

IP破局，海天有机“奔跑式营销”

- ◆ 品牌名称：海天味业
- ◆ 所属行业：食品饮料类
- ◆ 执行时间：2024.11.23-2025.01.11
- ◆ 参选类别：IP营销类





背景&目标

背景与目标 ——

国内“健康有机”消费需求持续上升，但调味品赛道中有机品类因市场教育不足，仍处于“需求觉醒但认知滞后”阶段，消费者对“有机调味品”的价值感知薄弱，赛道渗透率长期低迷。需打破消费者固有印象，提升产品销量转化及市场口碑。

核心挑战 ——

品类认知空白

有机调味品市场渗透率不足5%，消费者普遍缺乏认知，传统广告难以打破“调味品=基础刚需”固有印象

新锐竞品挤压

海天作为传统调味品品牌占据渠道优势，但近年来新兴有机调味品品牌高价策略导致用户信任门槛高

二传预算限制

需以小预算撬动“IP流量→品类教育→销量转化”全链路





核心洞察 ——

IP流量即品类教育入口

- 《奔跑吧》IP本季**茶马古道**“**天然、健康、文化遗产**”主题与**有机调味品天然契合**
- 户外真人秀综艺观众对“综艺任务”的强关注度为产品功能植入提供天然场景

奔跑式营销方法论

- 速度:** 快速绑定IP核心场景（如硬广、地方特色美食植入、明星自然使用产品），抢占品类教育先机；
- 深度:** 通过明星体验、任务道具等深度植入，建立“有机=健康美味”强关联；
- 持续性:** 节目内外联动，将IP流量转化为用户长效互动与复购。





策略设计 ——

以《奔跑吧》IP 为核心，将 **“海天有机=有机调味品代名词”** 绑定用户心智，通过内容与渠道协同，实现 **“节目热度→销售增量”**，带动有机系列增长和全面销售转化

