

三九胃泰定制品牌短剧，巧借热点成功霸榜

- ◆ 品牌名称：三九胃泰
- ◆ 所属行业：医药保健类
- ◆ 执行时间：2024.05.08-05.23
- ◆ 参选类别：医药保健/医疗器械及服务类

作品视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

第一集：<https://www.douyin.com/video/7366182909323103499>

第二集：<https://www.douyin.com/video/7367573373922069779>

第三集：<https://www.douyin.com/video/7368979727631043859>

第四集：<https://www.douyin.com/video/7370047034935479591>

第五集：<https://www.douyin.com/video/7372012849926868261>

背景&目标

国民中药品牌三九胃泰上市30余年，多年来不仅一直处于中药胃药领导地位，同时还拥有较好的品牌资产积累，但随着主打的目标人群逐渐**年轻化**，

同时需要维持品牌在抖音平台上的**整体声量**



品牌需要思考如何借助更有效的方式

1

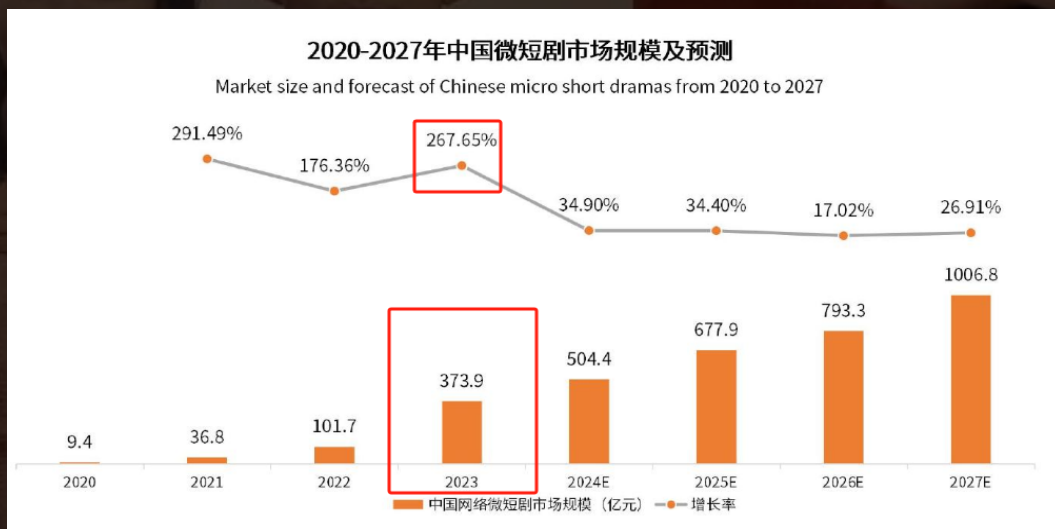
在短视频阵地实现低成本深度沟通

2

有效触达更多年轻化的Z世代人群

短剧营销 能否成为更有效的传播方式？

- 2023年我国微短剧市场规模达到373.9亿元，同比增长267.65%
- 短剧用户活跃规模达1.2亿，其中抖音活跃用户规模居首位



一 短剧用户规模



**短剧用户活跃规模达1.2亿
抖音活跃用户规模居首位**

- 短剧用户规模：QuestMobile数据显示，2023年10月和11月期间，短剧应用的用户规模呈井喷式增长，从2022年11月的9000万量级跃升至1.2亿，同比增长1125.84%；
- 短剧用户的渠道分布：QuestMobile数据显示，23年11月抖音小程序活跃用户规模数达8324万，远超APP 3196万和微信小程序1229万的活跃用户规模。

因此短剧也更利于品牌与用户进行“低成本深度”沟通

短剧的时长

视频通常超过90秒，吸睛的剧情容易提升视频的完播率

戏剧性的内容

戏剧性的内容更容易引发用户的讨论，增加用户粘性

连续的剧情

更容易吸引用户连续观看以及关注账号追剧情

品牌内容定制

允许品牌主导剧情发展，实现品牌与内容的深度融合

本次短剧营销策略

内容针对策略

深入了解目标TA的偏好
以此选定短剧题材

针对题材敲定合作达人
洞察平台热点作为短剧引子

人群针对策略

产品植入策略

产品以诱因场景作为情节推动元素
思考品牌多维度的植入方式



“SKOPT五步法”

