

盐选真实力 和7v一起7天根源稳龈

*

- ◆ 品牌名称：益周适
- ◆ 所属行业：日用快消
- ◆ 执行时间：2025.04.10-06.20
- ◆ 参选类别：内容营销类





背景&目标

品牌营销的背景和要解决的问题

品牌Y24年Q3在国内上市
上市后并没有投入更多预算进行营销推广



整体的销量却远超预期，在山姆爆卖，
成为中产宠儿，**新晋日化断货王！**

同时产品的**好评率高达97.6%**
并收获一批忠实狂热粉丝。

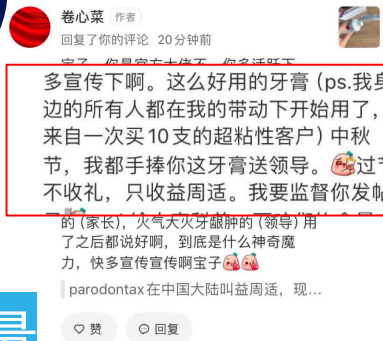
Y25年，品牌**计划拓展销售城市和渠道**
并投入更多传播预算
借势Y25 618**提升品牌的整体知名度和销量**



山姆爆卖，中产宠儿，新晋日化断货王！

- 上市仅三周半
- 牙膏品类日销排名 **TOP 4-5**
- APP全品类新品 **TOP 6**
- 已卖出**超10万支**牙膏
- 日化品近2年里 **最好新品表现**
- 抖音和小红书自来水，称其**爆品、断货王**

小红书狂热粉丝的爱





背景&目标

目前面临的挑战和困境？

OPPORTUNITY

东方人本身牙龈薄
加上饮食重口味爱吃辣
中国牙龈市场高达10亿
但目前整体市场份额仅30%
市场潜力大

DILEMMA

1. 有一个领跑性的竞品并且竞品通过国人更容易接受的偏“中式”的方式进行牙龈市场的教育
2. 品牌知名度低，且产品作用机制教育对于消费者来说有些晦涩
3. 预算有限，需要能有效链接且打动真正有牙龈问题需求的消费者

最终想要实现的目标？

促试用

Drive trial : 招募新客 200k (以双支装单价65元计算, 销售额1,300万)

提认知

提升品牌认知度, 提升电商搜索

树形象

区隔竞品, 树立品牌“带点小挑战&小幽默”的专业品牌形象



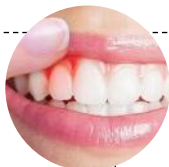
通过对目标人群的洞察有怎样的发现？

牙龈问题的认知上



牙龈问题反复很困扰

牙龈问题是目前国人普遍存在的口腔问题之一，最令消费者困扰的是牙龈问题的反复，吃顿火锅熬几个大夜，牙龈问题会反复发生，急需能彻底解决牙龈困扰的产品



红肿&出血很难搞

牙龈问题有2个最大的显性困扰，红肿&出血



一二线+吃辣城市很重点

在地域上，牙龈问题认知程度高的消费者主要在一二线城市，北上广深、江苏以及吃辣城市长沙

消费决策上



牙膏品类忠诚度低，冲动型消费明显，直播间易促成销售转化



在牙膏的选择上呈现出强功效决策导向



洞察&创意

我们的解题思路：

我们需要找一张“熟脸”来帮助传播产品
对于这张熟脸我们在选择上有如下3个准则

知名度高有传播力

幽默有梗有话题性

说服力强够专业能带货



我们需要一句强功效的claim
让消费者记住并愿意购买我们的产品



熟脸

7V 戚薇

综艺不断 认知高传播强
(浪姐出圈/妻子热播)

幽默有梗话题出圈
(七梗/bangbang梗火出圈)

抖音带货艺人
(表达力强信服度高能带货)

Key claim

7天 根源稳龈

益周适 一周7天就舒适

直击反复牙龈问题

“7” 梗巧妙联动

以幽默又不失专业的形式链接消费者



洞察&创意 我们的创意产出:

