

有超威，没蚊子

- ◆ **品牌名称：**朝云集团
- ◆ **所属行业：**家清
- ◆ **执行时间：**2022.05.08-06.30
- ◆ **参选类别：**内容营销类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://www.bilibili.com/video/BV1NN4y1A7YJ/?vd_source=56f1f9e0d11e76f551237305c1164813&t=1.7

背景和目标

作为连续七年杀虫驱蚊市场份额第一的领导品牌，超威从2020年开创属于自己的营销赛道。连续两年成功打造#超威蚊学说 品牌营销IP，并在2021年尼尔森数据调研中实现驱蚊品类品牌健康度综合指数第一。

然而面临激烈的市场竞争，超威第一的领导地位需要进一步巩固和拓张如何保持驱蚊品类中的第一、成为品类中具有绝对优势的代表品牌，成为超威今年品牌建设的重要挑战。

唤醒大众对蚊疾问题的重视，实现超威“有超威，没蚊子”的品牌心智，提升品牌在品类中的领导力和影响力，为2022年超威驱蚊项目立高度。

洞察和策略

从可口可乐=可乐、格力=空调、绿箭=口香糖.....我们洞察到，在每一个赛道中，能够成为品类中的代表，实现品类等同的品牌，除了拥有引领行业的产品力、专业背书，核心是都始终持续多年在不断深耕产品场景的消费者沟通。超威作为专业驱蚊杀虫品牌，在每年夏天最大的产品场景是“驱蚊”这一痛点场景。

因此，我们2022超威传播策略，决定回到最熟悉的地方、用不一样的方式进行沟通：重启品牌成立初期的沟通主题：有超威、没蚊子！把用户最熟悉的驱蚊场景，以全新的形式沟通并唤醒痛点需求让用户感受不一样的驱蚊新体验，超威围绕驱蚊痛点场景，通过“立高度、造声量、打爆品”三步走传播策略真正实现“有超威没蚊子”的品类等同认知。

ROADMAP

#有超威，没蚊子#

阶段节奏

立高度 5.8-5.16


联手央视网打造科普蚊题片发起共同呼吁
入选中国品牌日等赋能品牌背书

造声量 5.19-5.27

携手新生代艺人罗一舟撬动更多年轻力量加入
品牌社交热度翻倍增长，实现品效合一

深耕IP 5.28-6.30

何广智、徐志胜联手打造#超威蚊学说#脱口秀专场
全民一起笑对“蚊题”

 超威×央视网: #你可能被叮上了#

超威×罗一舟: #超威全能守护者#

 超威蚊学说第三季 #驱蚊超有笑#

传播内容

沉浸式蚊题科普片
《你可能被叮上了》

CCTV生活圈百人评测团定制科普视频

超威驱蚊喷雾产品TVC

罗一舟520
官宣ID、KV

【夏日守护搭配】
UGC活动

罗一舟527旗舰店
呼吁ID视频

何广智脱口秀专场视频

《你可能被叮上了》
创意主KV

参选央视网“中国品牌日”

超威全能守护者礼包及定制礼盒

海螺传声筒科普小课堂

罗一舟明信片
买赠活动

徐志胜脱口秀专场视频

入选央视网超级好物评测专题页


罗一舟手机壁纸解锁

超威蚊学说3.0 抖音全民任务专题

抖音矩阵达人话题创作



传播资源

 央视网媒体矩阵
央视网官微、央视网视频号、快看抖音号、快看B站号
央视影音启动页、小央视频轮播图
央视网微信公众号、央视网首页、视频频道、健康频道
.CCTV生活圈微博、抖音、视频号、公众号



罗一舟微博官宣

5.20全国热搜#罗一舟520超威守护#
罗一舟定制超话



6.8何广智、徐志胜微博

6.9笑果官方发布

微博话题达人+KOC矩阵

抖音热点榜单+信息流

6.9-6.10 微博区域热搜上海&广州

微博话题达人矩阵+KOC矩阵



#你可能被叮上了#上北京、广东热搜

罗一舟粉丝团/大粉扩散、大粉开箱



5.27 抖音全民任务#超威蚊学说# 现金任务

抖音话题达人矩阵

10家媒体新闻稿

央视网粉丝通

微博话题达人矩阵+KOC矩阵



抖音信息流、热点品专上线

罗一舟呼吁微博

官方阵地



超威官方微博、抖音号、视频号同步扩散；超威粉丝通&抖+投放
内参：央视网/罗一舟员工活动、传播核心内容内部扩散、驱蚊喷雾/花露水种草素材内宣

种草转化



3.31-5.30

徐志胜小红书、52位KOL+50名KOC上百篇种草笔记+关键词信息流竞价投放占位霸屏小红书

4.16-8.9

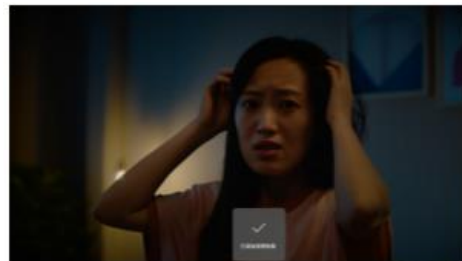
32位达人、44位cps抖音驱蚊喷雾种草+随心推、千川投放

创意和执行

第一阶段：超威联手央视网打造沉浸式科普蚊题片《你可能被叮上了》，共同呼吁重视驱蚊防护、预防蚊疾传播

- 携手央视网打造行业首个蚊子第一视角悬疑蚊题片；

https://www.bilibili.com/video/av553858046/?vd_source=56f1f9e0d11e76f551237305c1164813&t=7.9