带品牌逃离短剧豪赌，打造爆款多重保险

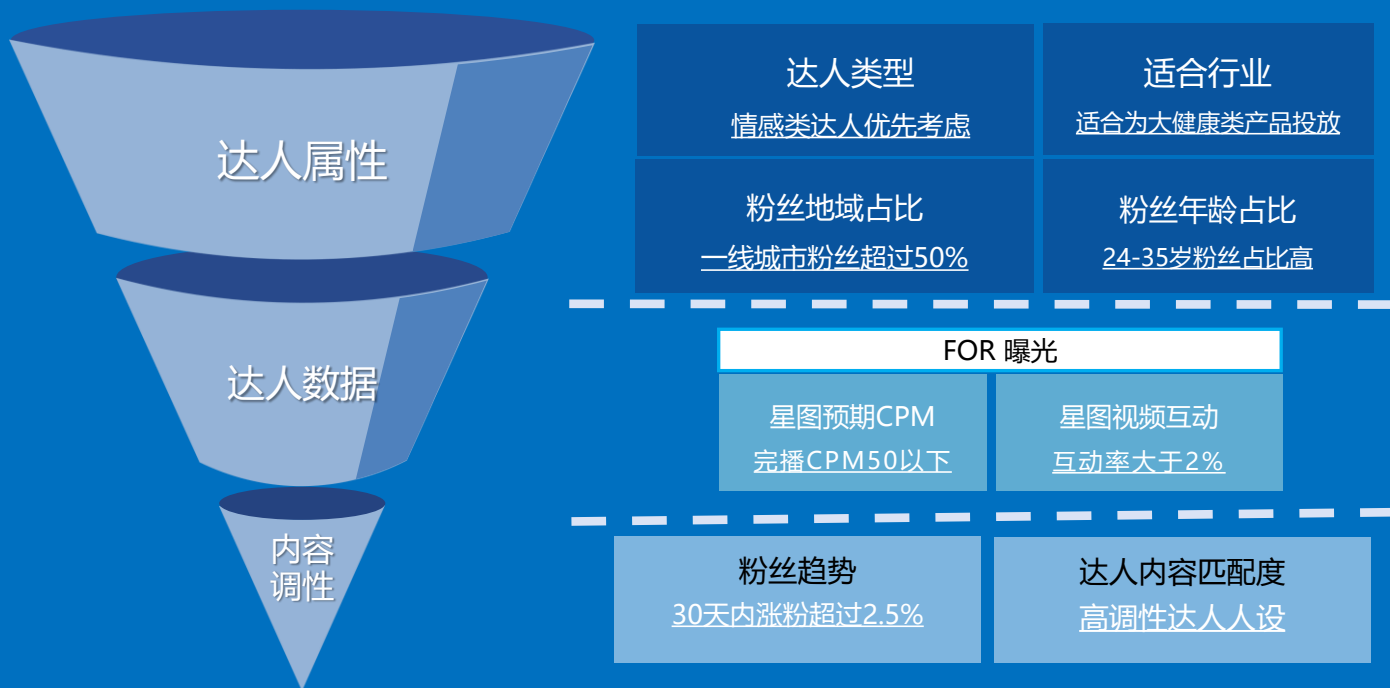


1 选对题材决定短剧的爆款潜力

通过巨量云图「短剧营销实验室」可以看到
平台上高需求高供给的题材有：**搞笑、爱情、都市情感**
结合Z世代对于短剧题材偏好
以及市场上高需求高供给的题材
再考虑到品牌属于暖心调性
最后敲定本次短剧题材为：**都市情感爱情短剧**



