

“万事万灵冷酸灵” 冷酸灵2022年CNY营销传播项目

- ◆ **品牌名称:** 冷酸灵
- ◆ **所属行业:** 个护类
- ◆ **执行时间:** 2022.01-03
- ◆ **参选类别:** 场景营销类

冷酸灵®

冷热酸甜 想吃就吃

祝

万事万灵 冷酸灵

冷酸灵2022年CMY整合营销传播

背景 | CONTEXT

作为拥有83年历史的国民抗敏感牙膏品牌，冷酸灵一直以来强调“冷热酸甜”与“吃”的场景。然而耕耘多年的品牌资产正在被侵蚀：不少竞品都相继在“吃”及“冷热酸甜”等场景下功夫。由此，作为多年紧密合作的广告供应商，我们向冷酸灵提出2022年的目标是：捍卫品牌资产，夯实冷酸灵国民“第一”的地位。



创意 | ORIGINALITY

在春节节点上，冷酸灵要求传播创意需同时突出“83年历史”、“国民品牌”、“抗敏感”等要点。因此，我们以“时代列车”为创意核心主线，邀资深年轻演员（出道17年）—吴磊作为见证媒介，突出冷酸灵跟随时代成长步伐，从民国到今日，聚焦国民冷热酸甜的饮食习惯，守护几代人的口腔健康。通过满载历史进程的“时代列车TVC”高调官宣，打响冷酸灵国民化战役头炮。

执行 | IMPLEMENT

以“时代列车TVC”打头阵，辅以多维度的传播线，配合打造品牌升级效应：

1. 在专业化上持续输出，发起知乎圆桌讨论，全民共创大开“想吃就吃”之脑洞。
2. 以年轻化的贺岁漫画泡面番，展开年轻化拜年新姿势，实现冷酸灵“万事万灵”祝愿语刷屏全网，破圈年轻群体，突破了其他抗敏牙膏品牌过于常规化传播的局限。
3. 在抖音平台发起品牌挑战赛，引用户参与与吴磊合拍；抖音红包·答题定制赛+集金币，冷酸灵利用抖音新年全新玩法，整体曝光量高达10.3亿次，成功提升了品牌影响力。
4. 外围持续曝光，官媒权威背书、卫视直播精准地域曝光，主流媒介带领冷酸灵迈进千万家；OTT电视、楼宇广告、院线曝光、出行渠道、商圈LED，投放渠道全面铺开，冷酸灵快速攻占居民春节生活圈。

成果 | RESULT

全平台

2022年全平台曝光量与往年数据横向对比提升	2021年全平台总曝光	2022年全平台总曝光
153%	86亿	132亿

抖音

2022年抖音曝光	其中抖音红包曝光	较上年抖音红包增长
89.1亿+	78亿次	122%

知乎

2022年知乎曝光	0费用登上知乎热榜	2022年外国总曝光
1.1亿+	第8位	35亿+
知乎圆桌浏览量	较上年专题浏览量增长	较上年提升
6312万+	76%	120%

其他



作为拥有83年悠久历史的国民抗敏感牙膏品牌，冷酸灵一直以来强调的“冷热酸甜”与“吃”的场景。
 然而**耕耘多年的品牌资产正在被侵蚀**：不少竞品2021年都相继在针对“吃”及“冷热酸甜”等场景下功夫。

云南白药

云南白药牙膏 薄荷清爽
好口腔 吃出幸福感
你的口腔健康专家!

洁齿护龈 呵护口腔
专为国人饮食习惯研制
快节奏的生活
让我们各种海吃

加班夜宵 朋友聚会 冷热刺激 暴饮暴食

护龈CP 拯救吃货口腔

舒适达

冷热酸甜让牙齿敏感酸痛 想吃不敢吃?
钾离子可有效阻击牙神经电冲动 缓解因食物冷热酸甜刺激而引发的牙齿敏感疼痛

形成抗酸屏障, 封闭保护暴露的牙本质
形成的矿物保护层可抵抗日常酸性刺激

酸 热 甜 冷

形成抗酸屏障 抵御饮食中的刺激

舒适达
牙齿不敏感, 尽情享美味

占领冷酸灵国民抗敏 第一品牌的垄断性心智

延续83年守护国民健康的历史感、国家专利抗敏科技

“中国卖出的抗敏牙膏十只有八只冷酸灵” 的绝对领导地位

品牌TVC

品牌价值新演绎

全年品牌传播线

借势吴磊，高调官宣年度定位

为冷酸灵2022国民化赋势

CNY

情感高度共鸣

首波内容营销启动

国民化与年轻化组合拳

赢取国民喜爱新高度

冷酸灵携吴磊微博首发TVC， 从粉丝圈引爆，层层扩散全民。



总播放 **3000**万+
105万+互动



知乎问题商店 的提问

敏感 脑洞类问题 冷酸灵 牙齿敏感

超级脑洞挑战赛 (知乎活动)

