

几素&黄油小熊IP联名

- **品牌名称:** 几素
- **所属行业:** 家电类
- **执行时间:** 2024.10.21-2024.11.30
- **参选类别:** IP营销类



背景：

- 黄油小熊IP，2024年中国游客在泰国旅游时拍摄黄油小熊跳舞视频，发布网上后在国内爆火，最先引爆的阵地为小红书，从而引发潮玩党、二次元爱好者等自发二创短视频及表情包UGC内容密集曝光，吸引小红书上众多女性群体的热爱追捧，黄油小熊提供了一种精神上的慰藉与治愈的情绪价值称为“情绪布洛芬”



1、IP设计：乖巧可爱软萌

- 圆嘟嘟的脸蛋、红扑扑的鼻子和标志性的蓝白色围裙以及分开手指的玩偶服设计，都构成了一个极具灵动亲切且有辨识度的形象，狙击大部分人审美。

2、动作的趣味互动性

- 跳舞、扭屁股、比耶、滑动、掀衣服等动作，互动感强，网络聊天适用场景广，能加速表情包的传播。

3、多样化的装扮和道具

- 围裙、连衣裙、T恤、旗袍、校服、天使装、头巾、扇子等多样化装扮给人们带来新鲜感，满足女生换装的情感特点。

4、CP性别反串

- 可爱黄油小熊VS癫公紫色河马
- 男女反串的反差感角色设定，成功吸引网友们的关注并增加话题性，实现了热度和流量的双爆火。

