

颐莲雾中生友代言人官宣项目

- ◆ **品牌名称:** 颐莲
- ◆ **所属行业:** 化妆品
- ◆ **执行时间:** 2022.05.22-06.20
- ◆ **参选类别:** 娱乐营销类-品牌代言

结案视频

结案视频请移步百度网盘

https://pan.baidu.com/s/1WwebY_2WCX1YRxKakNe09w?pwd=gjhm

项目背景:

1. 颐莲玻尿酸补水喷雾累销千万瓶，连续四年线上销量第一，是颐莲品牌**超级爆款**。
2. 2022年颐莲**喷雾升级**深补水功效，行业大单品更具区隔化的产品包装。
3. 全新代言人**谭松韵**携新品颐莲玻尿酸深层补水喷雾**官宣**。



项目目标

TO产品技术升级

颐莲喷雾2.0
深补水
长保湿

TO品牌焕新

启动长代
冲顶一线

TO消费者

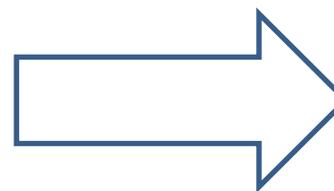
公信力
溢价力
触发拔草按钮

挑战：代言人是低调演技派，非流量型代言如何激发粉丝势能，引爆品牌关注度？

剧中弹幕热梗变官宣主题

借势热播剧《请叫我总监》

柠檬
无中生有



谭松韵
雾中生友



代言人官宣+新品推荐如何与TA玩一起?