超级脑洞挑战赛：假如你拥有想吃就吃的超能力，你最想吃什么？

圆桌收录 敏感清零，万事万灵 >

有奖问答 已开奖

奖品：想吃就吃超级王者等

力大无穷、刀枪不入、快如闪电...为了满足好奇，人类想象出千万种超能力，假如「吃」也是一种超能力，它有这样的应用场景？海纳百益，开怀迎接所有美味；心宽体不...显示全部

关注问题 写回答 邀请回答 好问题 129 添加评论 分享

关注者	被浏览
1,687	1,086,167



主话题发布当日即自然爬升至知乎热榜第8位，以自然热度引爆站内讨论，在榜超过10小时。

2022年品牌圆桌浏览量达成 **「6312万」**

2022年主话题浏览量超 **「108万」** 关注者 **「1687位」**

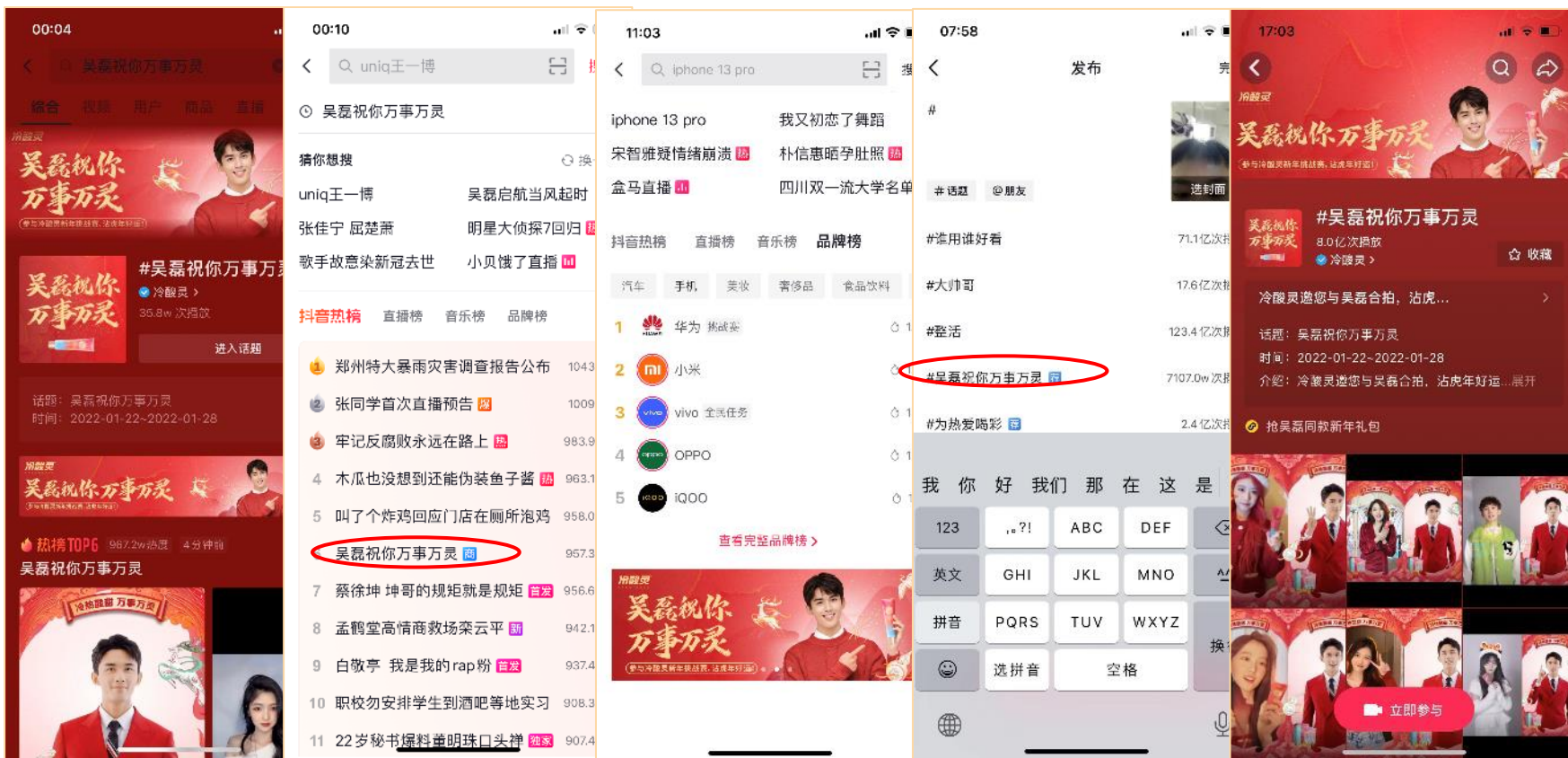
品牌热度在知乎全站实现超高速增长



种草笔记霸占行业热门词，助力国民化形象走进潜在人群圈层
优质爆文提取大量关注与互动，深度种草圈粉

行业热门词条“牙膏”、“高颜值牙膏”、“牙膏礼盒”相关词条搜索版面部分笔记被收录

抖音活动·品牌挑战赛：横扫平台用户，实现全链路覆盖



热点品专

热点榜单

品牌榜banner

发现页话题

定制话题页

官媒权威背书+全国电视高空覆盖，主流媒体带领冷酸灵迈进千万家