节目内 “三步渗透法” **造** 品类认知

硬广曝光定认知

通过节目标板、包装等硬广曝光占据用户视觉，聚焦卖点输出

游戏任务强植入

在游戏环节
结合地方美食环节深度植入

明星体验引共鸣

明星自然体验自然植入
为销售转化作铺垫

节目外 “小预算三连击” **撬** 动销售转化

轻量级互动（答题）引流

撬互动&新客

答题小程序引导用户互动+有机教育+销售引流

明星人设绑定破圈

撬人群

沙溢瘦身36斤秀肌肉出圈，明星合作精准触达健康人群

资源整合置换打通品销

撬动声量和销量

通过用综艺内节目资源的置换整合，撬动天猫、朴朴、抖音等渠道，撬动声量和销量



项目亮点 ——

亮点1 撬声量 & 品效

1/50小预算撬动节目外**4.7亿+**曝光，6000万总销值

亮点2 撬互动 & 新客

1g金豆撬动**8.8万**参与，拉动**16万**新客尝鲜



亮点3 撬精准人群

合作瘦身36斤的沙溢，撬动**健康有机人群**

亮点4 撬渠道 & 销量

资源置换撬动S+IP，天猫**9日**累计**1000万**销额



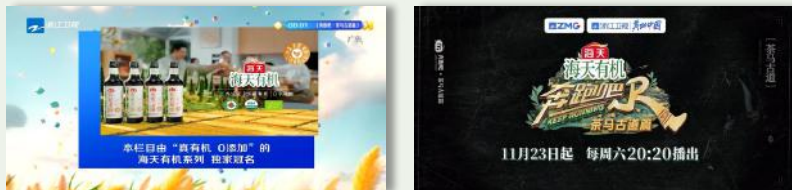
硬广曝光定认知：全链路曝光驱动品效合一

节目内

视觉绑定

全程硬广核心资源覆盖，强化用户记忆

冠名标板&宣传片尾露出



冠名片头



口播提示条



卖点聚焦

高频输出“真有机0添加”
“全程有机可溯源”核心卖点



口播导流

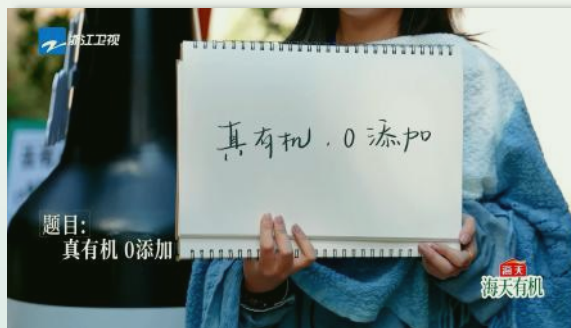
直接关联天猫平台活动（天猫搜海天有机 赢千元购物金），推动消费决策。



游戏环节共创：趣味互动激活年轻圈层

节目内

游戏道具/题目植入：作为游戏融入东巴文猜谜游戏、你画我猜等游戏
以趣味方式自然露出品牌信息



场景化植入：文化赋能深化产品价值，自然渗透

节目内

地域美食特色融合
深入植入带出健康卖点

艺人互动自然植入
引发用户共鸣

在普洱马帮菜、大理白族宴等美食场景中，通过特写镜头展示有机酱油、蚝油等产品，传递产品的美味属性和天然有机特色。

(对有机酱油、有机蚝油的直观评价) 强化产品可信度；伴手礼环节植入有机礼盒，拓展高端礼品场景。

菌子火锅



海天有机烟熏牛肝菌
配红酒鹅肝金沙虾球



酱油鸡



特色蘸水





Roadmap

节目外

传播主题

#奔向有机生活，人人都有机会#

开播

热播

收官

传播目标

扩大品牌曝光
有机系列产品心智打造

活动期：为海天引流，打通营销-销售闭环

热度存续流转
为新年营销作铺垫

传播内容

综艺上线xH5答题开启

打造海天有机系列更强曝光
强化用户心智

沙溢官宣x胡可海天专场直播

明星带动揭开有机“健康”秘籍
直播种草促进销售转化

整合沙溢素材、节
目周边发力年货节

明星素材二次传播
抖音直播间促转化

媒介资源



① #奔跑吧茶马古道#话题定制 ②KOL ③星选任务 ④沙溢粉丝头条&超级粉丝通定向推流



抖音：①#奔跑吧#话题页定制②达人种草③看播任务④内容热推



小红书：①达人种草②搜索优化

电商合作



通过节目资源置换合作，撬动平台合作，承接流量，销售闭环



自研答题小程序上线，媒介配套发力激活用户参与

节目外-STEP1

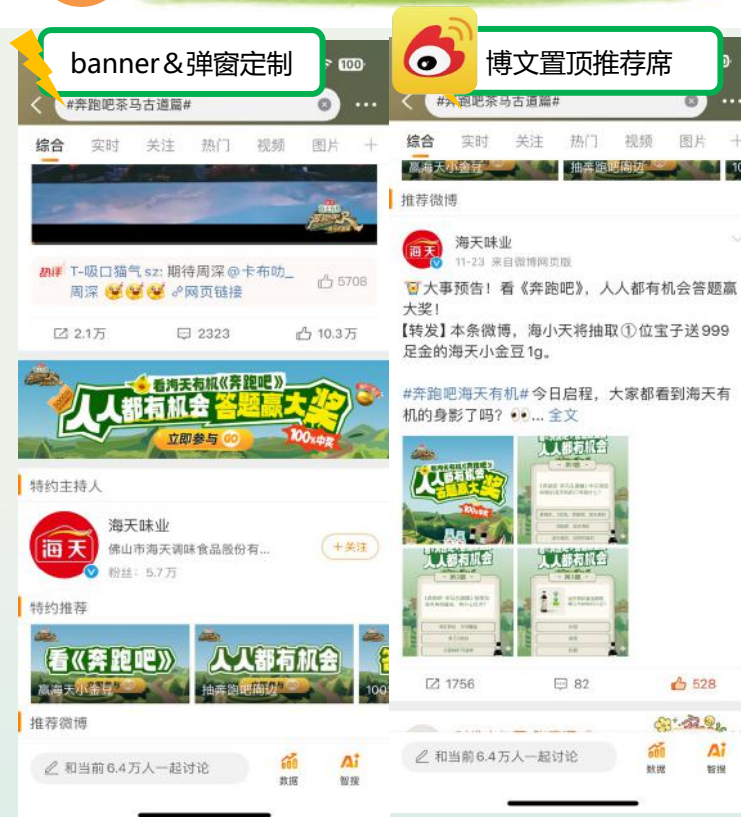
① 7期全程在线互动不停
天猫每周六晚20:20随节目解锁

② 好奖激励带动参与

用户参与答题即可——
抽999足金海天小金豆
5000元茶马古道畅玩卡



③ 媒介加持资源搭配发力





微博星选任务启动：激励用户造句，UGC内容植入

“有机”心智

节目外-STEP2

星选任务上线
发动用户创作

节目曝光

素材沉淀

有机系列心智强化



任务说明：「奔跑吧海天有机，人人都有机会更——」句式造句

生活有机会怎么样？每个人的答案都不一样，分享你拥有海天有机系列后，生活的无限可能：用「奔跑吧海天有机，人人都有机会——」句式造句，分享你的有机生活体验或健康心愿，一起瓜分万元奖金。