实力追星, 宠爱自己 投TA所好 爱分享 爱尝鲜 爱美食
以兴趣会友, social专家, 网络黑话高手 年轻个性, 时尚潮流, 崇尚实力派

寻找一种有趣的沟通方式

新标签

雾中生友

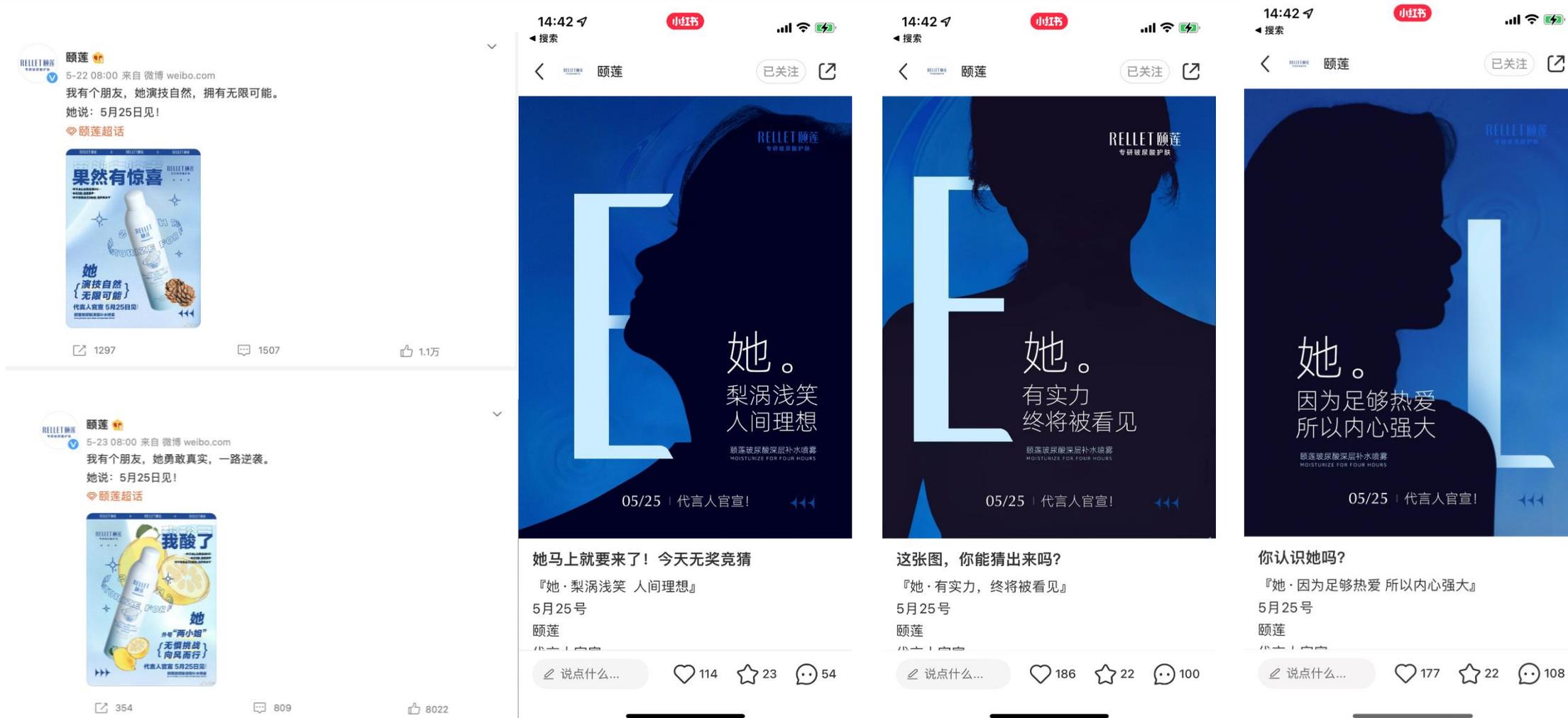
RELLET 颐莲 X 谭松韵
Aws! 无中生友



#谭松韵雾中生友#

时间	5.22-5.24	5.25 (官宣)			5.26-6.20	
传播节奏	Step1 预热	Step2 BIG DAY			Step3 持续扩散	
核心物料	悬念海报 通过代言人及代言人粉丝之间的暗号暗撩粉丝。 粉丝声援	官宣: 正式官宣 代言人KV	代言人助力: 代言人TVC 正式发布	微博活动: 【雾中生友】 接力活动	粉丝共创: 致敬经典包装共创 二次发起	颐莲+三元: 预热 官宣
传播渠道	微博 微信 小红书					
	微博热搜 信息流			户外广告 裸眼3D投放		

Step1 预热：系列海报，悬疑拉满，“我有个朋友.....” 引发讨论 激发粉丝互动欲



Weibo Post 1 (5-22 08:00):
 我有个朋友，她演技自然，拥有无限可能。
 她说：5月25日见!
 果然有惊喜
 她 {演技自然} {无限可能}
 代言人官宣 5月25日见!

Weibo Post 2 (5-23 08:00):
 我有个朋友，她勇敢真实，一路逆袭。
 她说：5月25日见!
 我酸了
 她 {两小姐} {无惧挑战} {向风而行}
 代言人官宣 5月25日见!

RedNote Post 1:
 她。
 梨涡浅笑 人间理想
 颐莲玻尿酸深层补水喷雾
 MOISTURIZE FOR FOUR HOURS
 05/25 | 代言人官宣!

RedNote Post 2:
 她。
 有实力 终将被看见
 颐莲玻尿酸深层补水喷雾
 MOISTURIZE FOR FOUR HOURS
 05/25 | 代言人官宣!

RedNote Post 3:
 她。
 因为足够热爱 所以内心强大
 颐莲玻尿酸深层补水喷雾
 MOISTURIZE FOR FOUR HOURS
 05/25 | 代言人官宣!

Step2 官宣：代言人tvc/kv齐发布，微博信息流、微博热搜助力官宣

官宣当天#谭松韵雾中生友#话题阅读次数**2.3亿**，讨论次数**16万+**

#谭松韵雾中生友#

分类 明星

主持人 暂无

话题总览

2.3 亿 阅读次数	16 万 讨论次数	6264 原创人数
---------------	--------------	--------------

Rellet 颐莲 >

官宣
谭松韵，实力蓝朋友！
RELLET 颐莲

颐莲

5-25 08:00 来自 iPhone 12 Pro Max

#谭松韵雾中生友##颐莲品牌喷雾代言人#

我的这位朋友就是 @谭松韵seven
她不断突破自我，用心塑造每一个角色
愿我的朋友“深层蜕变，因韵而升”
让我们颐起凭实力破防！
👉 颐莲喷雾2.0 玻尿酸深层补水保湿水爽肤水护肤水福
舰店正品



