

空刻的情感深层触动：一口裹住味蕾，一口暖透心尖

- ◆ 品牌名称：空刻
- ◆ 所属行业：食品饮料类
- ◆ 执行时间：2025.05.08-06.20
- ◆ 参选类别：食品饮料类



背景&目标

- 在当下快节奏的都市生活背景下，消费者面临着时间碎片化的普遍挑战，却依然保持着对生活品质与情感体验的追求
- 而今年618主要面临了三大挑战：

消费理性化

消费者更注重性价比和实用性
冲动消费减少
对产品力与价值主张提出更高要求

热度稀释

618活动延长至近一个半月
流量分散导致单点爆发力下降
需通过持续内容输出维持用户注意力

信任重构

头部主播因“翻车潮”公信力下滑
品牌自播成为新阵地

洞察这一消费趋势，AIRMETER空刻在618期间展开全方位战略布局，从“人-货-场”出发，以创新营销手法精准触达目标人群



背景&目标

增销量，稳地位

通过艺人/头部达人合作+迪士尼IP联名+新品矩阵，实现销售额同比高增长

巩固方便速食TOP1地位，扩大意面细分市场优势

获流量，提转化

曝光度：通过艺人及头部达人合作、迪士尼IP营销及多平台投放，实现亿级曝光，强化品牌认知

点击率：优化广告创意与达人内容，提升用户互动兴趣，确保点击率高于行业均值

转化率：通过主题直播、专属礼赠及IP联名款，提高粉丝到消费者的转化效率，缩短购买决策

建品牌，触用户

心智渗透：借力艺人人设+迪士尼IP情感共鸣，强化品牌"便捷+温度"认知

精准拉新：通过宠物经济/亲子场景/粉丝经济触达18-35岁女性群体

长布局，延场景

品牌溢价：持续IP联名+明星合作+产品创新构建差异化

场景延伸：从便捷速食拓展至萌宠陪伴/健康夜宵/社交分享等高频场景



- 从“人货场”重构消费体验：情绪价值×场景渗透×流量爆破，将产品功能与用户情感、生活场景深度绑定



空刻借力品牌货品联名，直播间落地新奇宠物直播，提升直播间的新鲜感与记忆点。进入618大促周期，接连落地「达人空降」「老板进播」爆单转化；代言人官宣刺激，「明星空降」赠品定制高互动，多样化内容品效双收。



从“人货场”重构消费体验： 情绪价值×场景渗透×流量爆破， 将产品功能与用户情感、生活场景深度绑定

情绪层面

借力明星信任感
IP情怀、萌宠经济
提供陪伴、浪漫、治愈等情绪价值

场景层面

覆盖从家庭晚餐到户外轻食的
多元场景
以内容复现需求，降低决策门槛

流量层面

通过特色直播、达人矩阵、平台工具
实现“种草-转化-复购”的全域闭环

·借助明星达人影响力，构建**多圈层传播矩阵**；通过跨界联动迪士尼经典IP，以极具吸引力的方式唤醒消费者的**情感记忆**；通过萌宠互动环节，让消费者在与可爱毛孩的亲密接触中**舒缓压力、收获快乐**

·同时推出多元化新品组合，满足不同**消费场景需求**

·在营销策略上，融合便携露营、健康夜宵等生活化场景，将产品体验与情感价值有机结合，为都市人群提供兼具**便捷性与仪式感**的品质解决方案，实现品牌与消费者之间的**情感共鸣与价值传递**。



亮点1 “人”——精准圈层触达，激发情绪共鸣

- **艺人达人联动：**官宣“十个勤天”何浩楠为品牌合作伙伴，借助其“成长型人设”与高流量粉丝群体（18-30岁女性），强化品牌信任感与年轻化形象，通过明星空降直播间、定制赠品等高互动玩法，实现粉丝高效转化
- **IP情感绑定：**联名迪士尼《小姐与流浪汉》《史迪奇》，瞄准宠物爱好者、亲子家庭、浪漫情侣等圈层，以“意面之吻”“萌宠互动”等情感符号，将产品融入用户生活叙事，激发情绪消费
- **场景化人群拓展：**新品线的扩充，将品牌人群从精致妈妈拓展至办公室白领、露营爱好者、健身人群等，通过不同的营销动作精准匹配圈层需求，实现跨场景拉





