

伊利畅轻 《怦然心动20岁3》 开启青春营销新纪元

- **品牌名称:** 畅轻
- **所属行业:** 乳制品
- **执行时间:** 2023.05.24-07.26
- **参选类别:** IP营销类

结案视频

https://v.youku.com/v_show/id_XNjM0MTkyOTYzMg==.html



伊利畅轻 × 《怦然心动20岁3》 开启青春营销新纪元

豆瓣评分 **8.4**

2023上半年全网TOP3

50%+

饿了么小蓝盒带动
GMV同比增长

30家

天猫 校园拓展
铺货门店量

380w+

校内快闪、毕业歌会等活动
覆盖86所高校大学生人数



洞察
Insight

随着酸奶市场高端化、健康化趋势，伊利畅轻推出0蔗糖和蛋白时光两款产品。面对年轻人群，通过优质青春内容激发年轻情感共鸣，让“这一刻，享畅轻”品牌理念深入人心。



挑战
Challenge

内容营销不止局限在节目内，更应该跳出传统植入模式，打破内容边界，把节目流量真正带到品牌生意场，与消费者建立深度链接达成品牌认同，从而探索出品牌冠名营销新方式。



创造
Create

以品质青春综N代内容为核，全周期打造青春营销大事件，持续点燃粉丝热情。并且依托IP深度打通年轻购买渠道，电商场、新零售场、校园场深度联动，助力产品爆发式增长。



表现
Performance

畅轻作为独家冠名商，全程陪伴少年们的青春旅程。双代言模式，带动高质高粘性年轻粉丝关注。全周期打造多类型营销活动，并整合电商、饿了么、天猫校园多渠道实现品效双赢。



畅轻独家冠名的青春旅行类社交真人秀《怦然心动20岁》第三季，携0蔗糖和蛋白时光两款产品全程陪伴少年们度过这次青春重启之旅。节目内外全场景多维度助力品牌深度对话年轻人，让“这一刻，享畅轻”品牌理念深入人心



1、青春内容有热度：全场景极致覆盖引爆产品声量

深入“春日校友会”观察室与“春日3班”的旅行，联动嘉宾多场景多频次地实现产品曝光，伴随着节目播出，将畅轻品牌理念深度传递。

2、青春事件有话题：全周期品牌营销大事件，持续点燃粉丝热情

畅轻与《怦然3》也在冠名中实现品牌和节目的相互赋能。通过首播媒体看片会、优酷有为校园行、头部娱乐媒体专访、收官怦友见面会等活动多维联动嘉宾与媒体助推畅轻热度，实现站内外的有效传播，进一步展现了畅轻整合营销的强劲实力。

3、青春渠道有转化：渠道合作突破创新，从怦然心动到实际行动

深度打通年轻购买渠道，电商场、新零售场、校园场深度联动，助力产品爆发式增长

- **目标1、新口味&新品上市快速打开市场认知**
- 借助综N代IP势能快速打开新品市场，达成品牌及产品的短期曝光峰值；
- **目标2、心智构建**
- 面向年轻消费群体，以青春共鸣话题实现年轻用户对于品牌的价值认同；
- **目标3、渠道拓展**
- 拓宽更多购买渠道，带来营销增量，以IP撬动生态营销新机会，帮助品牌达成品效双增长。

以超优质青春IP助推声量爆发 开启青春营销新纪元!