5秒顷刻吸收·4小时长效保湿
HYDRATING IN HYALURONIC ACID CARE

5177 2663 1.7万

颐莲

5-25 09:04 来自 iPhone 12 Pro Max 已编辑

#谭松韵雾中生友# #颐莲品牌喷雾代言人# 欢迎我的朋友！从此脸脸变松果~

@谭松韵seven
很高兴成为#颐莲品牌喷雾代言人#，颐莲玻尿酸深层补水喷雾，5秒顷刻吸收，4小时长效保湿，补水实力派，当然是@颐莲。
👉 颐莲喷雾2.0 玻尿酸深层补水保湿水爽肤水护肤水福瑞达旗舰店正品
👉 颐莲的微博视频



514万次观看 1:03

5-25 09:02 8.9万 2.1万 6.7万

2059 504 2457

Step3持续扩散：代言人粉丝包装共创，产出高质量UGC

与事件营销相互赋能，多维度激发粉丝势能，产品强绑定，拉升包装识别度

助力#颐起致敬经典#事件营销

- 仙贝Seven_:#谭松韵雾中生友#“颐”起致敬经典👏
22-6-4 20:37 来自浙江
- 喜欢谭松韵seven [铁粉]:#谭松韵雾中生友#“颐”起致敬经典👏
22-6-1 23:50 来自马来西亚
- 谭松韵看看我 [铁粉]:#谭松韵雾中生友#“颐”起致敬经典👏
22-6-1 23:37 来自马来西亚
- 与韵相伴 [铁粉]:#谭松韵雾中生友#“颐”起致敬经典👏
22-6-1 23:11 来自马来西亚
- Seven·Clouds [铁粉]:#谭松韵雾中生友# 冲冲冲#颐起致敬经典# @谭松韵seven
22-6-1 23:51 来自安徽

与粉丝形成强互动

- 五花不是肉呀 [松果们好厉害啊]
22-6-14 14:25 来自江苏
- 填补裂缝 [铁粉]:第一个设计好好看! 🤩🤩🤩#颐莲品牌喷雾代言人谭松韵#
22-6-14 14:22 来自广西
- 悠闲游荡_:都好厉害🤩🤩🤩#颐莲品牌喷雾代言人谭松韵#
22-6-14 14:21 来自广西
- 和小谭贴贴seven [松果们]:每一个作品都好好看呐啊, 卦姨喷雾真的很好用! #颐莲品牌喷雾代言人谭松韵#
22-6-14 14:16 来自云南
- 小楠一定要上岸啊啊啊:#颐莲品牌喷雾代言人谭松韵# #颐起致敬经典# 为了卦姨的希望, 为了小谭, 我一定努力上岸🤩🤩🤩@谭松韵seven
22-6-14 13:44 来自陕西
- 要瘦七斤的尾巴 [松果们]:加油! 一定可以的!
22-6-14 13:48 来自河南
- 吴小菜Seven_:画的可爱哈哈🤩
22-6-14 14:04 来自浙江

激发粉丝UGC

FloraKang [松果们好厉害啊]
6-5 11:02 来自小米10
#颐起致敬经典#为谭松韵参加no.2@颐莲
可以找找两个的共同点🤩
#颐莲品牌喷雾代言人谭松韵#

小楠一定要上岸啊啊啊
6-5 10:26 来自荣耀8X
#颐起致敬经典#
我来投稿啦
🤩🤩
@颐莲

班尼特厨 [松果们好厉害啊]
22-6-7 19:30 发布于 江苏 来自 鱼塘里的Android
#颐莲品牌喷雾代言人谭松韵# #谭松韵#
孩童了谭松韵亮bulgingbulging的眼睛🤩🤩
好希望晶晶能出现在我身上🤩
效果图1
设计图是2 ←以这个为主
画的图是3
4是参照🤩
@谭松韵seven @颐莲 @站酷
#颐起致敬经典#