5、IP拟人化互动，情绪价值拉满

- 用贴贴、亲亲、抱抱、飞吻、比耶、比心等传递温暖和友好的动作吸引前来打卡的游客，并配合到店打卡的游客合照营业，最大化的提供治愈的情绪价值

性别分布

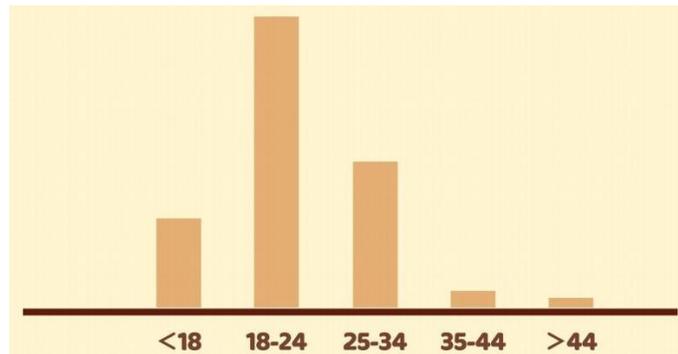


女性

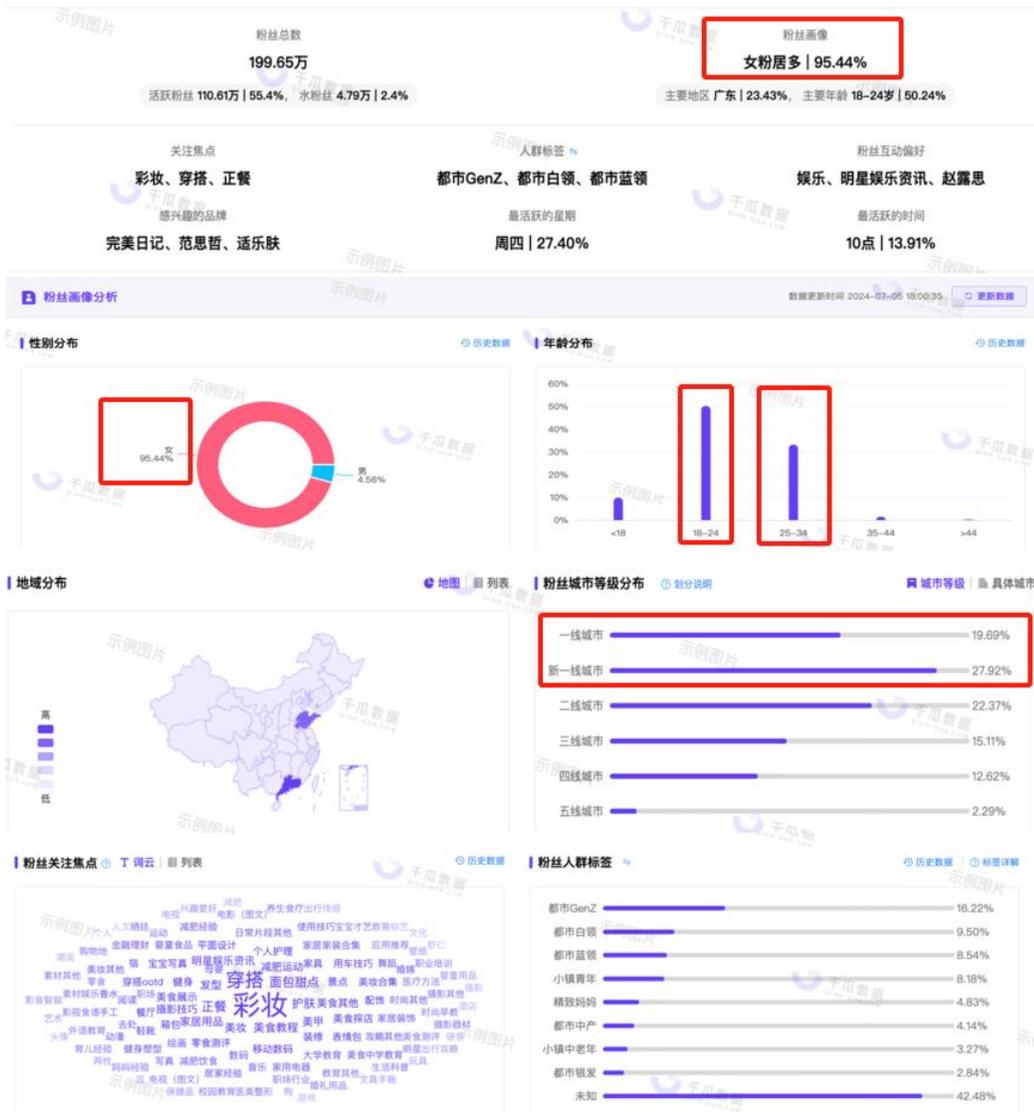


男性

年龄分布



小红书账号关注者中超9成用户为女性，受到18-34岁年轻消费主力群体的喜爱。



(数据来源为千瓜后台数据)

- **购买人群**：18-35岁占比56.25%，女性占比63.14%，人群标签：数码达人，吃货，养生专家，时尚穿搭等
黄油小熊与几素暖手袋的受众同为18-35岁的年轻女性，她们悦己自信、时尚有品位、关注健康、技术适应性强，通常正处于个人成长、职业发展的关键阶段。
- 黄油小熊深受18-34岁女性喜欢，从小红书关注粉丝画像显示90%为女性用户，受到18-34岁年轻消费群体喜爱。

目标：以黄油小熊IP联名款的暖手袋作为秋冬好物，带动几素全系秋冬产品的双十一销售，前期大曝光引爆新品话题热度，后续强种草收割大促节点话题流量，输出几素×黄油小熊相关话题页，沉淀IP粉流量持续为品牌声量赋能

