

“爆珠爆有料 新年享畅轻” 畅轻&国色芳华借势传播项目

- ◆ 品牌名称：畅轻
- ◆ 所属行业：食品饮料
- ◆ 执行时间：2024.12.28-2025.01.27
- ◆ 参选类别：娱乐营销类





案例视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://v.youku.com/v_show/id_XNjUwMTE4NjQwNA==.html



背景&目标

2025开年爆剧《国色芳华》

以其惊人的收视热度和网络话题度无疑成为各大品牌争相合作的流量宠儿。

在40+合作品牌中，畅轻以超级赞助身份脱颖而出，
借爆剧IP&代言人双重流量，围绕“**爆珠爆有料 新年享畅轻**”核心主题，汇聚重磅资源，**赋能产品声量**，
强化产品“爆珠”认知，助力销售。

畅轻

李现
畅轻品牌代言人

**爆珠爆有料
新年享畅轻**

今日20:00开播
芒果TV会员抢先看，SVIP每日抢先看
1月9日 20:10起
湖南卫视热播剧场播出
芒果TV龙正 出品 丁梓光 执导 张鸢豪

国色芳华

爆珠爆有料 新年享畅轻

2025年芒果TV《国色芳华》超级赞助商



— 洞察 —

要抓住《国色芳华》热剧上新时机，最大限度地撬动传播，需要通过整合多元媒介资源打出一套“主角代言+剧情关联+话题共创”的组合拳。





—项目亮点—

爆剧IP超级赞助+代言人“男主”营销，强势带动品牌出圈

- 开年官宣李现成为畅轻品牌代言人
- 为爆珠新品预热造势抢占先机
- 热剧IP男主带来广泛内容切入点
- 搭建明星、剧集、品牌粉丝聚合场，品牌流量最大化





—项目亮点—

整合资源打出优势，多元玩法承接爆剧红利

- 利用身份专属玩法，多元形式触达用户
- 结合原生剧情衍生品牌番外内容
- 剧前剧中新玩法，多次植入获曝光
- 产品种草长尾效应最大化





—项目亮点—

搭建话题共创平台，承接热剧流量

- 以话题共创为桥梁，搭建全方位社交矩阵
- 助力剧集影响力的外扩，扩大品牌声量
- 开启话题挑战赛，牢固产品亮点，激发参与热情
- 高质量互动，品牌曝光和转化效果显著



蒋长扬来个“百步穿杨” 😄😄😄

1-18 14:41 来自湖南

357

想看蒋长扬 @李现ing 在春晚上演小品!

1-18 14:36 来自江苏

341

有蒋长扬在一定好看 😄 @李现ing

1-18 14:39 来自广东

285

想看春晚上蒋长扬唱歌跳舞#畅轻品牌代言人李现##爆珠爆有料 新年享畅轻#





媒介&执行

要抓住《国色芳华》热剧上新时机，最大限度地撬动传播，需要通过整合多元媒介资源打出一套“主角代言+剧情关联+话题共创”的组合拳。

畅轻以双重身份完成连续植入+多重曝光，在整合资源基础上让品牌内容全覆盖，并为用户搭建全方位的社交媒体矩阵，成功让爆款剧集赋能爆款产品，达到IP与品牌的互利共赢。

代言人+爆剧IP

超级赞助及代言人资源
更广的借势点+曝光点



资源霸屏

剧里剧外曝光不断
专属资源露出+创意番外植入



话题共创

共创周边，共论剧集
建立情感链接+承接热剧流量



品效合一

5000+粉丝自发晒单
品牌好感度促成产品销售

美式No加冰ing: #畅轻品牌代言人李现# 恭喜李现@李现ing 成为@畅轻 品牌代言人，2025，让我们一起爆有料，享畅轻！



25-1-7 15:30 来自江苏

46



效果&反馈

营销效果-项目创新

- **“热剧男主+优质明星”双势能**
2025开年官宣代言人+超级赞助身份
刷足品牌存在感和认知度
- **整合多元化资源强曝光**
硬广植入不断，软广衍生不停
精准触达用户，将长尾效应发挥到极致
- **话题共创占据社交阵地高位**
搭建社交矩阵，建立情感联结
给足观剧仪式感，深化品牌好感度



营销效果-项目效果

高曝光!

全网累计曝光量
破**120亿+**

点击量
近**400W+**

高互动!

与李现共创微博单篇互动
破**300W+**

全网话题互动量
破**242W+**

高留存!

品牌全平台涨粉
破**40万+**

消费者自发晒单
超**5000+**