粉丝作品



479

Step3持续扩散：颐莲+三元梦幻联动，共有代言人，二次收割

#颐起元气一夏#自然传播量420万+，互动量5万+

借势夏至，应情应景

共有代言人品牌梦幻联动 定制礼盒粉丝自发打call

强化产品夏天使用场景 刺激购买

两小姐天翻我牌👉#颐起元气一夏#很有活力，很符合夏日主题@谭松韵seven
22-6-20 10:34 来自江苏



#颐起元气一夏#

主持人 暂无

话题总览

423万
阅读次数

6802
讨论次数

61
原创人数

话题趋势



粉红冻奶seven👉喜欢这个梦幻联动! @谭松韵seven #颐起元气一夏#👉
22-6-20 10:41 来自广东

马来西亚的松果👉#颐起元气一夏#这个夏天带上大白瓶和小方白一起去露营👉@谭松韵seven
22-6-20 10:57 来自马来西亚

不_吃香菜
06月27日 15:47 来自 iPhone 客户端

#谭松韵掌中生友#
迟来的开箱👉👉👉真的好喜欢这个“幸”礼盒👉哦~太棒了👉
这个夏天要和@谭松韵seven #颐起元气一夏#👉



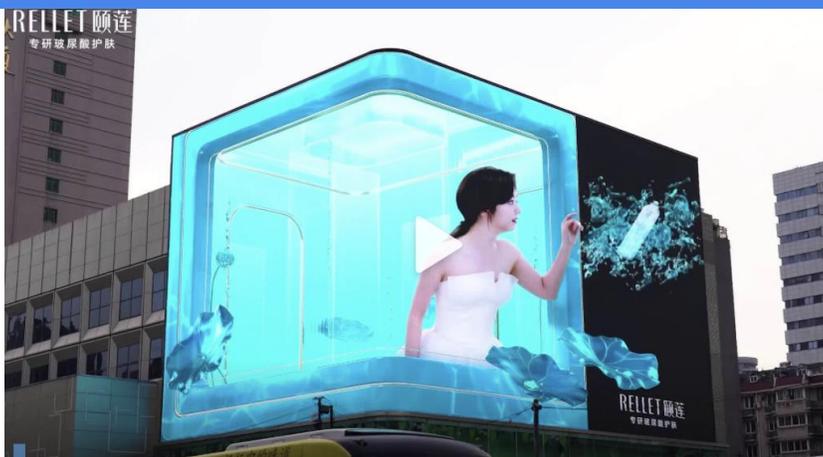
转发

评论

1

Step3持续扩散：裸眼3D户外投放 线上引导区域粉丝互动打卡

线下投放



官方发起打卡活动

颐莲 05月26日 18:40 来自 微博视频号

松果们！
快来看看呀👀
这里有#颐莲品牌喷雾代言人# 两小姐@谭松韵seven 水韵灵动的身影哦！杭州之芯922和济南齐鲁国际大厦！你有没有发现呢？
卦姨带着福利邀请松果们来打卡啦💕

#谭松韵雾中生友#
🕒活动时间：5.26-5.31

- 1 杭州和济南的松果们可参与现场打卡，动动小手指抓拍颐莲代言人裸眼3D画面发布微博并@颐莲，即有机会获得颐莲官方惊喜礼品。
- 2 共计50名哦！让卦姨看看哪位松果拍的最好看！

2 在评论区参与线上云打卡！评论区回复“到此一游”并转发官方微博就有机会获得两小姐同款深层补水喷雾哦👉[@颐莲的微博视频](#) 收起^



669 1065 9335

粉丝打卡

一枕星河梦seven 05月29日 13:10 来自 谭松韵超话

📍谭松韵 🎉#谭松韵0531生日快乐# 🎉#颐莲品牌喷雾代言人谭松韵#
咱也浅打卡一下大屏叭👏
感谢我宝@桃糖_帮打的卡👏
[@谭松韵seven](#)



转发 3 8

松了两口气 05月31日 22:08 来自 谭松韵超话

📍谭松韵tsy#谭松韵0531生日快乐# tsy#颐莲品牌喷雾代言人谭松韵#
是冒着暴雨骑行五公里也要去看你，可惜天公不作美 还没到十点的时候大屏已经熄灭了，但是也想说一声生日快乐@谭松韵seven



转发 8 6

话题阅读次数2.3亿，互动量29万+

总结：

本次官宣话题，从粉丝思维角度出发，创意产出自代言人本身热播剧中的“剧情梗”，产品属性与代言人热点有效结合，成为粉丝营销的核心抓手，官宣话题持续保持“活力”，形成粉丝自发的持久的长尾传播，品牌得以持续绑定代言人曝光。

官宣一个月后，粉丝仍持续主动带话题“打卡”

粉丝主动关联tsy新作品

粉丝主动关联户外投放

粉丝主动关联角色

粉丝主动关联tsy新商务