✓ 亲肤棉感，体感舒适，底部抓毛，触感更强
- ✓ 3A级抗菌标准，防静电
- ✓ 分割设计，活动自如，暖而不闷
- ✓ 臀部U型拼接，即使深蹲也很便利
- ✓ 圆领不外露，方便搭衣服

它还有一个贴心的拉链口袋

蕉内超话#蕉内热皮#
Bananain蕉内的TVC视频种草了“蕉内粒绒高领保暖热皮外套”

从动物毛皮御寒角度认可新品保暖的实用功能

聚焦明星短片种草热皮新品的时尚感和保暖性

我甚至幻想过，人皮一样的保暖衣服

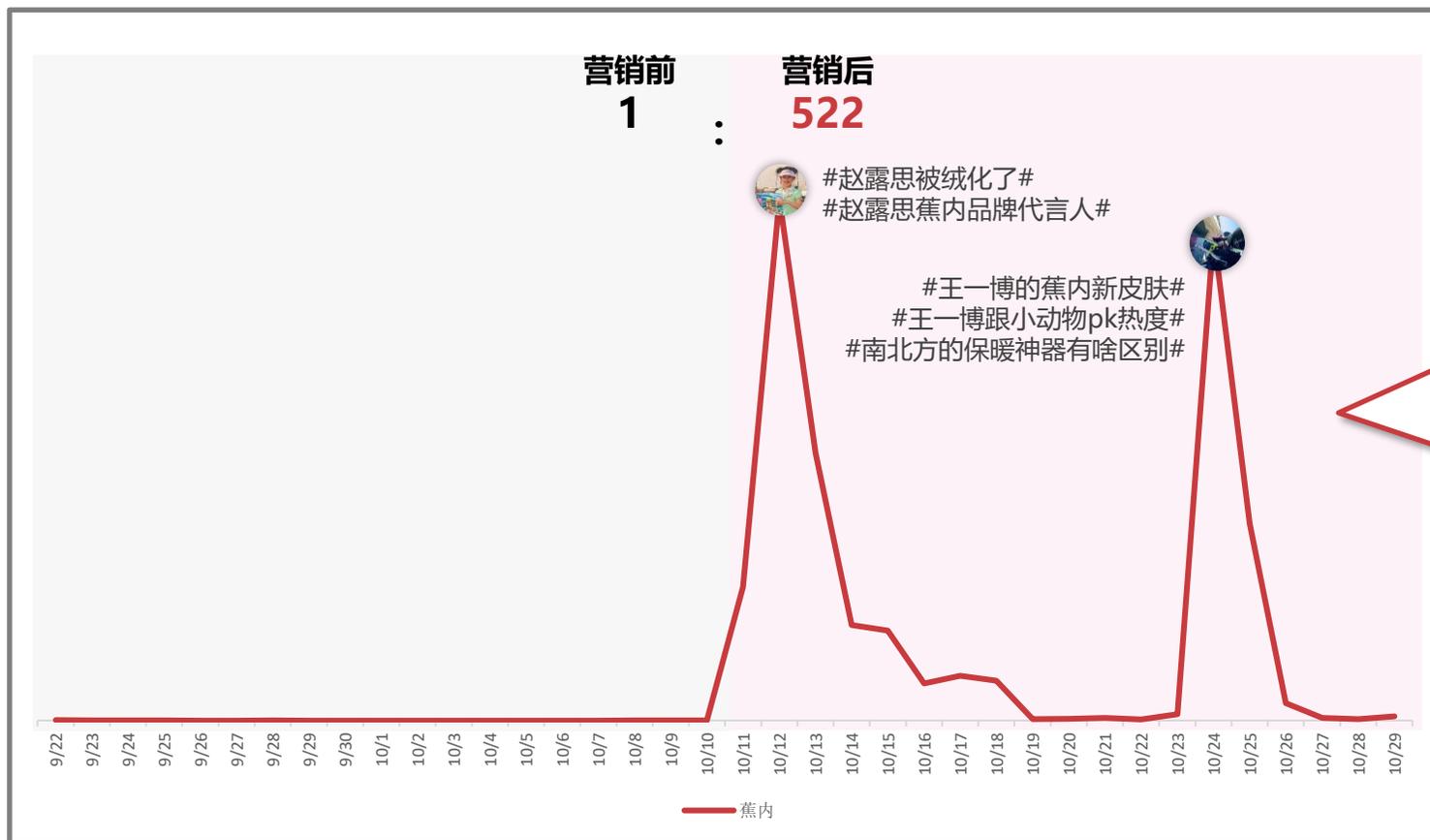
除了设计品质和功能性，蕉内热皮产品还具有其他打动人心的地方。例如，它们强调环保和可持续发展，采用环保材料和生产工艺，关注生态保护。此外，品牌还注重用户的体验和反馈，不断改进和

