

# 珀莱雅 × 知乎「肌肤的科学之选」

- ◆ **品牌名称:** 珀莱雅
- ◆ **所属行业:** 护肤行业
- ◆ **执行时间:** 2022.08.10-08.29
- ◆ **参选类别:** 美妆/个护类

- **背景**

- 近年来，在“精准护肤”、“功效化妆品”等系列护肤专有名词成为流行的背后，是消费端对于有效和科学护肤日益强烈的需求，但受限于消费者的非专业性，其探索之路往往一波三折，不得其法。

- 自2003年成立以来，珀莱雅便以科技助力科学护肤，致力于引导消费者找到适合自身的护肤方案。

- **目标**

- 从专业出发，珀莱雅帮助每一位粉丝建立科学护肤观的同时，以深厚的科研沉淀和专注科学护肤的品牌态度，助推科学护肤潮流的养成和传播。

- 在美业大觉醒时代，品牌间的实力较量，已不局限于对科研创新的思考，换位至消费端，助力消费者建立科学护肤观念，在护肤理念和护肤科技的双向跃进中，达成品牌实力之建设，已成为国货护肤头部品牌珀莱雅专注在做的事。
- 面对当下冗杂的护肤理念，不具备专业知识的消费者根本难以辨别适合自身的护肤方案，大多仍只停留在从众或者追赶热度的初级护肤阶段。

PROYA | 知乎  
珀莱雅

## 知乎开屏页——硬广（8月13日-8月14日）



- **强曝光：**开屏页强势曝光，覆盖使用知乎的每一位用户；
- **强记忆：**首图吸睛，增强产品记忆点，提升品牌认知度。
- **促转化：**链接产品购买页，促进购买转化。

## 知乎圆桌 (8月10日-8月19日)



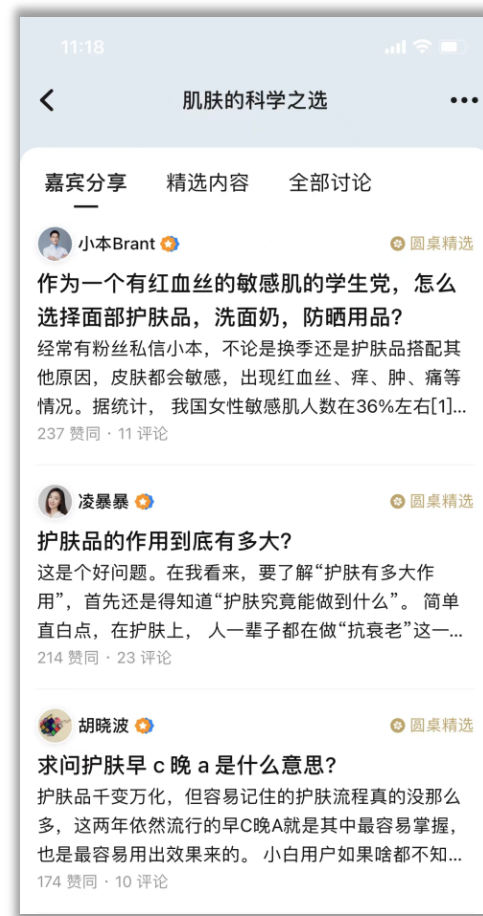
推荐页信息流

知乎圆桌

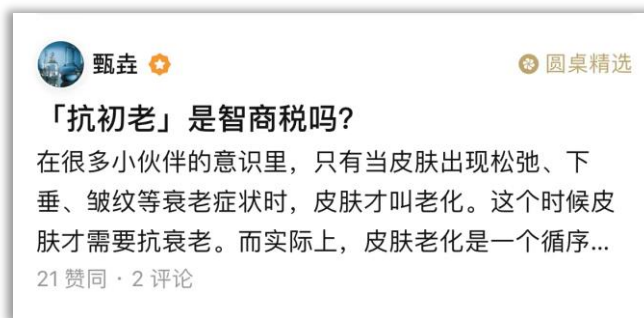
珀莱雅 X 知乎的线上圆桌话题讨论「肌肤的科学之选」阅读量已达到4749万。消费者围绕不同时间段、不同肤质如何正确护肤等问题自发展开探讨。由科学护肤观念的认知，延伸至圆桌话题的发起者珀莱雅，在“早C晚A”的功效拆解中，进一步传递出珀莱雅以科学护理为研发逻辑、以创新科技为支撑的品牌态度和先锋调性。