「洗脑记忆」和7V一起7天根源稳龈

戚薇变身益周适「007护龈特工」

出现在消费者“牙龈红肿+牙龈出血”两个核心场景，解决脆皮龈

亮点1
戚薇 007 酷飒人设



场景一：刺激食物牙龈上火红肿

亮点2
洗脑“7”梗 趣味强记忆



场景二：吃苹果牙龈出血

亮点3
典型性牙龈困扰场景



007特工出现在牙龈困扰场景，推荐益周适，和7v一起7天根源稳龈

点击链接查看完整视频

<https://weibo.com/1261700994/PnluKCnLg>



媒介&执行

我们的创意产出:

For 线下商超&平面媒体

和7V一起7天根源稳龈



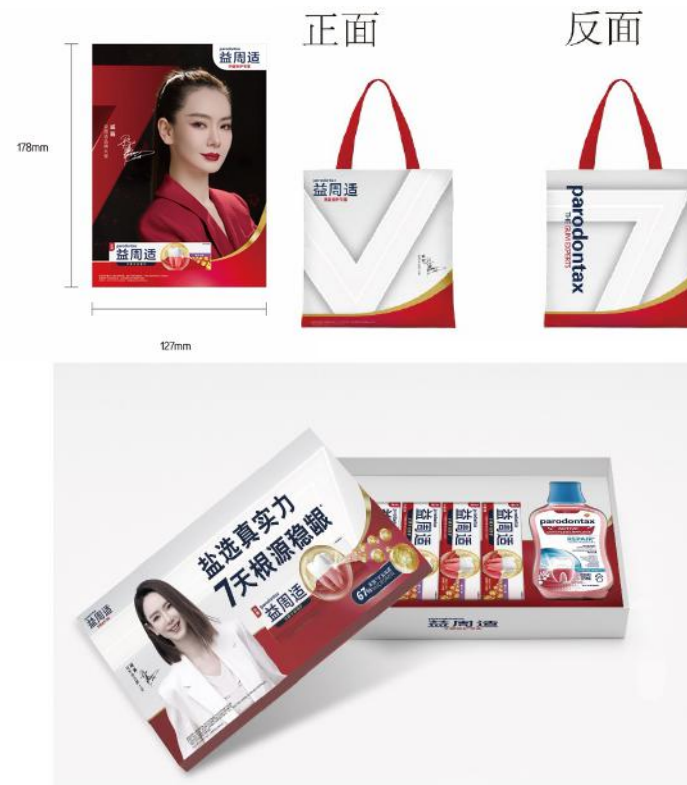
For EC

探访益周适实验室 和7v一起见证稳龈实力



For 7v直播

GWP 激励直播间销售





媒介&执行 我们的创意产出：

#妻子的浪漫旅行综艺热播 “7梗” 洗脑式传播





媒介&执行

我们的传播矩阵:



01 大媒体 投放传播

妻子热播期间电视/视频贴片/电视开机
19城楼宇广告



02 社媒: 直播&抖音小红书种草

抖音自播间&品牌京东直播间
小红书&抖音批量种草



03 官方: 品牌官号+戚薇微博/小红书/抖音

官方话题, 物料宣发





接梗玩创意

创意 “7梗”
直击产品end benefit
Call back 品牌 “益” 周适



接力促传播

借热播综艺 “妻子的浪漫旅行”
节目内高性价比投入植入
节目外social 玩梗传播



接618促销售

京东618电商大促
戚薇618抖音直播





媒介&执行 媒介执行亮点:

曝光达成147%，CTR达成380%



01 戚薇《妻子的浪漫旅行》综艺热播期间借势投放



02 抖音竞价种草通人群&明星/产品的精准投放

曝光达成147%，CTR达成380%

带来新增A3 80万人，CPNewA3 0.64 远超行业均值

WHY



HOW

1: 口播标版高曝光溢出 戚薇CP饮食场景后自然接入



2: 全屏暂停高兴趣点击 播放间隙霸屏投放



3: 创意中插 高品牌内容能见度



精准人群

拓展细分场景人群为投放提效

大类	人群包	消耗	CPM	CTR	CPNA3
本品人群	近90天品牌A1A2人群	■	■	■	■
	品牌A2人群	■	■	■	■
核心人群	资深中产	■	■	0.1%	■
	新锐白领	■	■	0.1%	■
	精致妈妈	■	■	0.1%	■
口腔类自人群	三夫人群MIX	■	■	0%	■
	牙龈痛点人群	■	■	0.1%	■
竞品人群	特殊口腔刺激习惯人群	■	■	0.1%	0%
	糖尿病/牙齿手术/孕妇	■	■	0%	0%
潜力场景人群	核心竞品	■	■	0%	0%
	坚果零食品鉴者	2,207	2,203	0%	0%
	火锅食鸡家	0.00%	0%	0%	0%
	降火凉茶族	0%	0%	0%	0%
潜力场景人群	西式养生文化者	30	0%	0%	0%
	运动活力族护族	0%	0%	0%	0%
	威薇粉丝人群	0%	0%	0%	0%
	高阶轻奢消费人群	0%	0%	0%	0%
	奶茶/气泡饮族	0%	0%	0%	0%
	保健/益生菌人群	0%	0%	0%	0%

优化素材

结合人群痛点需求进行素材的智能优化提升转化效率

素材	时长	消耗	CPNA3	CTR	3s完播%	完播%
苹果	21s	■	■	■	■	■
火锅	21s	■	■	■	■	■
TVC	15s	■	■	0.120%	■	■
实验室2	1分35s	■	■	■	■	■
实验室1	3分18s	■	■	■	■	■
实验室3	2分06s	■	■	■	■	■



《妻子的浪漫旅行》高能视频点位组合投放，曝光达成147%

1 片中口播标版

戚薇CP饮食场景后自然接入
高曝光溢出



160 Mil IMP
Achi. 147%

2 全屏暂停

播放间隙霸屏投放
高兴趣点击



11.6 Mil IMP 5.3% CTR
Achi. 105% Vs TGT +3.8%

3 中插贴片

补充品牌TVC露出
高品牌内容能见度



21.6 Mil IMP 2.97% CTR
Achi. 104% Vs TGT +1.5%

总曝光 1.9亿 147% vs 预估 1.3亿
CTR 3.8% +2.8% vs 预估 1%

活动数据总览：媒体曝光达成，线上销售额突破新高

明星官宣



曝光总量 1181万
达成率 124%

站外媒体



曝光总量 4.9亿
达成率 132%

站内转化



618 GMV 543万
vs D11增长 +348%



传播效果

媒体资源360°支持

五大平台 覆盖19城

触达超1亿人次



电视广告



线上视频



抖音广告



电梯广告



户外媒体

抖音小红书种草2000+ 口碑好物 全网看得见





销售效果



线下销售



线上销售



效果&反馈

大脸关
戚薇同款益周适成功种草了！
戚薇同款牙膏终于收到货了~ 牙膏是那种磨... 刷着也很舒服 成分也很温和...
全文

真的是被益周适惊艳到了！
#益周适 咸味牙龈牙膏 真的太特别了！
不同于普通牙膏，它是独特的咸味配方...
全文

偶然之间在小... 上刷到戚薇关于益周适的广告
作为一个脆皮牙龈...
全文

立马入手了

好好呵护一下你的牙齿
#戚薇同款益周适 #
每次吃完火锅烤肉回来就牙齿疼
体贴的戚哥@戚薇 7V 给我们带来了
全文

戚薇女士你！！不要太过分！！
首先恭喜戚薇大美女喜提新代言！！
今日份测评一下戚薇美女代言的“益周适”
牙膏。这是一款专研牙龈修护的牙膏！...
全文

香味牙膏
牙膏含有67%高浓度医源矿盐微晶，泡泡细腻丰富，4倍瓦解牙菌斑，解决牙龈...
全文

戚薇同款益周适
179.6万浏览 | 6074讨论

AUDIENCE

受众反馈

用户疯狂下单&晒单#戚薇同款益周适

parodontax 益周适 牙龈修护专家

上市1年

破 亿

CLIENT

客户反馈

远超期待 破亿的战报做起来