安慕希×爱奇艺《狂飙》一起飙好运

- **品牌名称：**伊利安慕希
- **所属行业：**食品饮料
- **执行时间：**2023.01.13-05.20
- **参选类别：**内容营销类

背景

- 随着高端常温酸奶市场的高速增长，吸引大批乳品企业加入，面对愈发细分、垂直的市场，安慕希需要将自己的品牌心智不断向大众推广，拉动更多酸奶消费，同时有助于占据已有市场并抢夺竞争产品的市场份额，从而巩固品牌“国民酸奶”的行业领先地位。

- 在大IP时代，借助庞大的IP受众粉丝基础是品牌营销的绝佳机会。本项目借春节之势，在爱奇艺S+级电视剧《狂飙》中通深度绑定大剧IP进行整合营销，占领观众心智，从而进行产品种草，助力品牌生意达成。

目标

打造认知

产品种草

助力声量

洞察&策略

安慕希作为《狂飙》的乳制品行业合作伙伴，投放策略依赖植入本身带来的曝光流量，也借影视IP创造更多的品牌外围内容，持续转化影视粉丝，甚至借影视主题影响更多泛人群。

- “融入式”**植入**，借剧情构建品牌联想
- 影视**包装**，品牌内容强势及立体的渗透
- 多媒体**内容营销**布局，深度挖掘影视IP价值

深植入：顺应观众观感，借剧情构建品牌联想

安慕希植入，呈现出现实生活中安慕希所适用的消费场景，也在无形之中给了观众一种“在哪儿都能安慕希”的体验感，成功引发观众热议。

高曝光：多媒体营销布局，加成用户体验，深挖IP价值

安慕希合作，打造品牌联动印象

预告片授权

微博升级互动玩法，续航话题热度

海报授权

视频号精选片段，强化品牌价值

植入剪辑授权

内容深耕：借势爆款IP，占领观众心智，助力品牌种草

声量飙升：强势破圈，让传播成为广告“增量”

#狂飙#相关话题

微博阅读量突破72.4亿+

狂揽微博热搜2336+

抖音 强势霸榜TOP1 播放量达322亿+

头条 狂揽今日头条榜单332+

狂揽哔哩哔哩榜单79+

快手 狂揽快手榜单260+

破圈传递：央媒背书，明星效应，安慕希顺势提升品牌价值

50 + 党媒央媒纷纷点赞。

350+ 主流媒体发博互动发起，总阅读量超过**10亿。**

明星热聊惊喜助推，

一路狂飙排面拉满。

景甜 容祖儿 徐志胜 张云龙 张凌赫 李雪琴 孟川

全面登顶：热度频频刷新最高纪录

CCTV 8 电视剧 **TOP1**

BTV 北京卫视 **TOP1**

iQIYI 爱奇艺 **TOP1**

100亿

CCTV8黄金档电视剧

北京卫视黄金档

爱奇艺热度平台纪录

播放量

有口皆碑：权威认证、开年飙红

知乎 93%

知友推荐

虎扑 9.9分

评分

豆 9.1分

评分

9.9分

评分

绑定热门IP 全面立体渗透 强势提高声量 助力品牌销量

作为2023年第一个现象级国剧《狂飙》，播放量突破**100亿**，安慕希提前入股并追投开年爆剧《狂飙》，在剧中多处场景均有露出，及时抓住了爆款影视剧带来的巨大流量。安慕希自然渗透在生活中的各个场景，给观众洗脑式种草；搭配大曝光资源进行立体强势的的品牌渗透；同时联动官方进行线上授权推广，传播期平台高曝光点位助力植入内容传播，最大化传播品牌信息，在春节营销中顺利抢占消费者心智，助力品牌声量扩散。