

## 踏青出游搭子，脉动引爆春日声量

- ◆ 品牌名称：脉动
- ◆ 所属行业：食品饮料类
- ◆ 执行时间：2025.03-08
- ◆ 参选类别：食品饮料类

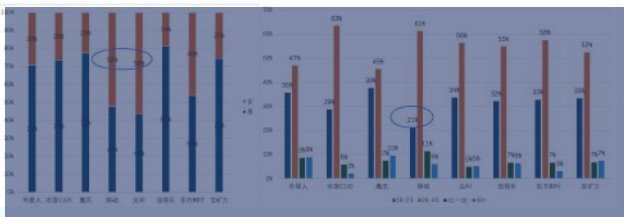




## 脉动品牌面临挑战

# 01

### 品牌自身诊断 品牌人群老化



- 品牌人群资产

# 02

### 品牌投放诊断 通投广告不精准



- 传统广告投放为主

# 03

### 行业竞争诊断 行业红海竞争 新品上位



- 外星人抖音热度TOP1



# 背景&目标



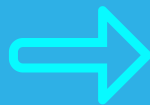
品牌  
自身



和年轻人对话  
实现品牌拉新



品牌  
投放



精准渗透  
年轻人场域



行业竞争  
诊断



和竞品场景  
拉出明显差异化

# 「户外出游」

精细化切割春日场景，找到「青春味」与消费者的最大沟通机会点

## 🔍 花开春意浓踏青正当时

本期声量 375 本期互动量 26w 互动增长率 2040.1% ↑

## 🔍 春天一起徒步撒野吧

本期声量 196 本期互动量 17.2w 互动增长率 1141.7% ↑

## 🔍 挖野菜

本期声量 3708 本期互动量 182.2w 互动增长率 41.9% ↑

## 🔍 精神状态belike

本期声量 7690 本期互动量 6998.7w 互动增长率 11.0% ↑

## 🔍 打工人的精神状态

本期声量 1013 本期互动量 234.2w 互动增长率 21.4% ↑

## 🔍 感觉累了就放空自己

本期声量 6953 本期互动量 181.9w 互动增长率 13.2% ↑

打工人关键词涵盖热门话题TOP30

#打工人的心酸 5200W+

#苦逼打工人 2500W+

#打工人的精神状态 2100W+

### 用户需求

短暂充电/自然美景/情绪解压

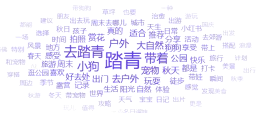
春日多“敏”季节 向往出游感加倍

人在工位心在户外成常态 更向往生活里的绿洲

## 春季出游踏青热度疯涨，场景热度进阶式爆发

随着出游热度的进阶爆发，场景越发多元细分，上下游关键词热门的场景「露营」、「公园」、「徒步」、「野餐」为高量

平台搜索相关关键词出现户外、大自然、公园、野营等关键词，用户行为显现



搜索关键词「露营」，出现露营、公园、徒步等前后关键词，产品使用场景显现

关键词	声量	互动量	增长率
露营	12000	10000	100%
公园	1470	1000	100%
徒步	1420	1000	100%
野餐	85	1000	100%
户外	7800	1000	100%
野营	4470	1000	100%

平台搜索关键词「踏青」，出现旅游、风景、大自然等关键词，用户行为显现



搜索关键词「踏青」，出现呼吸、新鲜空气、外出等前后，产品使用场景显现

关键词	声量	互动量	增长率
踏青	55	5000	100%
呼吸	100	1000	100%
新鲜空气	100	1000	100%
外出	100	1000	100%
春游	100	1000	100%



TA们 发疯永不停歇  
打工人能不断、码摩文学  
玩起不顾他人死活的快乐



TA们在躺和卷之间  
夹缝中体验gap day和gap hour  
精神早已离职



寻找新的身份寄托  
MBTI，I人E人  
万物皆可门



重构身心秩序  
冥想 正念 森林 树洞盲行  
重新找到状态

## 出游需求是对于短逃离的精神刚需

年轻人向往出游趋势下的是对精神gap的追求



# 「出游搭子」

全新场景破壁，结合年轻消费者喜好，渗透春季年轻热门野餐露营多元场景，实现优质场景内容种草

## 产品口味种草 各种趣味口味测评



## 产品情绪价值种草 走到真实户外场景渗透





“

## 出游搭子青草味

”