三大目标

声量爆破

联名新品上线
触达黄油小熊IP受众人群
和暖手袋品类消费人群
快速打响品牌和品类声量

高频占位

快速打造爆文矩阵
定向抢占黄油小熊IP
延伸搜索关键词
品类关键词占位

心智渗透

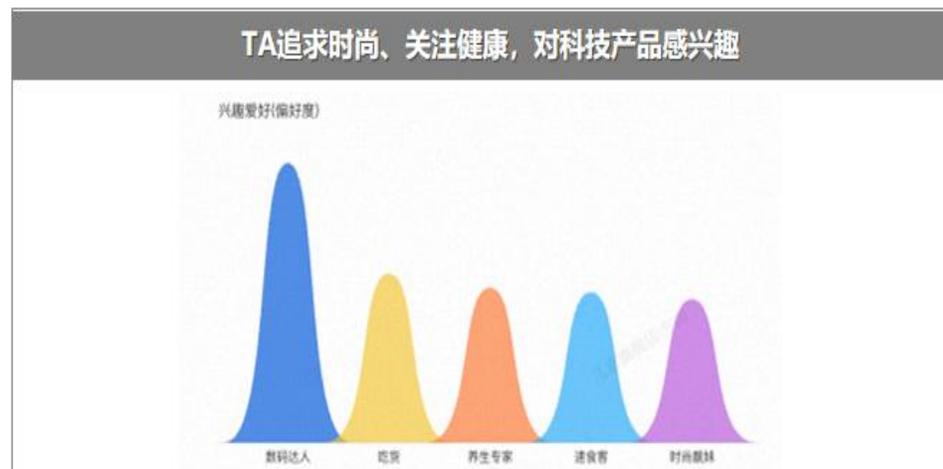
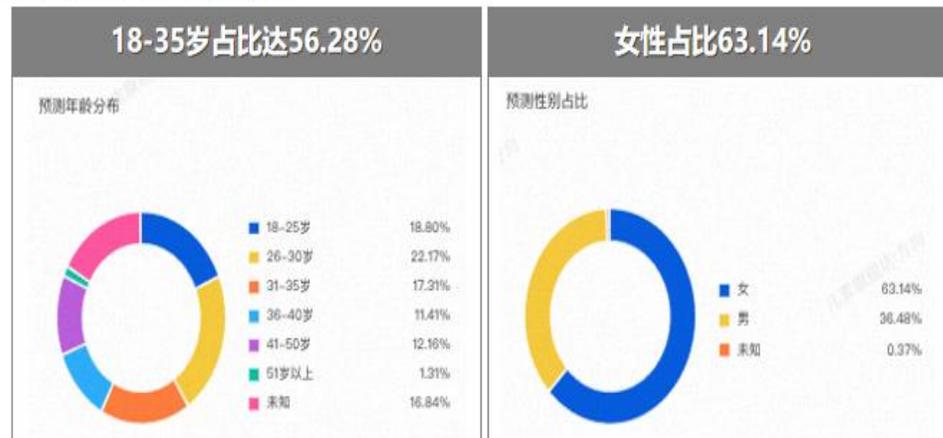
通过强曝光+定向转化内容
聚焦渗透几素黄油小熊暖手袋
「高颜值实用好物」产品心智

提炼本案的策略及创意亮点

策略（描述市场洞察能力）：

- 品牌人群与黄油小熊IP双方重叠人群画像分析，18-34岁在一线/新一线城市的95后/00后女生为主，集中在广东/浙江/四川/江苏/上海/北京等一线新一线城市，她们喜欢变美打扮/穿搭游玩/潮玩二次元等，也喜欢流行的有趣的生活攻略和手工
- 传播受众人群策略：IP粉丝人群核心打透，延伸渗透品类人群口碑种草，辐射触达节点人群拦截收割。
- 人群标签：时尚潮人，二次元萌妹，潮玩选手，学生党，精致白领，恋爱情侣等
- 人群内容策略：热点引爆+心智种草+大促收割，三段式内容快速渗透精准人群打爆品
- ①高价值人群黄油小熊IP人群，切轻松娱乐化内容，打爆新品传播热度。
- ②高潜人群品牌人群 / 品类人群 / 流行潮玩人群，切情绪场景化内容，打爆新品口碑心智。
- ③泛人群，情侣送礼人群 / 双11大促人群，切情绪场景化内容，拦截节点流量促收割

云·暖手袋·羽绒款



创意 (描述创意创新能力)

- ☑ 才艺达人-舞蹈合拍：黄油小熊跳舞直创意（描述创意创新能力）：拍热度最高，几素首个发起与黄油小熊舞蹈合拍的创作视频，提供模板，让IP粉丝们一起跳起来。给IP粉丝种草户外低温场景保暖好物。
- ☑ 内容结构:【热点资讯】+【舞蹈合拍】+【场景安利】



融化在金灿灿的秋天里啦 🍂👧🐻
小小潜水艇 2033

(创意舞蹈合拍合作案例)