三重倒漏斗型筛选机制过滤



2 优质创作达人保证内容出品质量

通过星图、云图后台等工具综合分析，
三层漏斗综合考量达人质量，
从基础粉丝画像到整体数据表现层层筛选，
最终敲定短剧合作达人：“斯麦林”。

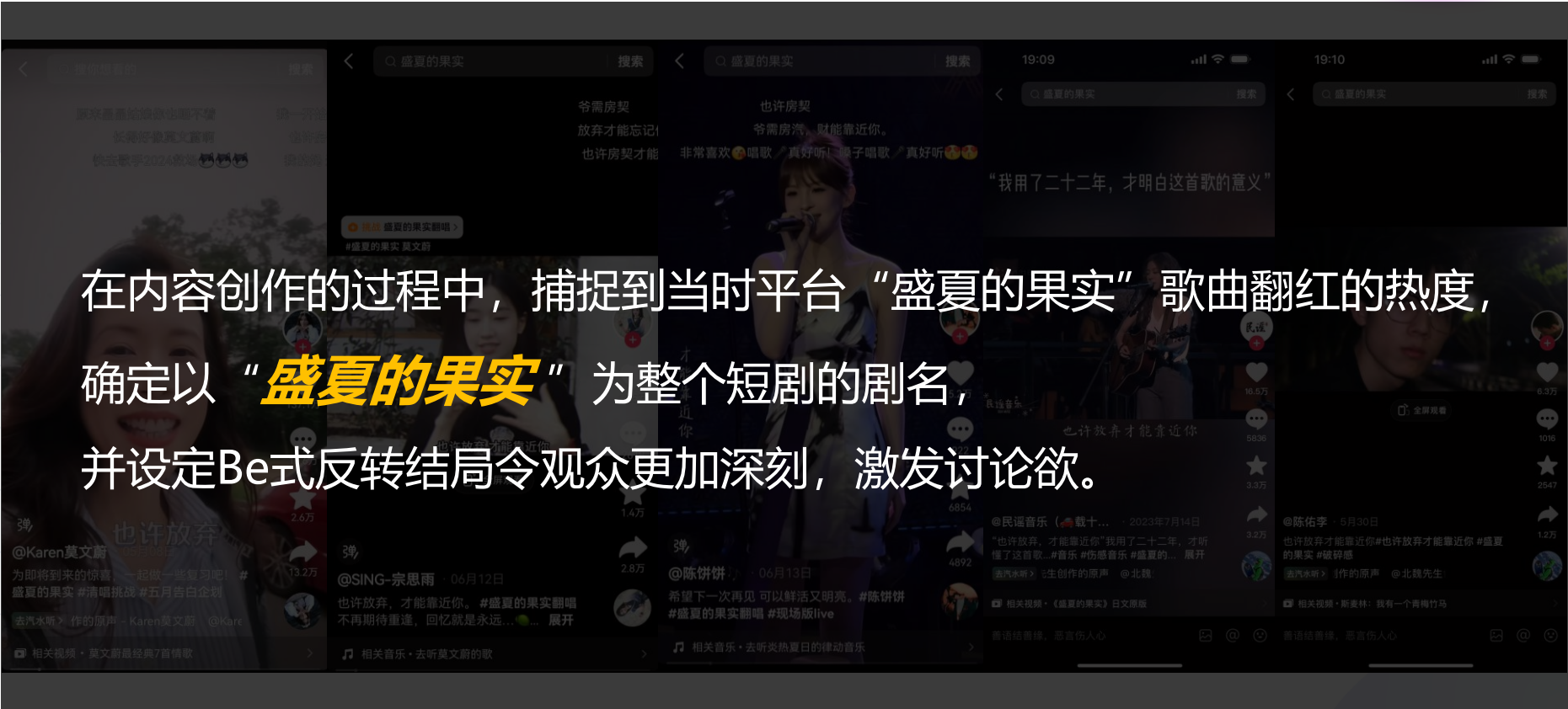


3

巧借平台热点助力品牌上热门

热点列表

排名	搜索词	热度值
1	盛夏的果实	3,017.61w
2	莫文蔚盛夏的果实清唱挑战	865.96w
3	孟子义唱盛夏的果实	321.79w
4	盛夏的果实孟子义	288.18w
5	盛夏的果实斯麦林	141.41w
6	盛夏的果实莫文蔚完整版	89.3w
7	盛夏的果实伴奏	72.87w
8	盛夏的果实抖音最火15秒	10.81w



4

多方式植入增强用户记忆

- 植入内容契合品牌，产品以诱因场景作为情节推动元素，植入内容契合品牌思考品牌多维度的植入方式
- 再利用塑造超级记忆点增强产品的记忆度，制定“玻璃胃”语言钉，打造超级记忆点