## 知乎圆桌——特邀PU回答



在精准人群被覆盖后，以专业内容+科学体系为核心的口碑效应，也在以知乎为中心的传播扩散中快速形成。这股力量将流量聚拢，掀起一股以珀莱雅为代表的科学护肤热潮。



## KOL内容举例——凌暴暴



15:39 知乎 · 200 IP 属地上海

凌暴暴

12.3万 获赞 16.1万 被关注 213 关注

10年+美妆业内 擅长鼓励理性消费

更多 >

美容护肤话题下的优秀答主 >

伦敦大学学院 政治经济学硕士 >

214人赞同了该回答

这是个好问题。在我看来，要了解“护肤有多大作用”，首先还是得知道“护肤究竟能做到什么”。

简单直白点，在护肤上，人一辈子都在做“抗衰老”这一件事。清洁、防晒、保湿这些基础护肤动作，虽然看似与抗老无直接关联，但长久以论，最终的目的也是“帮助肌肤维持现有状态，越久越好”。

肌肤的衰老主要分为就是“内源性衰老”与“外源性衰老”。

内源性衰老：随着年龄的自然增长，人体新陈代谢下降、肌体环境陈旧而产生的自然老化进程，属于“内源性”老化，非常依赖先天基因和后天营养。



15:40 知乎 · 200个回答

护肤品的作用到底有多大?

谈谈使用感受:

首先是在肤感方面，完全感受不到刺激，一点都没有用A醇的紧张感。没有奇怪的味道，好推，不黏腻，是我喜欢的清爽质感。一整夜空推，也没有A醇常见的拔干感，是相当平衡的一支精华了。而作为混油皮来说，我在短时间内很直观地感受到它有让皮肤整体变得均匀，毛孔在视觉上更细致了，肤质有微妙的提升，真的很厉害。

所以它是¥300价位段王者A醇精华，我是服气的，很适合A醇入门选手。

说完了“晚A”，也该聊聊“早C”了。



知乎 全部评论

评论 23

叶子 痘肌使用后，能缓解闭口粉刺 08-13 · IP 属地广东

19岁可以早C晚A吗？卧蚕那边细纹有点重，然后脸经常发黄暗沉。 08-18 · IP 属地福建

凌暴暴 作者 卧蚕这里已经属于眼部护理了，要看一下眼部是不是敏感，选择眼部产品。脸上发黄暗沉是可以尝试的，只要你皮肤不算太敏感，平日注意防晒。 08-18 · IP 属地上海