- ☑ 手工达人-DIY玩偶服：黄油小熊最新联名产品暖手袋DIY，给IP粉丝种草冬日暖手好物，为“宝宝”DIY衣服，还原网络热门造型，又好看又好用，还有收藏价值。
- ☑ 内容结构:【联名资讯】+【产品展示】+【衣服制作】+【上新导购】



diy巨型圣诞小熊 🎄 大熊窝也太好躺啦!!
可可妈咪呀 938

(DIY制作创意合作案例)

- ☑ 创意暖手袋发布会K-TVC：才艺舞蹈博主，翻跳黄油小熊舞+达人自创排舞，KOL-TVC既视感创意新品发布会视频植入产品种草，以轻松的正式感炸出IP联名款上新。
- ☑ 内容结构:【场景引入】+【创意舞蹈演绎】+【产品亮点展示】+【产品体验分享】



也是拍上阿雅的《搓冰进行曲》了
林吉祥 1307

(KOL-TVC创意合作案例)

- ☑ 发布会-时尚走秀：时尚穿搭博主/职场博主/学生博主/搞笑博主，以日常场景和接地气的方式演绎本来很正经的新品发布会，通过轻松，趣味和幽默玩梗的段子介绍IP联名款新品上市



5套 🐻 黄油小熊穿搭*这样穿好rua又保暖~
奇迹溜溜牙 983

(时尚走秀合作案例)

1、造势期

- 以路透营销吸引用户关注，通过IP演绎打工人的过冬烦恼（传统暖手袋的痛点）第三方路透黄油小熊联名物料
- 达人投放：IP站姐类 | 周边咨询类 | 开箱测评类 | KOC
- 内容：1. 资讯上新（价格、上线时间、上新平台、上新周边详细等）2. 视频开箱 3. 美图展示（暖手袋和周边）4. 联名事件扩散



（资讯上新）



啊啊啊好可爱！！收到这礼物真的会爆炸开心！！

kiyocattt

3128

（视频开箱）



冬日穿搭秘诀是大幅色彩+小小点缀

脆脆甜甜掉牙-

5636

（美图展示）

2、爆发期

- 几素官方发布《小熊打工 从绒过冬》主题片回应黄油小熊的过冬烦恼，正式开售联名礼盒,多平台展示联名产品及周边、释放周边二创内容，刺激粉丝的购买欲望。
- IP二创打爆热度，达人响应官方活动互动，发布黄油小熊舞翻拍挑战赛，黄油小熊公仔手工DIY二创等内容
- IP强种草促收割：达人配合双11大促节点，贴合人群场景强种草，评论区带购买指引和利益点。
- 话题页沉淀热度：打造官方话题页，沉淀内容热度和资产

3、收割期

- 配合前期投放，定向收割消费用户，借话题热度与大促节点配合利益机制收割，定向收割几素黄油小熊联名暖手袋产品搜索人群、品类需求人群 以及节点购物、送礼等强购买需求人群 沉浸式体验开箱、购物指南、真实使用反馈等内容，定向投放转化
- **(小红书直客数据)**



(图为爆文截图)

① 品牌曝光与知名度提升

- 通过与黄油小熊这一泰国顶流IP的联名，几素暖手袋在短时间内获得了大量的曝光和关注。与黄油小熊的联名合作，使得几素暖手袋能够借助黄油小熊的影响力，快速提高品牌知名度和曝光率，根据百度指数和微信指数和巨量算数综合指数来看联名款上市期间均有较高的曝光量，品牌搜索增长500%，传播增长209%。

② 产品销量与市场份额增长

- 几素暖手袋与黄油小熊的联名在双十一期间抢先够售卖4小时店铺GMV同比增长超过60%。联名产品往往能够激发消费者的购买欲望，从而带动品牌销量的增长。凭借其独特的设计和优秀的保暖性能，再加上黄油小熊的加持，吸引了大量消费者的关注和购买。这不仅带动了几素暖手袋的销量增长，还进一步提升了其市场份额。几素联名款从上市到售罄仅用了1个月，极大的鼓舞了供应链和市场团队的士气。



产品类型	sov最小值	sov最大值	soc最大值	排名最大值	排名最小值
暖手袋	56.89%	62.87%	 70.12%	77.50%	1
黄油小熊	4.14%	4.58%	3.46%	3.83%	2