核心  
目标

通过青草味新品话题度#脉向春天状态开挂#，提升脉动出游场景渗透，聚焦公园野餐/露营场景，将青草味打造成野餐百搭搭子

阶段

Phase 1  
4月强曝光

Phase 2  
5月垂种草

线上

头部KOL占领春日户外出游场景  
花样演绎打造大曝文

趣味产品测评  
建立真实感知

线下

线下活动Always on 出游+在地文化  
持续卷入关注，引发UGC造全民带脉动在春季出游氛围

硬广

硬广信息流

# 「精准大曝光」

优选粉丝画像符合年轻消费者的头部达人，结合春季出游场景，打造从人到内容的精准曝光

与@李蠕蠕 共同破圈共赢  
首个饮料品牌合作引用户好评  
单条笔记4500w+播放

与@煎饼果子 KOL共创内容  
演绎春季出游塑造产品角色  
单条笔记5000w+播放



总曝光: **1.6亿+**

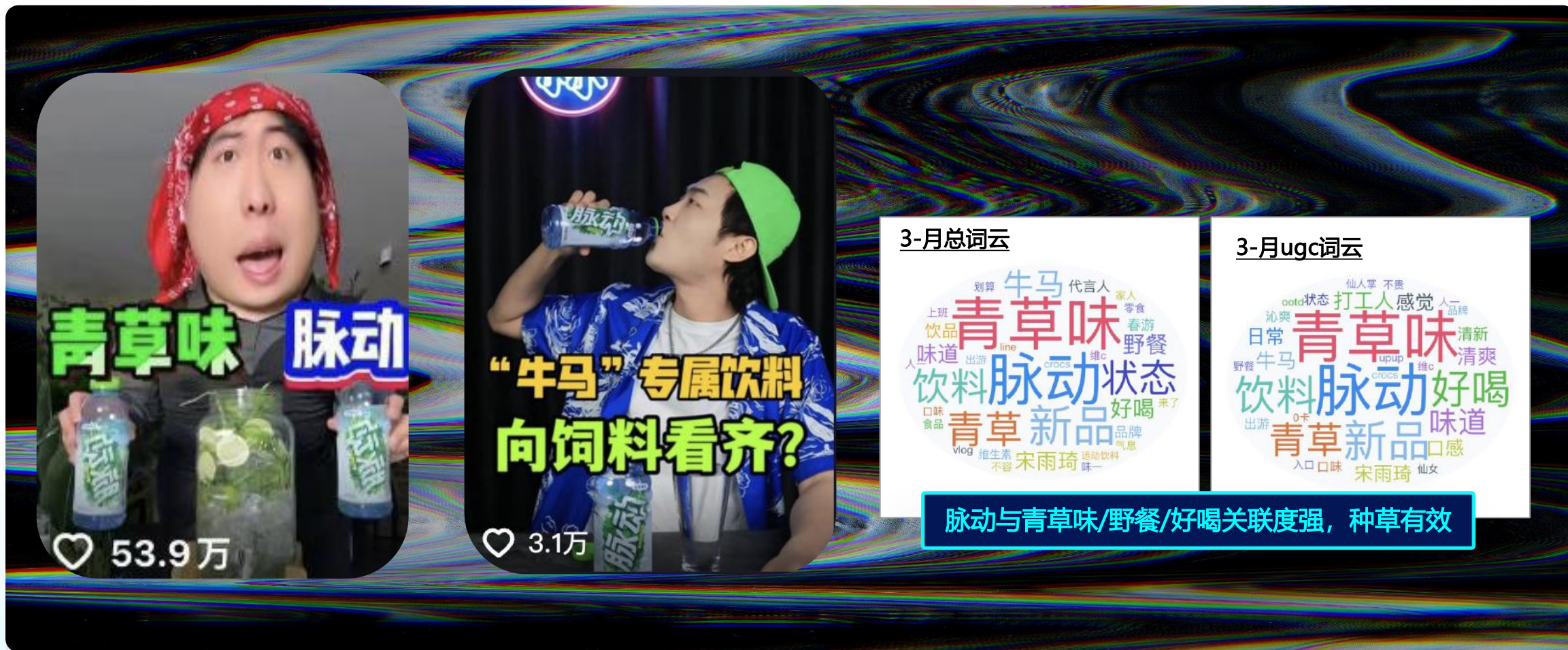
爆文率: **80%+**

品牌5A人群, 18-25占比

**提高30%+**

# 「内容高渗透」

垂类口味趣味测评，转化内容吸引尝试，将脉动和出游露营强关联，打造脉动=露营搭子的强心智



3-月总词云



3-月ugc词云



脉动与青草味/野餐/好喝关联度强，种草有效

# 「在地文化给户外场景增加可玩性」

线下四城出游巡游活动，结合在地文化持续捆绑户外场景



无锡

樱花返场 状态好到离谱



广州

百人八段锦 打「功」状态回来



成都

巨型麻将 状态赢麻了



北京

0压力舞蹈 五一出游好状态



# 「结合热点户外活动声量再上一层」

结合时下热点以及本地文化传播，脉动带热点捆绑户外场景，广泛传播

热点博主

特殊人群

特色活动



这个外国人热点，必火  
结合外国人特殊印象：“中国人都会武术”  
脉动踏青\*养生八段锦，易上手，有热度

直新闻  
04.01

海外顶流网红“甲亢哥”中国行 外交部：展现无滤镜无剪辑的中国 #外交部回应美国网红甲亢哥中国行 #甲亢哥中国行 4月1日，外交部发言人郭嘉昆主持例行记者会。有记者就海外“顶流”网红@IShowSpeed 中国行引发热议进行提问。...

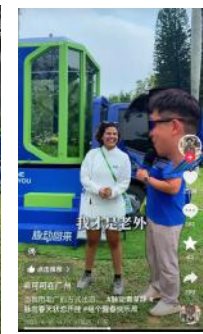


# 「在地文化赋能，头部达人促传播」

广州场：外国人趣味八段锦  
特色：外国人x传统文化

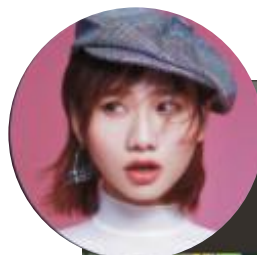
成都场：巨型麻将现场直播  
特色：麻将X火锅美食

徐州场：春游赏樱花，  
诠释“春日活力”



@藤椒鸡蛋

@好大杯四季奶青



@密子君



@牛牛小犬



@方妖金



# 「全新触点传播」

线下直接联动直播，线下活动打造为传播事件，同时通过直播卷入更多互动



直播联动触点创新



## 效果&反馈

品牌自身诊断  
品牌人群老化

品牌投放诊断  
通投广告不精准

行业竞争诊断  
行业红海竞争  
新品上位

# 脉动青草味点对点解决品牌困境

拉新人数 6226W

90.5% 青草味人群拉新比例

品牌5A人群数量上涨 20%

18-25占比提高 30%+

从20名开外 品牌声量回归 TOP1

从10名开外 品牌搜索指数 TOP2