官方纸媒《参考消息》+全国15个央卫视省台高频曝光



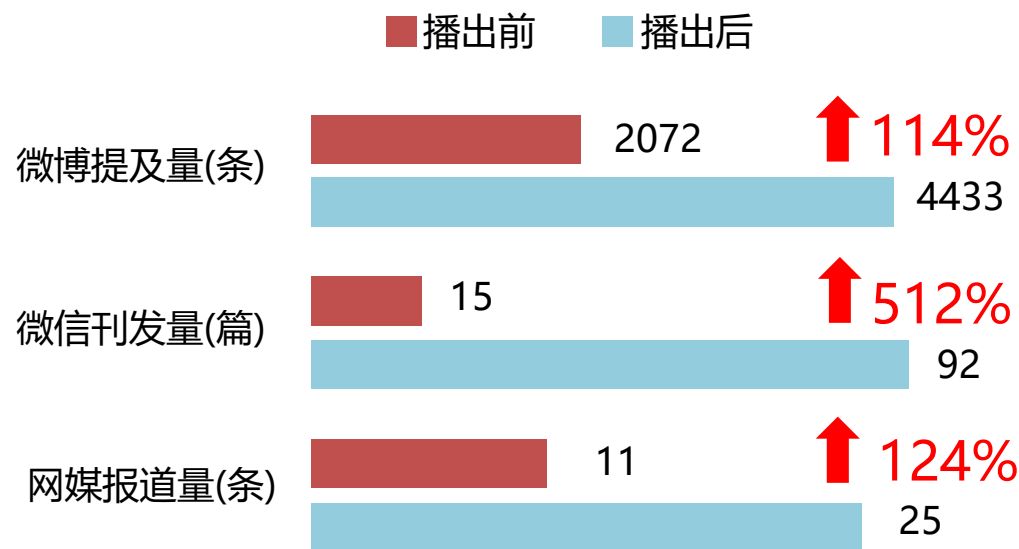
总曝光超 **22** 亿人次

两大卫视直播精准地域曝光唤起川渝人民地区情

四川卫视、重庆卫视携手搭建川渝春晚引双微一抖流量风暴，388处反复曝光占心智



2022川渝春晚播出前后“冷酸灵”热议变化



总曝光超 **3.2** 亿人次，热议度最高提升 **512%**

OTT电视增长迅速，冷酸灵快速攻占客厅经济高地

全面覆盖家庭用户观看路径，借势春节与冬奥双重热潮，享受全民关注红利。



15秒包框开机广告



频道霸屏广告



角标广告



频道弹窗广告



投放终端超 **1500** 万台，曝光超 **2.6** 亿人次

楼宇广告高频次多点触达消费者，助力形成消费闭环

分众、新潮广告露出，楼宇梯内屏集中引爆，打进消费链路尾端



投放总频次超 **4** 亿，总曝光超 **5.2** 亿人次

楼宇广告置换资源，引流电商平台拉动转化

置换支付宝、饿了么、大润发、成都永辉、家乐福等多个新零售平台



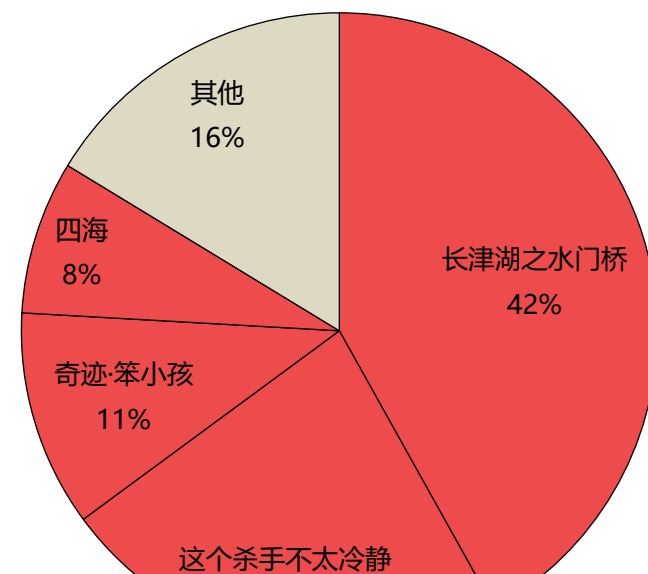
仅支付宝曝光超 **1945** 万人次，互动人数超 **106** 万

全国院线抢占四大热门电影，紧捉国民眼球