青春内容有热度

以内容为核深度共创，全维极致覆盖引爆产品声量

定制化 | 品牌视觉深度融合，透传活力健康理念



联合logo首次融入品牌色



定制畅轻品牌墙融入观察室及合宿空间

仪式感 | 融入核心环节，畅轻见证心动每一刻



心动留言环节深度融合，畅轻成为重要道具

答录机留言区首次沉浸式融入

全景式 | 恋综最大尺度露出，畅轻记忆度拉满



约会场景首开商业化
构建运动、自然等产品联想

明星&嘉宾全员下场安利畅轻
自发饮用持续传递卖点

青春营销有话题

全周期多触点事件营销，持续点燃粉丝热情



智性学长
蒲熠星

话题女王
易梦玲



节目内植入配合

ID录制/社交传播 线下活动空降

全周期 | 双艺人短代合作，玩转粉丝经济

预热期 | 青春开播高能预热
热播期 | 畅轻进校园大事件
收官期 | 娱乐专访引爆话题



传媒大学50+媒体见面会
期待值拉满



阿蒲学长携人气嘉宾
空降南农校园送畅轻



头部娱乐媒体“会火”专访
品牌互动环节花式种草

#南农偶遇蒲熠星#微博主榜TOP29

嘉宾专访视频播放量520万+

青春渠道有转化

深度打通年轻购买渠道，畅轻新品高效促转



电商场

核心资源打爆新



曝光4***w

低温会场

覆盖行业潜客

小黑盒

高效拉新尝鲜人群

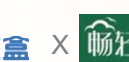
IP同款购物车

618潜客触达



新零售

以联名周边加速拓渠



曝光1.*亿

定制拍立得联名周边，定格怦然青春每一刻

GMV+5**%



校园场

年轻校园人群精准触达



30+门店铺货

快闪期销量+9**%



曝光1*w

派发新品7**

包店+快闪活动
与年轻人玩在一起

中石油大学毕业歌舞会
搅动人群强关注

青春内容

核心环节：答录机仪式感环节深度共创，畅轻极致化抢占心智

观察室全环节贯穿 竞猜时刻享畅轻

定制畅轻神秘任务环节，明星高度卷入畅轻全场吸睛



>> 包框+口播抢占注意力高点

品牌场景/品牌道具持续曝光 <<



>> 双口味决定嘉宾分组深度融合

观察室嘉宾全员自然饮用种草 <<



民宿小屋全场景融入 心动时刻享畅轻

首次开放深度商业化合作，打造最强青春氛围

深圳



答录机留言区



海滩答录机留言区

丽江



答录机留言区

大理



答录机留言区

品牌抱枕

摆台

联合 logo灯牌