从采用环保材料和生产工艺表达品牌的好感

1. 热度引爆

明星代言官宣&热皮新品发布营造蕉内过冬热点氛围，营销后品牌声量显著提升

- 10月赵露思明星官宣&热皮新品发布营销后声量提升显著，声量为营销前的**522倍**
- 明星官宣TVC和新品明星短片等创意内容有效辐射星粉热议，引发更广泛人群关注和兴趣



品牌发布全新蕉内热皮保暖衣，代言人王一博创意短片引发星粉发酵和全网热议，营造“人过冬，有热皮”的氛围



2.2 心智霸占-品类认知

蕉内借势王一博发布热皮保暖衣新品抢占用户认知，推动蕉内品牌占据【保暖衣】品类势能高位

- 全新蕉内热皮保暖衣发布后，在【保暖衣】品类中蕉内提及度显著提高，**排名第一**
- 热皮新品营销中**王一博**、**小动物**等内容在【保暖衣】品类热议中凸显，有效借势明星营销影响品类用户心智

营销前【保暖衣】词云分析



营销后【保暖衣】词云分析



+5.2%

讨论词频同比增长

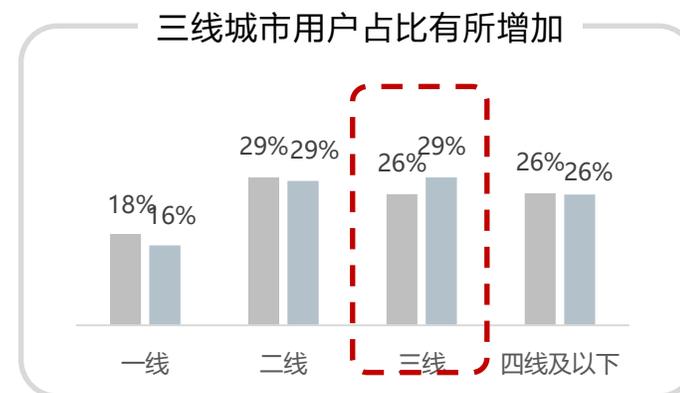
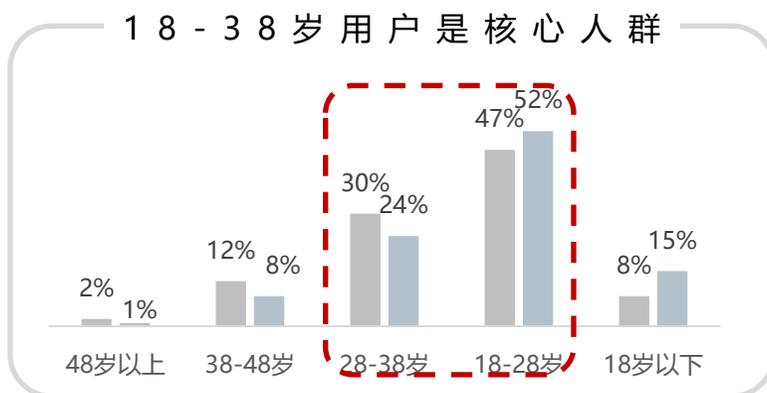
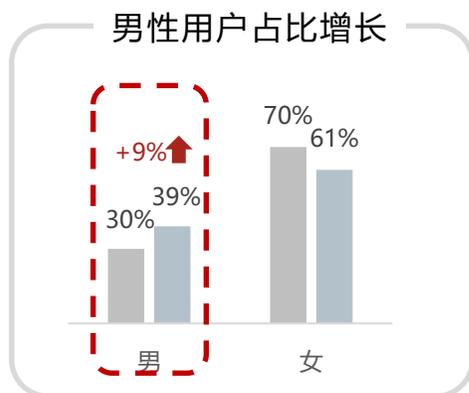
明星相关 0%	无	明星相关 8%	↑ 王一博、UNIQ、代言、wyb
产品卖点20%	保暖、无痕、面料、蚕丝、加厚、纯棉	产品卖点24%	↑ 保暖、舒适、面料、无痕、设计、羊毛
用户评价 2%	推荐、好物、喜欢	用户评价 5%	↑ 推荐、同款、种草、暖和、喜欢、好看
蕉内品牌相关1%	蕉内	蕉内品牌相关10%	↑ 蕉内、Bananain、bananain、小动物
「保暖衣」品类品牌排名	Top1 骆驼 Top2 kissy Top3 猫人 Top4 芬腾 Top5 蕉下	「保暖衣」品类品牌排名	Top1 蕉内 Top2 骆驼 Top3 都市丽人 Top4 猫人 Top5 有棵树

3 价值圈粉

营销有效推动蕉内兴趣人群扩容，兴趣人群以18-38岁为主，进一步渗透娱乐/剧综/时尚等圈层

【营销前后蕉内品牌兴趣人群画像对比】

■ 营销前蕉内兴趣人群 ■ 营销后蕉内兴趣人群



【蕉内品牌兴趣用户】

较营销前同比扩容

3007.11%

