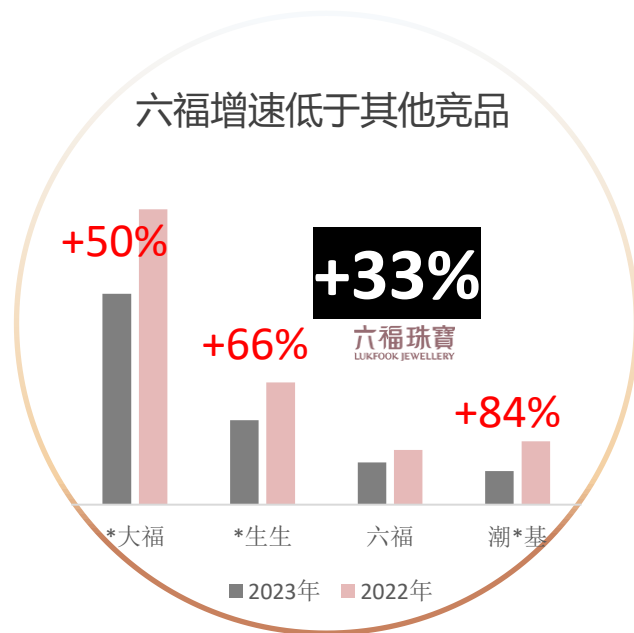


六福，一张牌打破“剧火了，产品扑街”魔咒

- **品牌名称：**六福珠宝
- **所属行业：**珠宝黄金
- **执行时间：**2023.11.21-2024.02.10
- **参选类别：**明星/达人营销类

六福，曾贵为香港四大珠宝品牌之一，如今却遇热度危机

前有豺狼后有虎



“妈妈辈才买六福”



品牌家喻户晓
产品鲜为人知



当红花旦代言，这一次六福势要拿回失去的一切！可...



「成」也“明星”，「败」也“明星”

电视剧剧情引热议
代言人产品无人在意

今天也是为汪小姐
流泪的一天！！

糖糖好美
我爱了！！！！

明星粉丝固然庞大
路人却是更重要的基本盘

化明星热度为产品热度，实现「声量-销量-用户」triple kill

声量

品牌热度拉升
产品心智植入

销量

大单品打造
链接线下生意

用户

品牌形象焕新
找到潜在优质新用户

借力代言人爆剧上映，聚焦产品种草让六福「名利双收」

品牌上「星」

产品上「心」

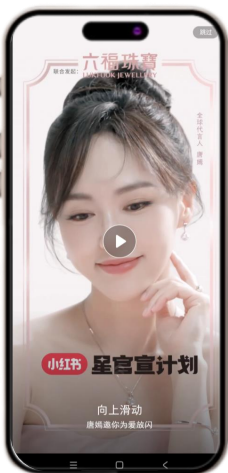
人群上「新」

从粉丝到路人都卷入的明星官宣

品牌官宣

互动激励

IP阵地

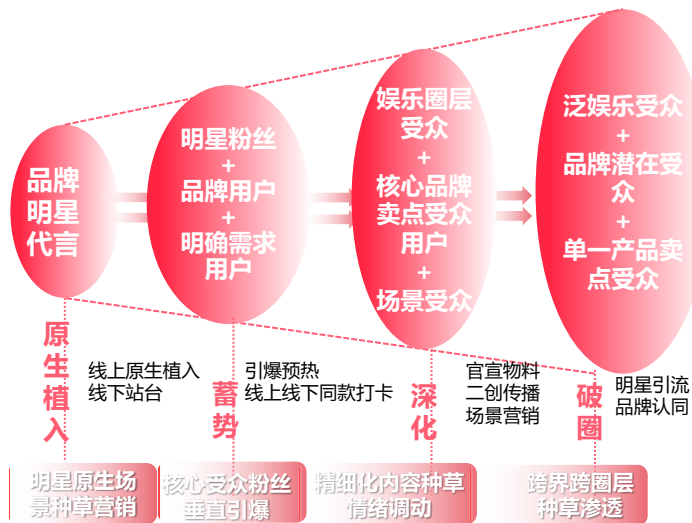


讨论剧情，更要关注产品

#爱在繁花放闪时#



人群破圈传播，强势拉新



一场走心的明星官宣，真正激发「粉丝」热情



小红书营销IP《星官宣计划》
最大程度触达用户

沉浸感内容激发粉丝热情
六福爱的礼物告白卖点融入其中



线上多入口引流活动阵地



线下达人天团打卡反哺线上



第一视角「手写信」短片



代入视角「生日礼」短片



片场日记vlog



福利问答大放松

一次借力打力的单品种草，化《繁花》热度为产品热度

#爱在繁花放闪时#



三大机制激发用户讨论热情

官号互动



笔记发布激励



品牌搜索激励



一盘精细耕耘的人群大棋，让六福破圈传播人群焕新

品牌粉丝

明星粉丝

剧集粉丝

策略：借明星唤起关注

策略：聚焦同款深度种草

策略：剧中名场面再创作



「爱很美」系列



“六福新品”



“唐嫣同款”



“你是钻石你晓得吗”

人群破圈

一种全新的营销模式，让线上导购与线下用户双向奔赴

Step.01



导购发布笔记

Step.02



品牌精选笔记

Step.03

信息流

搜索

品牌人群

品牌相关词
产品词

钻戒品类人群
明星粉丝人群

品类词

婚嫁场景人群
剧集讨论人群

场景词

圈选人群投放

Step.04



用户咨询购买

打破「知人不知品」的明星营销魔咒，六福一战定江山



「品牌搜索」环比提升 **67%**

#爱在繁花放闪时#成为六福全年热搜top词



爱很美系列线下咨询量暴涨**60%+**

单品搜索热度暴涨，留言咨询求购不断

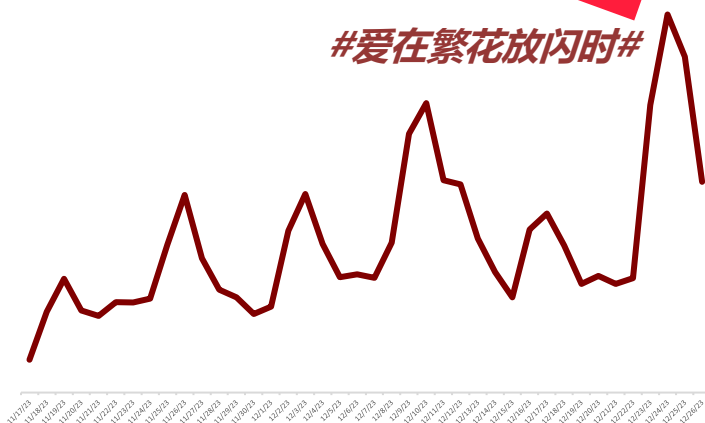


小红书平台共计**1亿+**次曝光

UGC笔记发布量**3.4w+**

全年TOP20热搜词

#爱在繁花放闪时#



+260%
单品搜索同比

时光。 这款怎么卖? **“怎么卖?”** 1

Kwang 项链好漂亮啊, 多少分啊 2023-12-09 回复 **“多少分?”** 20

图二 呢只几多分? 2023-11-06 回复 **“多少分?”**

小红书薯 623D81D9 图二价位多少 3天前 辽宁 回复 **“什么价格?”**

吴慧萍 求踢 41分钟前 江苏 回复 **“什么价格?”**



对品牌的价值

产品热度
一飞冲天

“爱很美”系列成为品牌大爆品
摆脱官宣后「知人不知品」困境

对行业的价值

同类场景
打法复用

明星营销新模式
提供品牌营销借鉴