多元化场景+精细化内容瀑布流

精研洞察用户需求及平台流量趋势，不局限于手持种草的单一场景，通过七大不同使用场景及创意破圈的差异化内容唤醒用户冬季及送礼刚性需求同时借助黄油小熊IP衍生品势能，打造一系列仿真实爆文瀑布流，用场景杠杆撬动超级曝光

仅用38天低成本实现千万级曝光，引爆话题热度，成功打造小红书社区爆款氛围



K-TVC
x洗脑神曲



热门舞蹈合拍
x和黄油小熊共舞



手工创意DIY
x暖手袋个性配饰



单品开箱
x秋冬实用萌物



场景种草
x冬日暖心好物

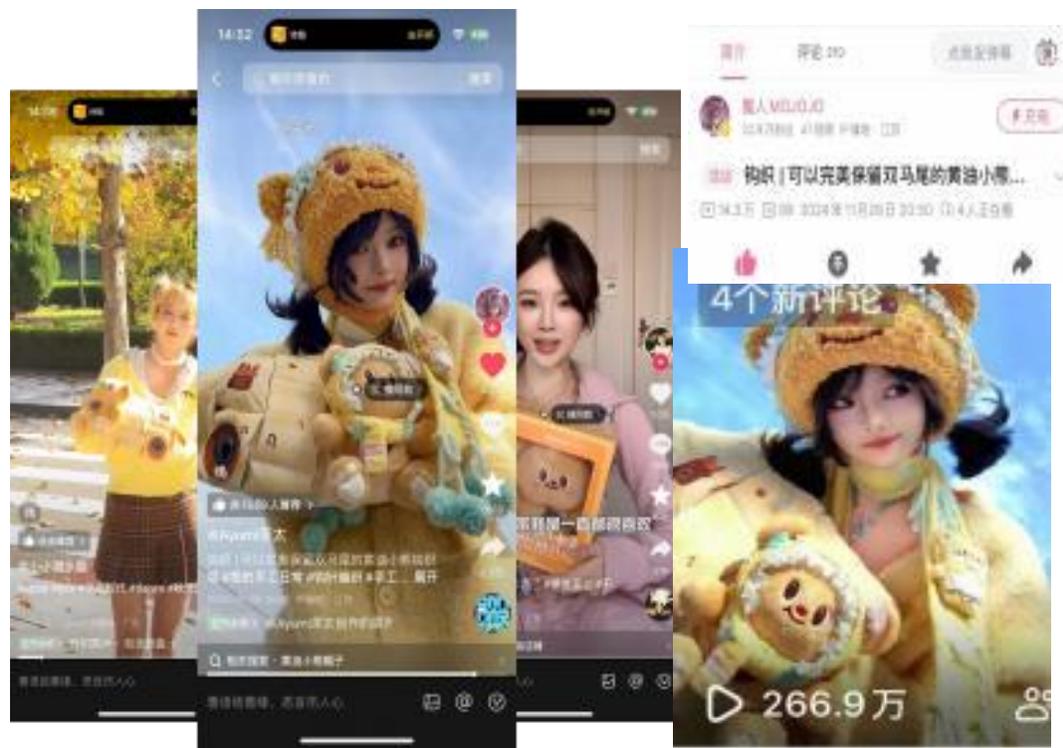


购物分享
x冬日必买好物



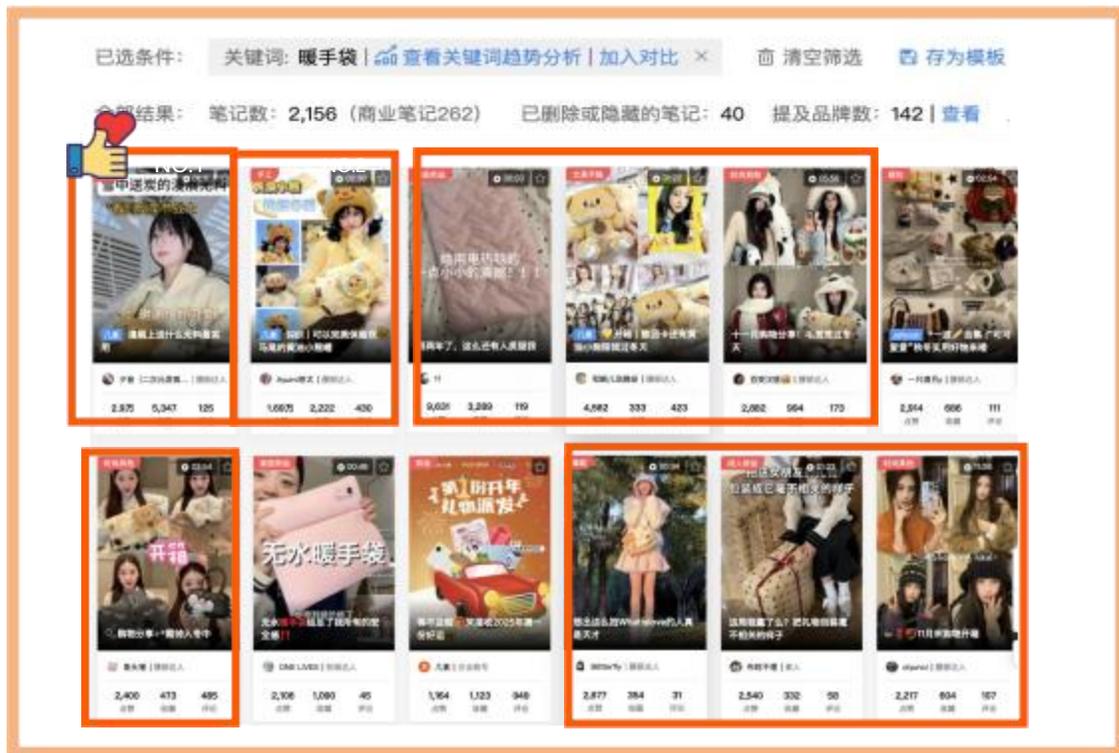
黄油小熊穿搭走秀
x拍照搭配神器

10位KOL转载至抖音跨平台视频播放量超300w+
品牌声量&影响力持续裂变扩散
合作达人多平台分发笔记深度触达达人原有粉丝群



10位KOL分发至抖音&B站
总播放量破300w+ 帮助品牌跨平台裂变

高互动笔记跻身精准关键词，互动榜单占位率最高达72%



在关键词#暖手袋#近1个月共2,156条笔记，提及品牌数142个，其中互动榜单前12名中【几素黄油小熊暖手袋】共占据9篇，其中TOP1&TOP2均为本品牌笔记

