

伊利安慕希《大侦探8》 解锁真相品味健康·感受新品美味升级

- ◆ **品牌名称：**内蒙古伊利实业集团股份有限公司
- ◆ **所属行业：**食品饮料类
- ◆ **执行时间：**2023.01.12-04.20
- ◆ **参选类别：**食品饮料类

大侦探×安慕希

背景

- 行业竞争**：安慕希凭借优质的产品和多元化的营销，迅速火遍全国，随着新品上市，安慕希需要保持行业头部地位的同时完成新品种草，以带动销量增长
- 营销契机**：安慕希新品上线前夕，亟需高质量营销战役，告知产品信息，扩散品牌声量。起始于春节营销档，《大侦探》作为高热IP网综，其调性与受众和品牌高度吻合，可助力快速提升新品认知度

目标

- 产品种草**：正值安慕希新品上市期，品牌需要通过高热度IP完成新品种草，让用户对新品产生认知。
- 提升销量**：借助节目及明星热度，广泛传播产品信息提升知名度，助力年度销量目标实现。



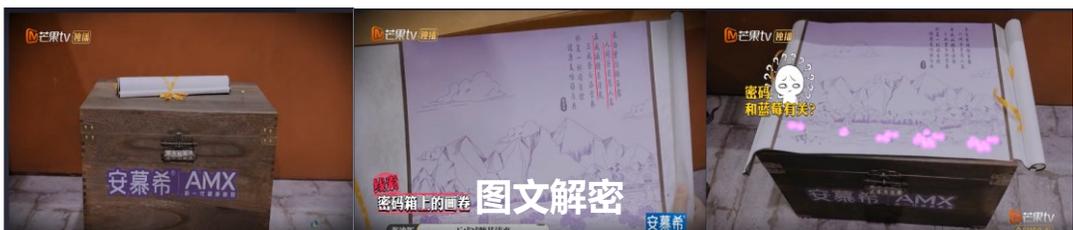
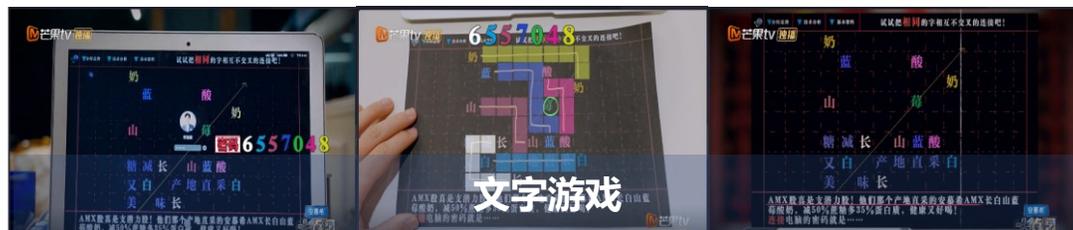
借助芒果TV高分综艺IP，链接全网用户，引爆年轻营销的加成效应



➤ **节目简介：**中国首档普法教育推理节目，邀请明星嘉宾共同面对一起精心策划的案件，并通过搜集证据和推理找出真正的「凶手」。同时，**联合最高人民法院**推出普法环节「大侦探合议庭」，针对单期案情进行**专业法律解读**，使案件依法解决的过程成为全民普法的公开课。

亮点一· 节目环节与产品信息联动，自然融入深化记忆点

以产品信息作为重点线索融入案件



以产品为载体搭载重点信息



- 深化新品卖点的同时弱化植入的反感度

亮点二·专属环节加成权益释出，深度种草安慕希新品



- 全季创新打造“安慕希探索神器站”，通过场景、口播等与剧情高度融合，深化产品利益点，多层触达观众视觉
- 多元广告贯穿全程，配合节目传播节奏切换品牌主推产品，达成强势曝光，花式种草助销量提升

亮点三·全场景全明星应用，品牌声量步步攀升

多渠道大尺寸资源展示
强势曝光引流用户

话题热议不断
舆论阵地持续发酵

合作高热度明星
注入粉丝力量



实况热聊

按实况模式下的发帖和互动热度排序，每分钟更新

#大侦探# 热聊人气: 5.0

主持人: 大侦探官微

微博热搜

1 孙怡 女团 1379381	4 大侦探 综艺 751711
2 王鸥说没有人会相信我 1223810	4 魏大勋大侦探探一句话洗脱嫌疑 综艺 61653
2 杨普也买不到完美的光腿神器 493509	5 大侦探第八季定档 综艺 601538
3 张若钧长发像唐艺昕 800165	5 大侦探木偶复仇记剧照 综艺 626214
4 魏大勋接梗 551519	8 王鸥替大侦探角色道歉 综艺 633708
4 刘昊然银灰挑染 472456	9 蒲熠星大侦探绝杀 综艺 604325
4 大张伟的回答合理且离谱 90845	15 大侦探首案关注舆论控制 综艺 343041