Dan 我用这一套皮肤好像细腻了，毛孔也小了，护肤还是不能偷懒，要想皮肤变好还得是坚持 08-17 · IP 属地湖南

沐子期 年轻不护肤，中年后悔死 08-16 · IP 属地安徽

雨水七里香 闭口粉刺毛孔粗大没法了。 08-16 · IP 属地海南

王之葵托利 年轻时觉得护肤没啥用，现在发现还是有很大用处的 08-09 · IP 属地北京

凌暴暴 作者 哈哈，只要从此刻起，一点都不晚 08-09 · IP 属地云南

美好一家人 两年前满脸斑，现在一个没有了，皮肤好了很多。 08-09 · IP 属地河南

凌暴暴 作者 明明之中自有添亿 全文没提祛斑，您读了啥？ 08-13 · IP 属地云南

穗和穗花 别人抗老我在抗痘 08-13 · IP 属地湖北

凌暴暴 作者 emmm...遵医嘱，看看皮肤科，坚持大半年，先把痘解决了再说~ 08-14 · IP 属地上海

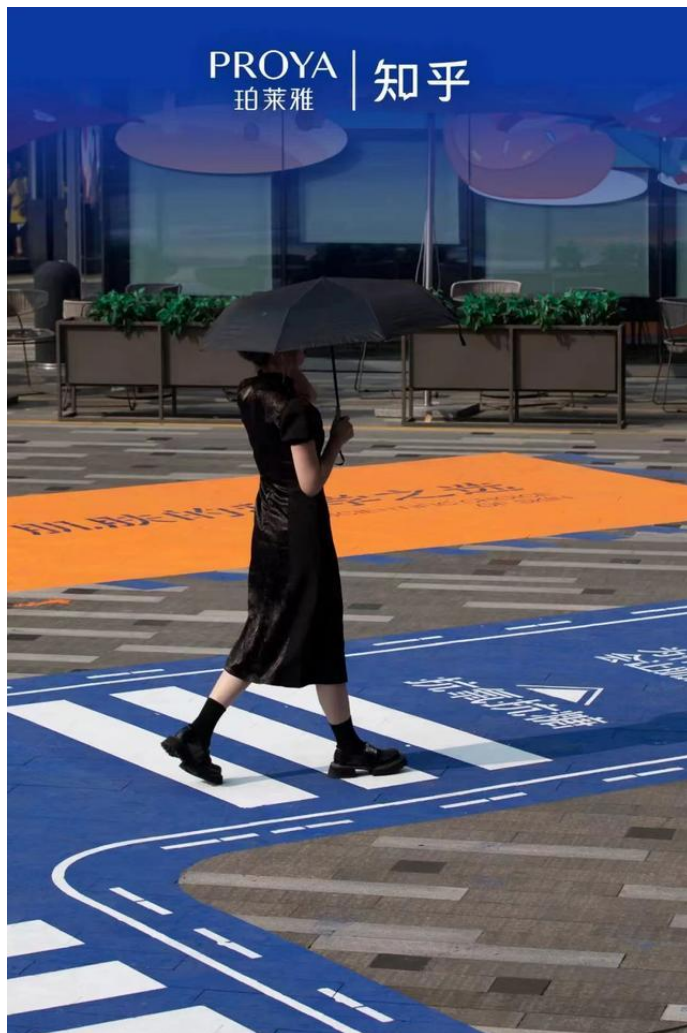
沐子期 08-12 · IP 属地安徽

优质博主

成分测评+使用感受+产品推荐

正面评论

## 线下主题活动（8月13日-8月19日）



珀莱雅在杭州大悦城举办「珀莱雅 X 知乎」科学护肤线下展「肌肤的科学之选」，并通过商场周边LED大屏投放覆盖更多人群，以更接近消费者的距离，更专业的方式，打破消费者对于护肤模式的固有认知，将科学护肤观植入消费者心智。

室外1000平露天广场用斑马线喷绘的方式，将消费者在护肤十字路口遇到的选择具象化，并引用消费者最关注的肌肤问题做路面设计。参观的人可拍照打卡，也可学习相关的护肤知识，还能通过扫描斑马线尽头的二维码进入知乎圆桌讨论，与专业KOL学习珀莱雅科学护肤知识。

室内打造出100平“科学护肤体验馆”。消费者可以现场体验专业的visia肌肤检测仪，由研发专家一对一解读现场生成的肌肤检测报告，针对性提出个性化护肤建议。并通过伴手礼中的科学护肤手册传播品牌科学护肤主张。



## 线下主题活动 (8月10日-8月19日)



## 《这！就是护肤》 (8月19日)



8月19日，珀莱雅资深研发师亮相珀莱雅天猫官方旗舰店自播栏目《这！就是护肤》，从专业角度解答消费者护肤疑问，将珀莱雅科学护肤理念传递给更多消费者，凭借品牌强大的研发实力，塑造出一个专业科学的品牌形象。

在一系列流量入口的构建下，珀莱雅于8月12日-8月21日，正式开启“天猫品牌年度会员日”IP活动，以优惠机制回馈新老会员的同时，也实现了科学护肤理念引导下的自然流量的转化。

在官方公布的最终销售数据中显示，此次会员付款金额占总销售额的75%+，同时珀莱雅天猫官方旗舰店还招募到新会员28W+。

在天猫品牌年度会员日期间，珀莱雅开售3天销售额已占据天猫美妆全行业NO.1。



## koc真实体验+内容种草，有效提升珀莱雅品牌可信度



## 知乎站内综合指数趋势

投放期间相关话题词综合指数环比不断上升，8月20日达到峰值。

趋势分析 关联分析 用户分析

时间范围: 2022-07-27 → 2022-08-25

### 综合指数趋势