互动排行榜占位率高达72%，超越99%同行



在关键词#黄油小熊联名#近1个月共430条笔记，提及品牌数137个，其中互动榜单前12名中【几素黄油小熊暖手袋】共占据8篇，其中TOP1&TOP2均为本品牌笔记

互动排行榜占位率达67%，超越99%同行

互动 > 1000 KOL爆文率高达 **80%**

其中自然流爆文率达 **53%**，可节约大量商流投放预算以此 **放大爆文体量**

爆文瀑布流强势占领暖手袋及IP流量池，为品牌声量赋能



五周年重返龙兴!! 演唱会保姆级攻略请看完

十根男宝妈 1067



啊啊啊好可爱!! 收到这礼物真的会爆炸开心!!

kiyocattt 312



公主! 欢迎光临👑👑👑小个子的彩色衣橱~

睡睡矮星人 6371



漫展上送什么无料最实用?

夕音(二次元... 2.9万



钩织 | 可以完美保留双马尾的黄油小熊帽

Ayumi茶太 1.7万



告白手势舞❤️和可爱黄油小熊一起跳~

幸福人生1号 4689



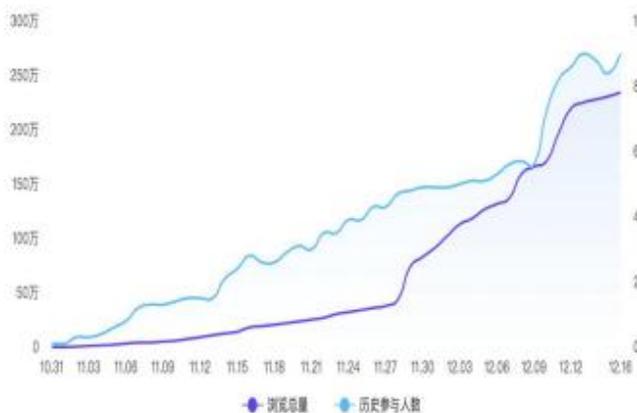
Bitterfly 2695

专属几素x黄油小熊话题页，90篇笔记创238万话题浏览量

黄油小熊贴贴温暖

237.5万浏览 6376讨论

话题数据趋势 (近180天)