畅轻 logo牌



青春内容

全场景营销：关联超多场景深度种草，塑造立体化品牌形象

日常饮用场景

全部艺人&嘉宾时刻享畅轻



纯净自然场景

以荒野之国为背，透传低碳环保理念



丽江·咖啡馆&荒野之国

活力运动场景

关联运动场景，唤醒活力美味健康

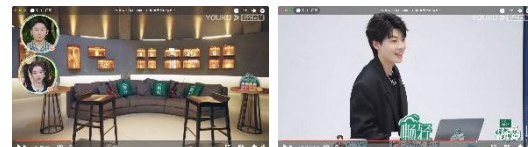


深圳·篮球场

深圳·游戏社

都市约会场景

融入现代约会场景，展现品牌高端格调



深圳·小提琴课

深圳·编程课



深圳·天台1

深圳·天台2

生态体验场景

畅轻融入绝美自然风光，享受每一刻轻松



大理·藏族民俗体验村

大理·苗族民俗体验村

大理·哈尼族民俗体验村



大理·男生秘密基地

大理·女生秘密基地

大理·喜洲麦田

青春营销

双艺人短代：智性学长&甜系御姐全周期配合，激活多圈粉粉丝势能

畅轻品牌大使

蒲熠星

畅轻品牌大使

易梦玲

综艺首秀自带话题

甜美心动自然甜

智性恋天花板

忠实高知高消粉丝群

节目内植入配合&随时饮用，自然种草享美味



节目内产品使用配合

线下活动惊喜空降，与学生共振感受怦然心动



校园行蒲熠星作为品牌大使现场热烈互动

明星ID/社交传播，以明星号召力带动品牌影响力



明星ID多渠道传播

明星社交场宣推

青春营销

全周期营销事件共创：与年轻潜客深度沟通，持续传播品牌力

青春开播

中国传媒大学首播媒体见面会



节目主创齐聚，现场邀请**50+媒体**，**100+在校学生**共饮畅轻酸奶

青春共饮

畅轻进校园，阿蒲学长请你喝畅轻



线下活动落地南京农业大学，联动节目嘉宾与同学亲密互动，线下触达学生**1000+**，**#南农偶遇蒲熠星#** 微博主榜TOP29

青春感悟

“京仁的美貌”畅轻独家专访



联动头部娱乐媒体会火，邀请人气嘉宾进行畅轻专访，视频播放量**520万+**，**20+**大号传播专访

青春渠道

电商场：电商资源组合拳，全周期跨圈层渗透人群

初期

乳制品行业潜客精准覆盖

中期

新品尝鲜人群高效拉新

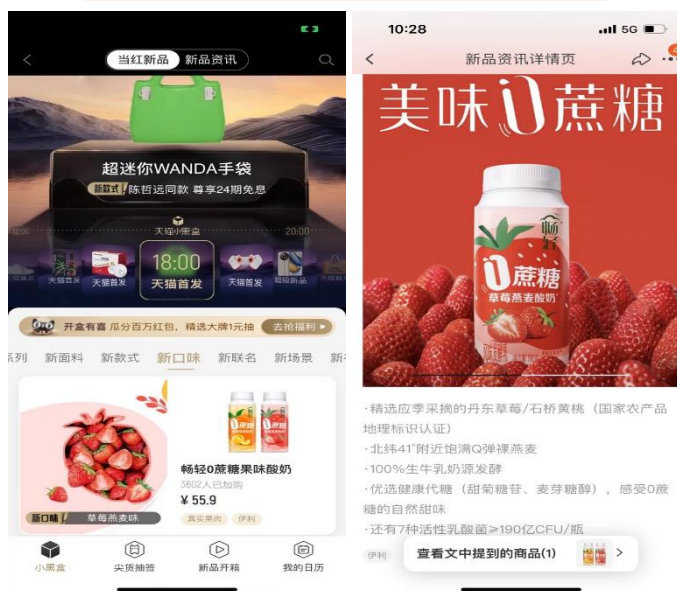
尾期

618节点泛消费人群触达

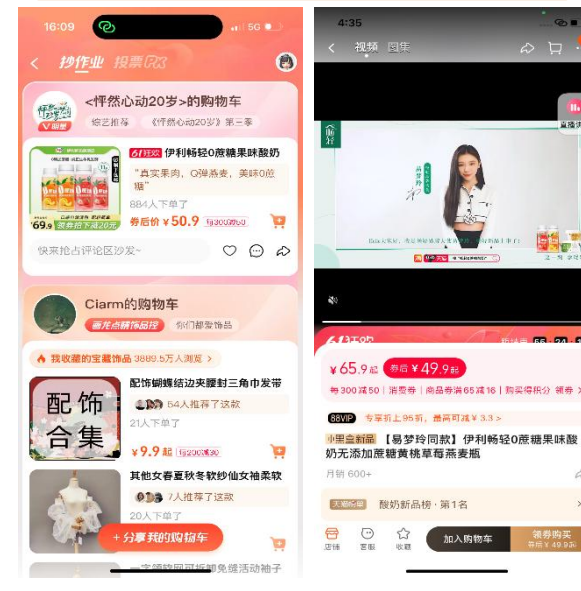
低温行业会场坑位



小黑盒趋势频道



IP同款购物车