四大电影占春节票房83.7%，覆盖大部分春节观影人群，影城LED、猫眼取票机保证同一场景多频曝光



票房占比



投放场次超 **56.8** 万，触达超 **6800** 万人次

霸占户外场景国民，出行渠道全覆盖

全国高铁、机场大巴、公交车站及候车厅、社区门禁、轻轨广告露出



曝光超 **1.3** 亿人次

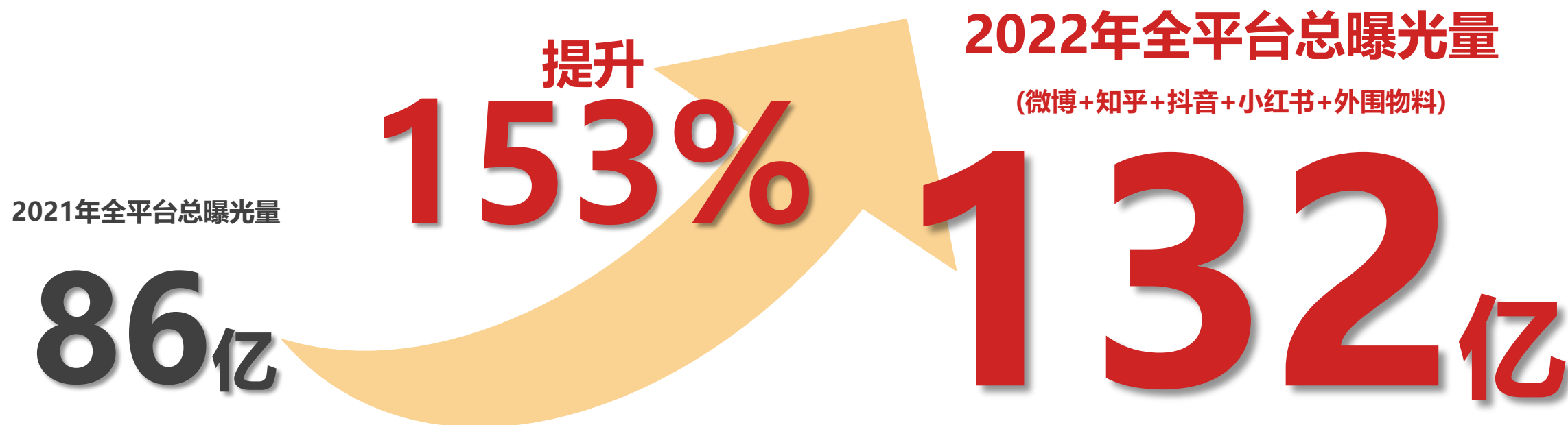
登陆3大商圈LED大屏，全国人民共证冷酸灵CNY盛事

5个投放点覆盖重庆观音桥、解放碑、沙坪坝核心商圈



曝光超 **2718** 万人次

2022年全平台曝光量与往年数据横向对比



超额完成项目目标，大获全胜

冷酸灵国民化传播指标
(微博+小红书)

5亿+

138%

曝光完成率

冷酸灵国民化CNY实际曝光量
(微博+小红书)

6.9亿+

超额完成项目目标，双平台旗开得胜

知乎

1.1 亿+

- **0费用**登上知乎热榜**第8位**
- 知乎圆桌浏览量**6312万+**，较2021年专题浏览量增长**76%**

抖音

89.1 亿+

- 抖音红包曝光**78亿次**，较2021年抖音红包增长**122%**
- 抖音活动整体曝光**10.3亿次**，超同期日化品牌**313%** (抖音品牌挑战赛+全民任务)