承接剧情植入



对好友、家人、爱人温暖照顾场景，辛辣场景时后援

道具形式植入



以道具/周边的形式创意性植入

纯口播植入



融合核心场景口播产品/卖点

背景露出植入



产品在同一场景内多次露出

5

工具赋能助力品牌生意增长

通过制定小蓝词策略和适当的进行内容加热，
承接搜索流量带来最终的销售转化

三 说

视频的前3秒说出小蓝词

标 题

标题插入小蓝词

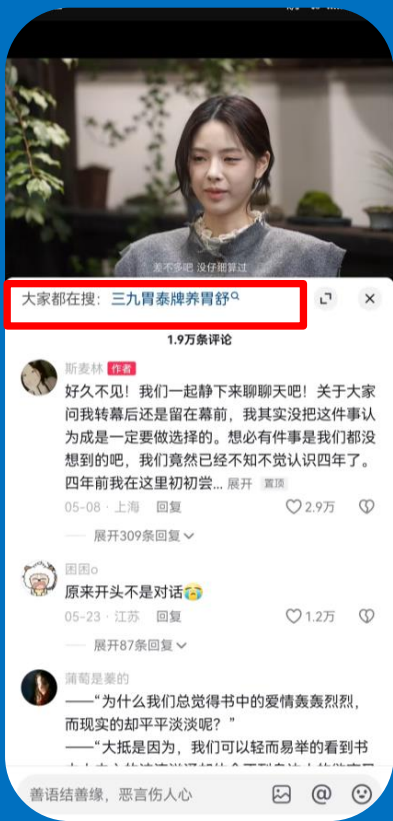
字 插

字幕里插入小蓝词

评 顶

评论区评论小蓝词并置顶
评论区前10布局

评论区小蓝词展现情况



品牌 x 短剧内容定制亮点

围绕产品卖点定制剧情，在开头、中篇和结尾均有作为关键线索和伏笔植入
推动剧情发展和引爆用户讨论声量

洞察产品的不同使用场景，作为推动剧情发展的重要诱因

打造超级记忆点，将“玻璃胃和三九胃泰养胃舒”强关联

a. 不好的生活习惯：工作不按时吃饭



b. 饮食习惯：辛辣、刺激的食物



c. 情绪引起：情绪胃-焦虑、心情不好等



Step 1

男主“玻璃胃”人设，男主因胃病和女主相识。



自然为产品提供植入点

Step 2

剧中多次提及“玻璃胃”，加深观众对产品的记忆。



增强产品记忆点

Step 3

结局产品作为关键道具复现，将观众的视线再聚焦于产品。



产品作为关键道具结局复现

效果&反馈

抖音短剧冲上热榜TOP10+

实现低成本精触达

6000W+
全剧总播放量

133W+
全剧总互动量

🔥 衍生话题实力霸榜

热点榜历史最高排名 TOP15, 娱乐榜TOP 3

✦ 热点持续发酵

引全网营销号热议, 众多UGC内容助力霸榜

抖音热榜	广州榜	热点榜	种草榜
10 吴彦祖又戴	更新于: 2024-05-28 2	1 孙莉晒黄多多高	
11 韩国瑜被曝		2 周迅吃瓜吃到自	
12 WTT重庆冠		3 张大大直播被强	
13 “入境中国会		4 范思辙舌巧如黄	
14 埃及总统塞		5 胡先煦喊娜扎全	
15 恋综首位仙		6 盛夏的果实观后	
16 警方通报胡		7 吴彦祖又戴上了	
17 孙莉晒黄多		8 李嫣18岁生日与	
18 盛夏的果实		9 刘端端真拍了先	
19 朝鲜将在韩		10 若月亮没来reac	
20 2024王者之		11 大家为喝醉的胡	
21 以军与埃及		12 沈惟清爱毛书	
22 赵丽颖方辟			



投后人群资产暴涨并且
整体呈现年轻化

> 2700%

A3人群
资产暴涨

> 60%

投后八大人群
Z世代占比

▲ 搜索大涨，有效带动观众主动搜索行为

用户对于小蓝词的搜索可为品牌最终的销售转化赋能

