

## 美团 × 抖音精品短剧 场景化剧情精准锚定消费需求，解锁营销新场景

- ◆ 品牌名称：美团
- ◆ 所属行业：网络服务类
- ◆ 执行时间：2025.01-05
- ◆ 参选类别：短剧营销类



## 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.douyin.com/dlBPRNL5h7Q/>

<https://v.douyin.com/B9RJOxBN-rA/>

[https://v.douyin.com/9g6iit\\_htC0/](https://v.douyin.com/9g6iit_htC0/)

<https://v.douyin.com/hpuluRf9POk/>



## 增长压力下，美团亟需突破

内部用户增长放缓，业绩增长备受压力；外部抖音生服高速发展，对美团众多业务构成威胁

### 心智 **1** 突破

大众眼中，美团即外卖  
但集团内众多业务仍未受大众知晓  
提升业务心智认知，助力业务增长

### 用户 **2** 突破

用户增长乏力，外卖用户大盘见顶  
通过其他核心业务  
向新目标群体进行渗透突破

### 营销 **3** 突破

自24年开始因竞合关系营销  
美团在抖音营销方式有限  
触达/获取用户手段单一

## 短剧迅速蔓延，品牌营销的现象级风口

短剧受众范围广与目标客群高度重合，是有效打开人群的切口；  
短剧以“内容 + 消费”的双引擎驱动，情感共鸣触发用户需求，成为美团抢占用户心智的重要阵地



# 借势优质内容，实现目标人群渗透与种草

## 高效传播

通过优质内容，高效传播  
以更低CPM，获得更高曝光  
实现品牌声量提升

## 精准渗透

通过内容场景+短剧题材  
以兴趣偏好寻找目标人群  
实现目标人群精准渗透

## 心智种草

结合内容植入对品牌进行创意露出  
增强用户对品牌和卖点认知  
实现心智种草



## 美好而精致，让优质生活理念向下传递

用优质内容种草教育，传递“精致生活”理念，服务核心增长业务

### 锁定核心业务

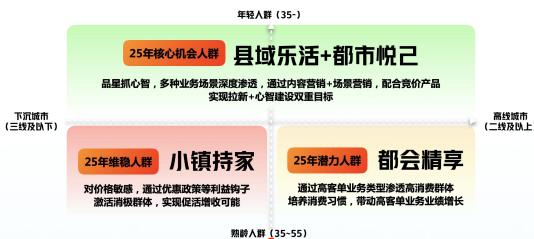
传播周期覆盖春节、五一  
周期内出行需求、吃喝玩乐、送礼需求强势  
锁定与需求强关联核心业务