微博实况热聊榜 TOP1



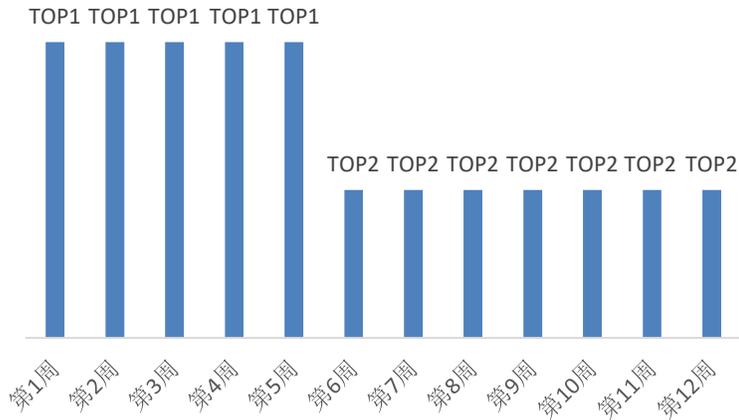
播放表现

播放量46亿+, 霸屏云和总榜TOP1

热度表现

全网斩获热搜无数, 话题累计35亿+

云合市占率同期排名



累计正片播放量

本季
46亿+

2月云合市占率**TOP1**



两大宣传阵地领跑热度



微博热搜最高
TOP1

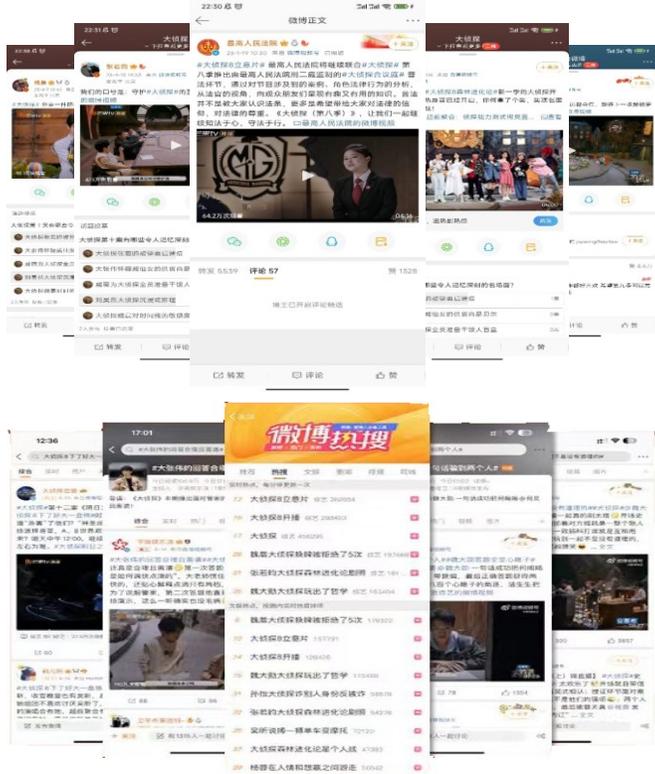
微博话题阅读量
35亿+

抖音话题播放量
5亿+

芒果TV全季前台播放量**46亿+**, 云合正片期均有效播放绝对值**4358w+**; 云合正片期均有效播放市占率达**15.4%**, 期均百度指数居同期网综**第一位**, 实现**54.7亿+**总展现量。

口碑表现

持续霸榜TOP1，权威榜单高分评价，热度强势霸屏



微信点赞评论量

4900+



微博话题本季总讨论量

300万+



全网热搜条数

808条+

- 全网相关热搜话题**808条+**；**联动**最高院和五大政法院校，为热度保驾护航，引发舆论二次发酵。



芒果TV站内综艺榜单

TOP 1



骨朵热度网综榜排名
(1-2月)

TOP 1



百度指数局同期网综

TOP 1

- 全网相关热搜话题**808条+**；各大榜单排行**TOP1**，网友好评如潮，节目内容频出圈

豆瓣与猫眼高分评价

豆瓣最高评分**9.3分**



猫眼最高排名**No.1**



- 本季最高豆瓣评分达**9.3分**；

百度指数

搜索指数概览 ?

关键词	整体日均值
安慕希	939

搜索指数概览 ?

关键词	整体日均值
安慕希	1,024

百度指数提升

9%

品牌百度搜索指数显著提升
并在投放后持续热度

巨量搜索数据



关联词排名

- 1 安慕希AMX长白山蓝莓酸奶 NEW
- 2 爱冒险 NEW
- 3 希子 NEW

新品信息迅速与品牌产生关联度
完成新品种草的目的

品牌认知度

56%

86%

品牌认知度提升

54%

品牌认知度明显提升
节目热播提升品牌声量

投放前

投放后

- 《大侦探8》作为当下顶流的剧本杀类综艺，其探案+推理的玩法深受年轻观众喜爱，在节目原有大量观众的基础下本季完成破圈，联动最高院和五大政法院校，引导了当下的普法热，以推理娱乐叠加社会议题的方式为年轻观众做了正向引导，受到一致好评，引爆网络热议，频频登上热搜，吸引更多关注。
- 本季节目抛弃了传统综艺营销套路，专注于节目精神与品牌价值的融入互通。安慕希作为探案神器协助各位侦探解谜搜证，明星与产品的花样互动和将产品卖点融入核心环节的形式，自然贴合更具看点，将节目热度转为品牌能量，更好的进行新品种草，助力年度销量目标实现。