

# 法医不高冷，真相“在益起” 盼盼食品《法医秦明》娱乐营销项目

- ◆ 广告主：盼盼食品
- ◆ 所属行业：快消
- ◆ 执行时间：2016.10.13-2016.12.15
- ◆ 参选类别：创意类

## 背景

### Background :

近年，竞争一贯激烈的饮料市场进入深度调整期。大品类衰退，健康趋势明显，乳酸菌饮品在业内掀起一阵爆款高潮。

2016年，盼盼“在益起”乳酸菌饮品如何跳出红海，传递“有温度有感情”的“在益起”理念，推动盼盼品牌年轻化再升级，成为品牌营销重中之重。

## 原定评估标准和指标

### Original Evaluation KPI :

盼盼食品《法医秦明》植入总曝光预估6402.65万，预估总点击19.52万，CTR 5.1%

## 挑战

### Key Challenges :

- 1、饮品市场竞争激烈，如何跳出乳酸菌饮料市场红海，传递“有温度有感情”的“在益起”理念
- 2、年轻受众拒绝硬广告,如何让他们关注并增加品牌印象是要解决的问题

## 营销传播目标

Communication objectives :

传播目标：

传递“有温度有感情”的“在益起”理念，推动盼盼品牌年轻化再升级

阶段目标：

- 1、通过年轻人喜欢的方式正确迅速提升品牌知名度；
- 2、直击目标受众，让“在益起”品牌理念深入人心

营销传播策略

Communication Strategy :

## 法医不高冷 盼盼在“益起”

——让广告成为内容 让口号成为IP——

### 内容定制化

借势热播大剧《法医秦明》，与真相时刻“在益起”创意植入+创意压屏条，自然巧妙地融入剧情，拒绝“硬”广告，与年轻观众软性沟通产品诉求。品牌及产品的植入不再仅仅限于露出展示，更成为与观众互动，推动剧情发展、体现人物性格的关键元素

### 传播融合化

全面包围《法医秦明》，深化品牌偏好  
通过《法医秦明》剧情融入及传播融合，PC及移动端广告前贴、片尾及开播发布会、庆功会现场联合赞助身份露出，让盼盼品牌全面包围《法医秦明》，实现盼盼“在益起”乳酸菌饮料新品大范围曝光，快速提升知名度。



彻底抛开尴尬露出 无厘头乱入剧情 搜狐视频为盼盼定制全新内容营销策略

反套路植入



2016年开创性法医题材悬疑网剧《法医秦明》一经开播便掀起了刑侦职业剧霸屏狂潮，横扫各大社交媒体影视话题热榜，成为当季绝对爆款。

盼盼玩出新意思





1 这碗广告我干了  
高定广告“暗语”

融合要靠谱2  
欢脱CP怒刷存在感

2招速成  
成就刷剧党眼中最佳CP

“在益起” 乳酸菌  
化身高冷秦明破案拍档



# 高定广告“暗语”

定制内容桥段 盼盼化身破案小能手



## 搜狐视频为盼盼量身定制“戏份”

在剧中，盼盼穿梭在主角们的日常工作生活里，全程零违和，更融合剧情发展，小龙虾搭配盼盼“在益起”乳酸菌饮料，成为破案的关键性线索。

原来广告也可以成为剧情内容，品牌营销新技能getV！



# 高定广告“暗语”

创新广告形式 精准搭载剧情高曝光



## 定制盼盼[创意压屏条]给力带节奏

给力的盼盼更化身创新广告“压屏条”，每集自带弹幕吐槽，神来之笔卖安利，品牌印象挥之不去！秦明的灵光乍现，互怼三人组的相爱相杀，统统都离不开盼盼“在益起”。随剧目热播，品牌曝光度急速增长。

# 高定广告 “暗语”

创新广告形式 电商一键跳转促销售



**精准[easy buy]购买模式为盼盼高定销售转换通道**

看到萌萌哒“在益起”，心动就要马上行动，播放界面购买提示，观看同时实现即时一键购买，缩短品牌营销路径  
观剧购买两不误，好产品一键轻松BUY！

**融合要靠谱**  
**欢脱CP怒刷存在感**

海陆空全矩阵资源神助攻，让盼盼与《法医秦明》亲密指数大爆发，时时“在益起”。



**社交圈**



海报授权  
发布会 庆功会  
**新闻圈**  
粉丝见面会  
剧组探班

**搜狐集团全矩阵**

新闻客户端 院线 户外

**资源圈**

通告节目 门户专题  
黄金贴片 定制H5

开机大图





- **销量贡献Sales**： 贴合年轻受众喜好的娱乐营销项目带动消费者好感度，促进销量提升
- **品牌贡献Brand**： 盼盼食品《法医秦明》娱乐营销项目超预期获得超高曝光量，其中植入剧集内容播放量超过2.5亿，品牌好感度强效提升
- **用户关系 User Relationship**： 软性植入助力与消费者深度沟通，自然巧妙地融入剧情，增加用户代入感。
- **传播力 Communication Power**： 盼盼植入《法医秦明》剧集总播放量破14亿，横扫各大社交媒体及影视话题榜，单集点赞数高达11万，稳居骨朵网剧红榜第1位。伴随剧集热播，盼盼“在益起”亦随之被大众所认识。
- **创新力 Innovation**： 《法医秦明》是搜狐视频又一开创性超人气现象级自制网剧内容，通过创意、制作与品牌结合运营，配合创新广告形式创意压屏条及“easybuy边看边买”，缩短营销路径，将盼盼“在益起”乳酸菌饮品以“内容+创意+传播融合”方式深入目标受众。
- **媒介发展推动力 Promoting Media Industry Development**： 创新广告形式创意压屏条及“easybuy边看边买”技术产品，融入观剧体验，为品牌提升用户好感度，缩短营销路径。
- **品类发展推动力 Promoting Category Development**：“剧情+产品+创意”引发话题并实现产品有效传播，随着剧目高流量、高关注度热播，盼盼品牌热度还在持续发酵。

## 客户证言：

盼盼饮料品牌负责人表示：

盼盼食品联合赞助《法医秦明》， “对产品的内涵进行多元化的尝试，通过不同剧集的人物及故事情节呈现，让年轻人看到产品、乃至企业的鲜活变化。从 ‘有温度有情感’ 的在益起，推及盼盼饮料，再推动盼盼食品品牌向年轻化的再升级”