### 找准目标人群

酒旅、闪购业务需求人群消费力显著  
团购需求人群更聚焦年轻用户  
整体覆盖年轻用户群体

### 用对优质内容

对比硬广传播  
短剧内容更高定，传播成本更低  
用户接受度高，更容易实现心智渗透效果



助力核心业务实现目标人群渗透与心智种草

内容场景绑定业务转化

# 高度关联剧情场景，将业务场景融入其中 借助抖音评论区Link，实现兴趣跳转，实现生意转化



剧中植入

评论区

落地页

美团

短剧中相关剧情进行深度植入，同步在评论区置顶link输出配合文案  
最终落地页结合主题业务，层层引导，实现用户跳转生意转化

0.3%

平均组件点击率

0.9%

峰值组件点击率



内容x业务结合，影响力加分

## 借助精品短剧内容做业务场景植入 有效带动美团核心业务关注度上涨，搜索指数同比上涨

### 美团酒店



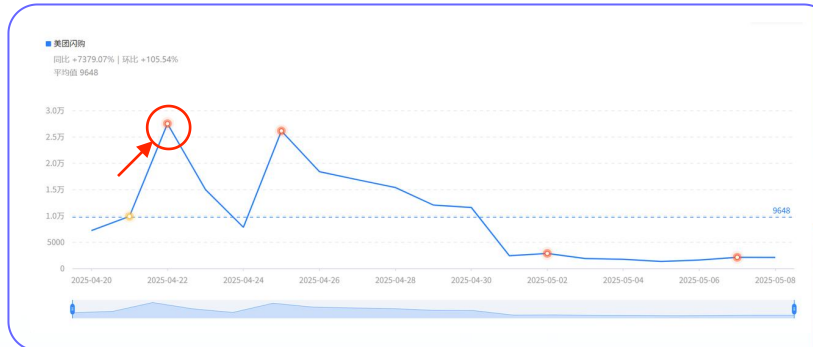
搜索指数  
同比 **上涨153%**

### 美团团购



搜索指数  
同比 **上涨1734%**

### 美团闪购

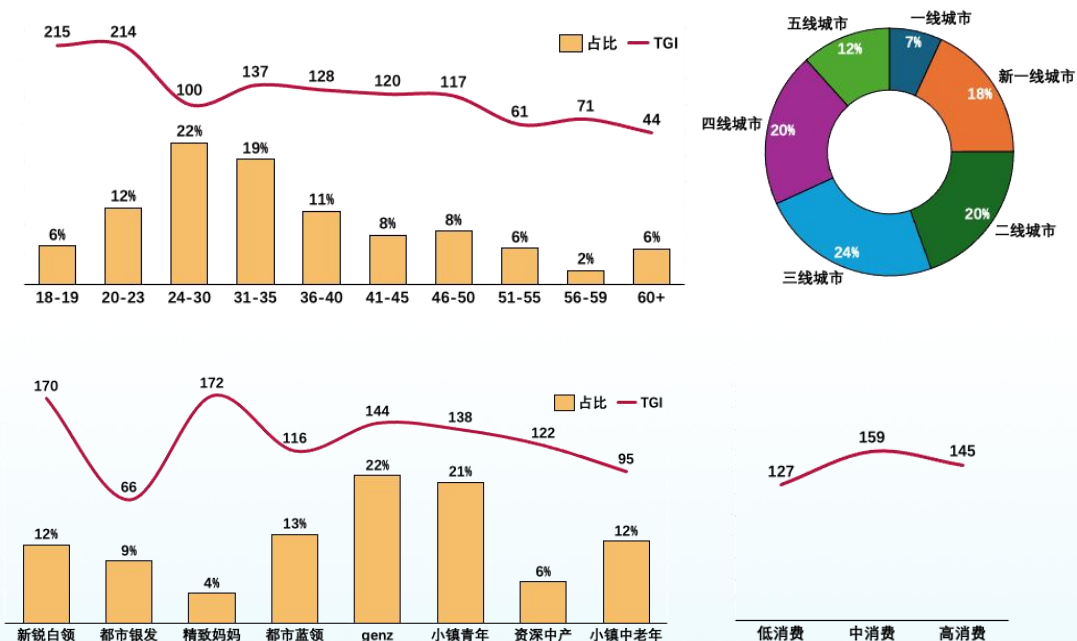


搜索指数  
同比 **上涨7379%**

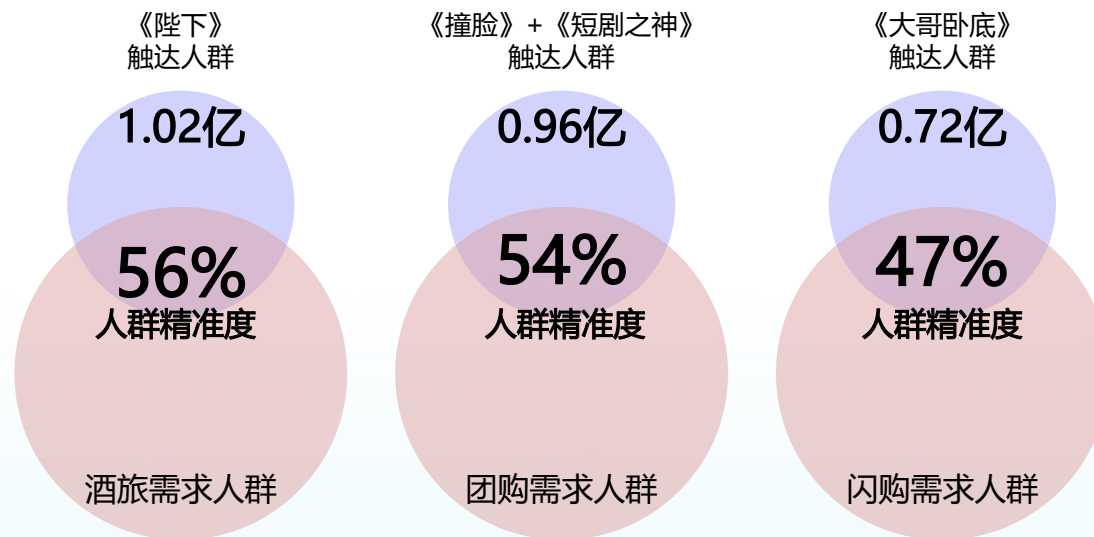
内容找人高效渗透

# 项目触达2.1亿，符合美团年轻化且消费力强目标需求 借助场景化营销，高效渗透业务需求人群

触达人群年轻化，以高线城市为主，倾向中高消费



触达人群中近半数均为目标业务需求人群，精准渗透



\*人群精准度：剧目触达人群∩业务需求人群/剧目触达人群



# 效果&反馈

## 喜人精神续作，将喜剧与短剧融合，打造4部爆款短剧 狂揽超4亿播放量，话题讨论超7亿，CPM远低于短剧大盘

沿用《喜人奇妙夜》TOP喜剧演员与短剧结合，产生强烈化学反应，借势精品短剧内容引爆网络  
超长传播周期将热度延长，覆盖春节、五一场景，精准瞄准节前出游、春节吃喝玩乐，以及五一轻松出行的用户需求

春节前

春节

春节

五一



WETURE  
品牌短剧榜  
TOP1



WETURE  
品牌短剧榜  
TOP3



WETURE  
品牌短剧榜  
TOP3



WETURE  
品牌短剧榜  
TOP1

平均CPM在14~16区间，远低于短剧大盘均值