亮点2 “货” ——产品创新+IP赋能，打造高附加值体验

- 新品矩阵突破场景限制：推出冲泡意面系列，覆盖办公、户外、宿舍等碎片化场景；上线“玉米猪软骨宝贝意面”，解决亲子喂养痛点，以“便捷+健康”双卖点驱动增长。
- IP联名创造情绪值：迪士尼限定款通过复刻经典动画场景、设计宠物窝、陶瓷盘等周边，将产品从“食物”升级为“情感载体”，提升溢价能力与复购意愿；
- 直播专属货盘设计：结合“宠物进场”“动画还原”等主题，定制联名款、明星同款等稀缺货品，强化直播间新鲜感与稀缺性，刺激即时下单。



亮点3 “场” ——沉浸式内容场域，全域流量高效转化

- **短视频场景化种草**：通过家庭早餐、烛光晚餐、户外露营等内容，复现真实消费场景，让用户自然代入，形成“需求联想-产品匹配-购买决策”闭环
- **爆单直播间打造**：7天1大场，组合「达人空降+老板进播+明星互动」爆单玩法，结合IP联名、宠物直播等新鲜内容，提升记忆点与转化效率。618期间叠加代言人官宣+定制赠品，强化互动，实现品效双收
- **全域渠道协同**：多平台联动，结合IP话题、明星热搜、达人测评等内容，形成“社交种草-直播收割-电商沉淀”的全链路增长





效果&反馈

空刻 618 全域渗透，品效双爆点

对比节前平销期，空刻直播间交易流量展示&GMV贡献占比均**上涨+5pp**
 618周期**自播GMV达成5300万+**，单场突破**600万+**，抢占方便速食自播**TOP1**
 品牌TOP心智行业联想份额提升

狂买无休 霸榜不停

618全周期线上全平台销售**破1.7亿**
 抖音618粮油米面品牌自播榜**TOP1**
 连续5年抖音意大利面类目**TOP1**

空刻意面逐光大 使 官宣即引爆

全域曝光量**1亿+**
 官宣24h何浩楠同款全平台**GMV300w+**

特别乌啦啦短直联动 首播即登顶

短直品牌曝光**4000w+**
 单场销售额**660w+**

经典迪士尼IP营销 破圈萌宠界

《小姐与流浪汉》联名款上新首周**GMV500w+**
 全域曝光量**破3300w+**

趋势爆品强势入局 生意增长新动能

618全周期冲泡意面销售额**1000万+**
 新品玉米猪软骨宝贝意面
 带动品线实**增长25%**



狂买无休 霸榜不停

618全周期线上全平台销售规模突破

1.7亿+

天猫 **TOP1**
方便速食类目

抖音 **TOP1**
粮油米面品牌自播榜

连续5年 **TOP1**
意大利面类目

品牌势能共振 现象级刷屏

品牌曝光总声量超

3.5亿

空刻意面逐光大使 官宣即引爆

全网品牌曝光量

1亿+

官宣24h何浩楠同款销售达成 **300W+**

特别乌啦啦短直联动 首播即登顶

短直品牌曝光

4000W+

单场销售额 **660W+**

经典迪士尼IP营销 破圈萌宠界

空刻520限定款 浪漫上市!

全网品牌曝光量

3300W+

《小姐与流浪汉》联名款首周GMV **500W+**

趋势爆品强势入局 生意增长新动能

618全周期冲泡意面销售额破

1000W

新品玉米猪软骨宝贝意面带动品线增长

↑25%

连续4年全国意面零售额第1