必选条件

①必须添加话题词：#奔跑吧海天有机# #海天有机 人人都有机会# 并@海天味业；


②图文或者视频投稿；



沙溢x「海天有机产品体验官」，瘦身人设精准触达健康人群

节目外-STEP3

沙溢——天选有机体验官

抖音单条短视频获赞  494w



节目未播先红，从路透“热”到收官
Ta因『瘦回白展堂』，节目中『秀肌肉』出圈



① 官宣造势， 接住热点
海天发博：沙溢成为有机产品体验官

② 事件打造：真夫妻直播
胡可 & 沙溢分享家庭健康减脂秘籍

抓住热点
锁定官宣



12月18日
沙溢空降胡可直播间
家庭健康秘密分享



沙溢x胡可海天专场直播，用「磕学」&聚资源打出“营-销”闭环

节目外-STEP4

沙溢直播内容沉淀+直播引流

明星夫妻种草+销售机制拉满+强内容营销

微博星选任务

话题页点位支援

直播博文推流

KOL直推

真夫妻甜蜜直播

有机系列强露出

瘦身秘籍分享



任务说明：看沙溢&胡可天猫海天专场直播，截图并且分享到微博。

任务玩法：精选博文

任务说明：海天专场是真的！看沙溢直播，瘦身秘籍，秒杀抽奖，年货大礼包，你想要的全都有！即日起，点击<http://t.cn/A6mQ6Sp0>或打开淘宝/天猫搜索【胡可直播间】，观看沙溢和胡可海天专场——【沙溢哥来啦 美味专场】直播/直播回放，带截图或直播片段发微博，一起瓜分万

成功参与



#奔跑吧茶马古道篇#

综合 实时 关注 热门 视频 图片 十开

平和37% 观众普遍认为《奔跑吧》茶马古道篇内容丰富，既有历史文化知识，也有轻松愉...
开心22% 很多观众表示观看《奔跑吧》茶马古道篇让他们感到非常开心。节目中的搞笑桥...

海天味业
24-12-17 18:00 来自微博网页版
发布于 广东

憋不住了，海小天要独家爆料#沙溢瘦身36斤秘密#，终于来了！
沙溢即将惊喜空降胡可直播间，瘦身秘籍大公开不容错过！
还有超多惊喜等着你们，奖品抽不停，机会人

盒签名照，珍藏版不容错过！
9元秒杀，抢到就是赚到！
气满满的帆布袋，包你满意！
天爆品超低价，买到就是赚到！
货节大礼包，让你满载而归！
天有机产品，有机生活新选择！
12月18日 19:30 - 21:00
准点开跑，惊喜连连，福利不断！

海天直播专场
抽奔跑吧周边

推荐微博

海天味业

和当前9.5万人一起讨论



海天有机产品体验官沙溢#

实时 关注 热门 视频 图片 十开

巴斯小饭
12-18 图文

天减肥人不服输心态再度雄起，谁还不知沙溢去胡可的直播间海天美味专场🥰网时来蹲守健康瘦身秘籍🥰好吃好玩干货/家庭食谱/有机惊喜好礼好价🥰观并发布微博还可以瓜分万元奖金！👀看沙溢万元奖金 解锁海天有机美味🥰奔... 全文

看沙溢直播 分万元奖金
全员任务火热进行中!

立即参与

和132人一起讨论



看沙溢直播 分万元奖金

立即参与

和132人一起讨论



优质整合 带动品效双赢

现在我也推荐这一款

有机系列强露出

瘦身秘籍分享

沙溢素材、节目周边二次整合应用，发力年货节

直播间风格延续
节目流量承接利用



沙溢素材再应用
明星背书强化产品力，辅助销售



节目外-STEP5

节目周边整合应用
为海天年货节活动加码



持续种草：有机系列强渗透，为销售助力

节目外-STEP6



直播间x达人x看播任务
人人都有机会抽好礼

#奔跑吧#话题页权益、直播、达人种草、内容热推
投流ROI 1.77 高于日常36% 看播任务2.2w人参与



达人种草+搜索优化
声量+生意双增长

精致妈妈、美食博主、生活Vlog多类型达人种草
爆文率54% GMV17.4万 搜索指数2w+ 引流转化超过行业均值



节目网端有效播放量达 **1.4亿**

收视率连续8周稳居同时段 **TOP1** (正片平均收视率2.502%)

全网热度持续高于同期电视综艺 (全网热搜达5090个)

抖音、快手等全网短视频播放量 **破100亿**

品牌声量&互动

4.7亿+

二传社交媒体侧曝光

1亿+

海天天猫官旗站内外曝光

商业转化

6000w

双猫、朴朴抖音渠道总销额

1000w

天猫会员日9日累计销售

64万 8000+ 8.8w 2.2w

社交媒体侧总互动 微博UGC内容 答题小程序总访问人数 抖音参与活动人数

30万 211% 264% 17.4w

官旗新增会员 有机产品销售环比增长 有机产品销售同比增长 小红书种草GMV