青春渠道

新零售场：联手饿了么小蓝盒定制联名周边，带动GMV显著提升



「定格怦然青春每一刻」

上饿了么放心点，怦然时刻准时达

活动背景：畅轻搭载独家冠名的优酷热综《怦然心动20岁3》，以全新上市的畅轻0蔗糖酸奶登录饿了么小蓝盒，在这个独一无二的夏天一同记录青春怦然时刻！

活动规则：上饿了么购买畅轻0蔗糖酸奶有机会获得品牌x小蓝盒联名周边拍立得



YOUKU 节目内释放活动信息建立渠道心智

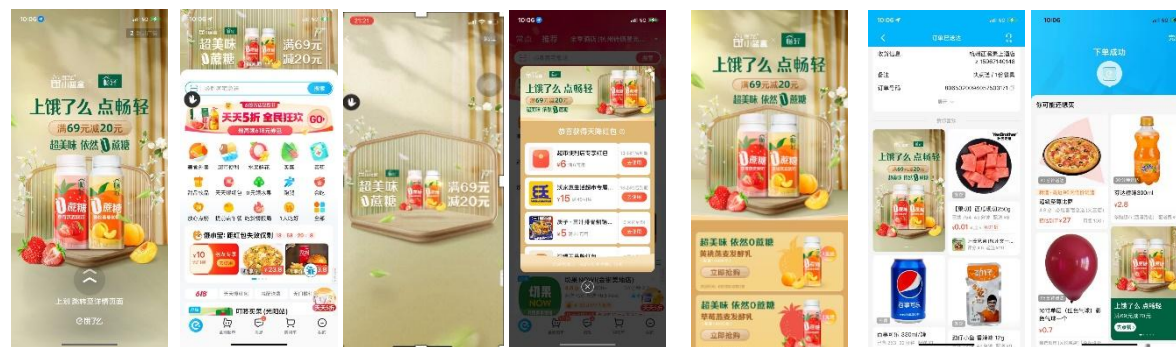


压屏条

定制口播

跑马灯

饿了么 购买全路径巨额流量加持，高效促转



开机图

聚光灯

下拉二楼

天降红包

活动会场

购后猜你喜欢

购后下单页

累计曝光PV **1.*亿**

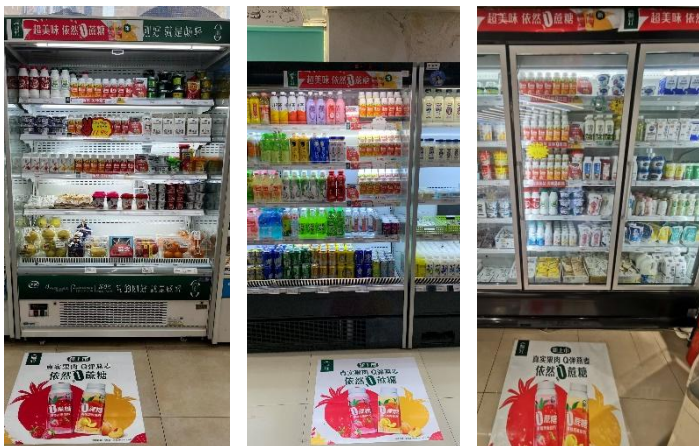
GMV周同比增长 **5*%**

青春渠道

校园场：畅轻进校园，击穿校园人群心智激活学生购买热情

校内铺货

深入校内生活，全面铺货承接转化



0蔗糖新品**新增30家校园渠道**

校内快闪

复刻节目同款活动，与学生玩在一起



清华大学等高校打造主题门店及快闪活动，中国石油大学打造毕业生歌舞会，搅动**10w+**学生关注

校内曝光

覆盖校园生活多场景，击穿学生人群



校内电子屏覆盖**86所**高校，覆盖学生**380W+**

案例分析

• 节目热度:

节目累计收获全网热搜**1623个**，全网话题阅读量超**100亿**，优酷站内热度峰值破9500，豆瓣开分高达**8.4!** 亮眼的表现不仅超越往季，更是在云合、灯塔、骨朵等第三方权威榜单上300+次登顶TOP1，超越同类型赛道综艺节目。多家媒体助阵，与畅轻一起见证少年们的成长，点赞节目的青春力量。

• 事件影响:

“畅轻x怦然x优酷有为校园行”线下触达千余大学生人群，话题词#南农偶遇蒲熠星#微博主榜**TOP29**；“京仁的美貌”专访视频播放量超**500万**，话题阅读量超**4700万**。

• 生意增长:

电商全周期曝光超**4000万**；饿了么小蓝盒资源累计曝光超1亿，GMV同比增长超**50%**；天猫校园帮助新品铺货进驻全国**30家**校园门店，**86所**高校超380万大学生精准覆盖。

- 用户心智:

结合调研数据，畅轻高频种草，有效传递0蔗糖、营养等卖点。

《怦然3》X畅轻相关舆情热词