已收藏

黄油小熊贴贴温暖

237.5万浏览 6376讨论

笔记 90

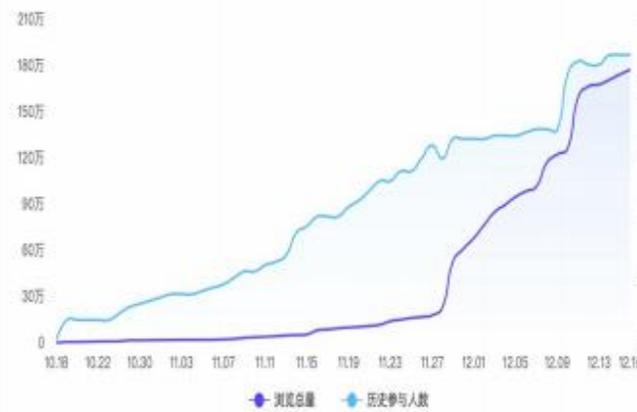
最热 最新



黄油小熊从绒过冬

179.8万浏览 1.0万讨论

话题数据趋势 (近180天)



收藏

黄油小熊从绒过冬

179.8万浏览 1.0万讨论

笔记 87

最热 最新



专属自创几素x黄油小熊相关话题页

#黄油小熊贴贴温暖#实现237.5w话题浏览量

#黄油小熊从绒过冬#实现179.8w话题浏览量 (该话题由于话题数量限制, 仅61位合作博主添加)