(1) 我们洞察到大众的日常防蚊意识淡化，但蚊疾对人类健康的威胁从未消失。超威作为专业驱蚊领导品牌，联手央视网打造沉浸式科普蚊题片《你可能被叮上了》，并发起共同呼吁，唤醒大众对蚊疾问题的重视。

- 微博热搜话题#你可能被叮上了#引发全网共鸣，话题阅读量超1.8亿，北京、广东热搜第六位。



(2) 参与中国品牌日展播、CCTV生活圈百人亲测团、超级好物测评，让大众听见中国驱蚊领导品牌的声音，提升品牌公信力及产品专业性背书。

- 入围央视网“中国品牌日”超级品牌展播；
- 获CCTV生活圈百人亲测团强烈推荐；
- 入驻「央视超级好物测评-超级品牌」；

https://www.bilibili.com/video/BV1pN4y1A74y/?vd_source=56f1f9e0d11e76f551237305c1164813&t=1.7



第二阶段：超威全能守护者@罗一舟响应品牌呼吁，520甜蜜守护官宣，为超威注入年轻力量



520官宣，罗一舟微博率先发布日常驱蚊vlog，官宣超威全能守护者身份；

https://www.bilibili.com/video/BV1bP411J7tD/?vd_source=56f1f9e0d11e76f551237305c1164813&t=4.2



罗一舟发布ID视频呼吁粉丝一同响应央视网号召，重视驱蚊防护

(1) 如何给品牌卷入更多年轻用户？超威选择在5月20日官宣超威全能守护者——罗一舟，通过分享工作现场的被叮“事故”和守护好物，呼吁粉丝一起重视驱蚊防护。超威借助年轻代表力量，撬动更多新生代群体，实现品牌的年轻化。



发售「超威全能守护周边礼盒」，多重“舟”边好礼带动销量，店铺活动获粉丝好评，实现**品效合一**；

https://www.bilibili.com/video/BV1wV4y1L73h/?vd_source=56f1f9e0d11e76f551237305c1164813&t=2.8



微博两大话题#罗一舟520超威守护##罗一舟超威全能守护者#引发粉圈讨论，**阅读量超9亿**；

(2) 通过打造全能守护定制礼包、守护明信片，助力天猫旗舰店在官宣首日销量同比增长200%以上。

罗一舟来电视频，甜蜜互动花式宠粉，超威在粉圈好感度直线上升。

https://www.bilibili.com/video/BV13N4y1A7Ho/?vd_source=56f1f9e0d11e76f551237305c1164813&t=3.6



第三阶段：**#超威蚊学说#第三季脱口秀专场** × 何广智、徐志胜，用脱口秀笑对「蚊」题，提升品牌营销IP影响力

超威用产品为用户解决“蚊题”，#超威蚊学说 第三季邀请何广智、徐志胜用脱口秀呼吁用户笑对“蚊题”。

何广智、徐志胜受超威蚊学说脱口秀邀约，火力开聊分享和蚊子有关的爆笑趣事。

超威蚊学说-徐志胜

https://www.bilibili.com/video/BV1LB4y1j7gM/?vd_source=56f1f9e0d11e76f551237305c1164813&t=1.4



(1) 基于品牌话题抖音主阵地，启动全民任务发起全民来讲蚊题趣梗，头腰部达人入局撬动话题流量

微博热搜第三话题#何广智徐志胜血亏现场#辅助传播，视频播放总量突破1291W，微博话题阅读**突破4亿**；

超威蚊学说-何广智

https://www.bilibili.com/video/BV14d4y1i7Gg/?vd_source=56f1f9e0d11e76f551237305c1164813&t=4.0



(2) 围绕那些生活中的“蚊题”，何广智、徐志胜定制创作各自的#超威蚊学说#脱口秀，通过趣味的段子和爆梗让“蚊题”这个事情变得十分轻松有趣，正如超威驱蚊喷雾及超威电蚊液，轻松帮助用户解决蚊题。

抖音全民任务#超威蚊学说#同步上线，14位超人气抖音达人先后加入，多种题材与形式打造花式内容矩阵，激发全民驱蚊趣事讨论热。#超威蚊学说#创办三季以来，抖音播放量累计已**突破16亿**。



品

全网曝光量突破**18亿**



总曝光量**8000万**
联合打造首支沉浸式蚊题材科普片



#超威蚊学说 话题播放量
新增**4.8亿** 累计播放量突破 **16亿**



各大话题总阅读量**13亿**，总讨论量
628万



总阅读量**80万+**
#驱蚊喷雾 #驱蚊神器 均完成前50
篇占位

效

斩获驱蚊品类社媒
品牌声量及美誉度综合第一



投放后品牌人群资产规模远
从190万提升至**1.09亿**



超威微博社交声量提升**177.5%**
品牌兴趣人群增长**200%**
超威成功占领驱蚊品类**TOP1**



投放期间天猫“超威驱蚊喷雾”
搜索人气环比**增长304%**

销

快速打造新品驱蚊喷雾
成抖音品类新增销量**Top1**

超威驱蚊喷雾全阶段种草**GMV282万+**
单品小店链接累计销量**7万+单**，投流**ROI 1.35**
60天内抖音同品类**新增销量TOP1**



罗一舟官宣首日销售额超**123万**
明信片活动销售额**49.8万**