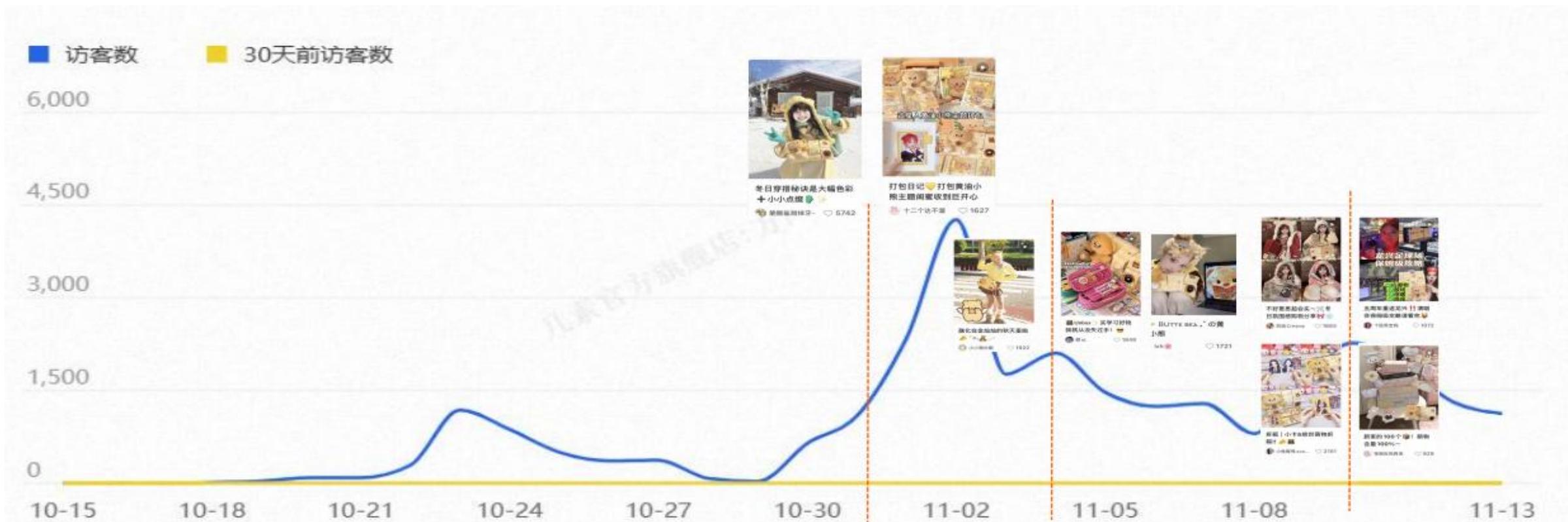
浏览总量随着时间的推移逐渐上涨

持续沉淀IP粉流量为品牌声量赋能

外溢效果-有效爆文与产品链接增长波段相符

第一篇笔记于10月31日发布

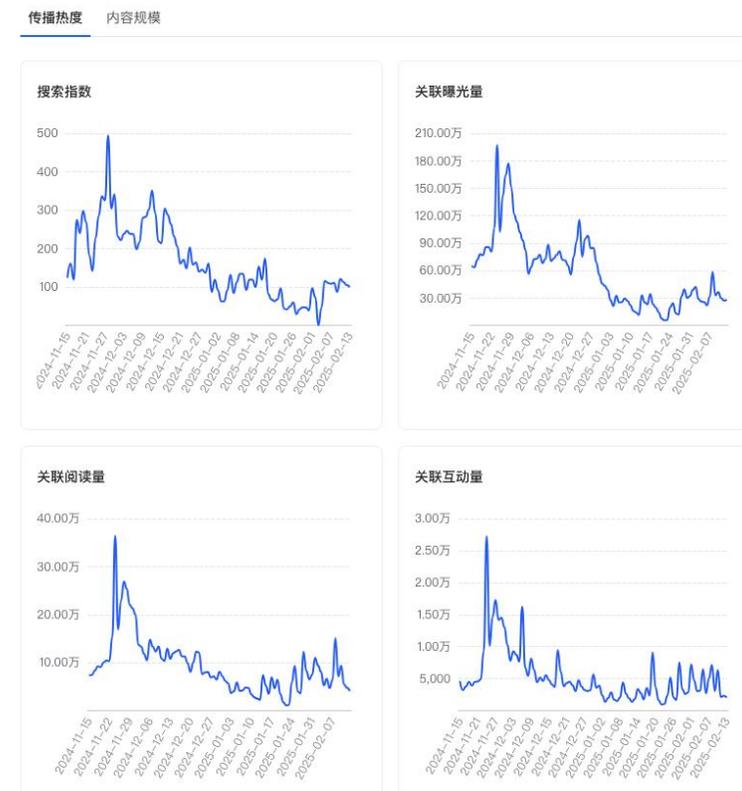
第二第三篇笔记于11月2日发布，并同时产出2篇爆文
手淘搜索量随之上涨至4200+，搜索量到达近30天手淘搜索高峰
于10月31日——12月12日，单链接共产生49,755精准手淘搜索



营销话题词曝光数据平台数据回收

- **品牌词：**
- 几素：SOV (Share of Voice) 56.886%-62.867%,排名1；SOC(70.123%-77.496%,排名1
- 几素暖手袋：sov 37.233%-40.974%,排名1；soc37.294%-41.041%,排名1
- 几素黄油小熊：sov29.555%-32.601%,排名1；soc45.964%-50.702%,排名1
- 几素黄油小熊暖手袋：93.976%-100%,排名1；soc93.634%-100%,排名1
- 四个词曝光量：69.64万，点击量11.20万，互动量4,463
- **品类词：**
- 暖手袋：sov 56.886%-62.867%,排名1；soc70.123%-77.496%,排名1
- 暖手宝：1.065%-1.173%,排名11；0.58%-0.639%,排名11
- 暖手袋推荐：sov 5.419%-5.968%,排名4；4.146%-4.566%,排名3
- **IP词：**
- 黄油小熊：sov 4.143%-4.578%,排名2；soc3.463%-3.827%,排名2
- 黄油小熊联名：sov 11.021%-12.179%,排名4；soc12.715%-14.051%,排名3
- 曝光5,797.54万，点击739.65万，互动32.02万

(以上数据来源为小红书官方后台)



(以上数据为小红书蒲公英后台提供)