

# 立白春晚营销

- ◆ 广告主：立白
- ◆ 所属行业：快消
- ◆ 执行时间：2017.01.27
- ◆ 参选类别：内容营销类



Top  
Mobile  
Awards

---

# 案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<http://player.youku.com/player.php/sid/XMjk3MzA5OTM4MA==/v.swf>



**立白独家冠名春节最热#春晚#话题**



**立白创意贴片包场拦截微博春节流量**

## 微博央视春晚项目介绍

2017年央视**首次**将春晚短视频进行分销，微博成为央视首选合作伙伴，立白联手微博借助春晚超级IP以视频贴片广告的方式切入，再利用春晚明星红利以及微博KOL矩阵进行传播引爆，通过微博话题进行内容沉淀，形成良好的传播效应，完美的提升了品牌影响力。

### 央视春晚微博节目短视频前贴5秒品牌广告；

以央视春晚节目短视频前贴5秒广告的形式，由微博超过3000位KOL大号矩阵扩散，从除夕夜开始陆续发布带品牌贴片春晚节目短视频，造成品牌社交刷屏事件

### 微博#春晚#话题页冠名；

借势年轻人群边看央视春晚边微博分享所看所想所得成为华人的“过年习俗”，通过春节期间全网最热#春晚#话题做为春晚社交舆论的汇聚地紧密地和品牌冠名商立白连接在一起

# 借势央视春晚超级大IP开启第一个社交媒体IP贴片广告形式

## 春晚IP力量 + 首创5秒微博贴片传播 + 中国最大社交平台微博，为立白品牌赢得最强音



立白春晚创意贴片创意示意

- 2017年立白战略升级，洗衣液、洗洁精、天然皂粉等产品线全面升级，致力于打造“引领绿色健康”的品牌战略；
- 但消费者，特别是85后的消费者对于产品认知还停留在此前，因此借助用户最喜欢的内容、传播形式、网络语言，能够快速吸引消费者关注，并且微博作为社交媒体，拥有天然病毒传播的优越性；
- 此次品牌和微博抓住春晚时点，祝福+健康，说的到，立白做得到，突出立白产品线的绿色健康的卖点，如此大的传播声量，必将深入人心。

## 高关注度春晚明星嘉宾加入传播阵容为品牌带来强曝光及社会影响力 超过3000位KOL大号陆续发布带品牌贴片春晚节目短视频



**@张杰 (粉丝数4121万)**  
直发带品牌贴片视频曝光  
春晚收视率第一节目明星嘉宾  
关联关注度高



**@谢娜 (粉丝数8961万)**  
转发张杰博文带贴片视频曝光



**@马天宇 (粉丝数2199万)**  
直发带贴片视频曝光  
春晚收视率第五节目明星嘉宾  
关联关注度高



**@关晓彤 (粉丝数1540万)**  
直发带贴片视频曝光  
春晚收视率第五节目明星嘉宾  
关联关注度高



**@王子文 (粉丝数834万)**  
直发带贴片视频曝光  
春晚节目表演嘉宾  
关联关注度高



**@沈腾 (粉丝数462万)**  
直发带贴片视频曝光  
春晚节目表演嘉宾  
关联关注度高

更有@人民日报及央视@春晚这样的媒体大号以加入传播阵容为品牌带来强曝光及社会影响力



@人民日报 (粉丝数5006万)  
直发带贴片视频曝光



@春晚 (央视春晚官方微博·粉丝数790万)  
转发曝光带贴片视频

## 东方卫视春晚视频贴片



江苏卫视春晚视频贴片



陕西卫视春晚视频贴片





## 立白独家冠名微博#春晚#话题

Icon在#春晚#话题页头像和头图强势露出，banner位植入品牌活动

话题阅读增量**125亿+**

话题讨论增量**1100万**

彰显网友对春晚关注热情，品牌借势提升品牌影响力

## 借势#春晚#话题，引流立白专属社交子话题#你妈说#



主页 精华 相册

热门讨论

导语：立白提醒您：2017央视鸡年春晚倒计时一天！刘涛、蒋欣、王子文、杨紫、乔欣、TFBOYS组合、胡歌、王凯、陈伟霆、鹿...[更多]



加关注 | 发微博 | 聊天室 | 更多内容

#春晚#话题页通栏引导用户点击跳转品牌子话题页参与品牌活动



主页 精华 相册

全部讨论

导语：春节回家，最大的幸(zhe)福(mo)就是享受妈妈的唠叨。你妈说过哪些对你关切又辣耳朵的话呢？...[更多]



置顶

品牌话题作为舆论聚合地  
承载网友互动舆论声量



主页 精华 相册



立白引领绿色健康  
1-27 来自搜狗高速浏览器

【大型春节燃爆活动】春节回家，最大的幸(zhe)福(mo)就是享受妈妈的唠叨。#你妈说过哪些对你关切又辣耳朵的话呢？转发评论，爆料那些年你被你妈骂过的奇葩语录，并@立白引领绿色健康，立白将送出20份188元红包及100份立白皂液大礼包哦！



3810 3606 383

加关注 | 发微博 | 聊天室 | 更多内容

品牌活动引发涟漪传播扩散，主推品牌事件声量

## 子话题规划，同时引流电商，打通销售



### 立白品牌专属子话题页#你妈说#

品牌2.0红绿祝福视频

+

品牌微博活动

+

电商引流

- ◆ 通过春晚话题页通栏及专题页通栏引导用户点击参与品牌活动，引流品牌话题页
- ◆ 品牌话题页顶部banner植入品牌病毒视频（2.0红加绿祝福版本）引发用户共鸣
- ◆ 同时推荐博文置顶品牌活动，吸引用户参与转发，建立品牌关联
- ◆ 电商引流banner引流立白天猫旗舰店

## 品牌官微发起【我与妈妈的奇葩语录】活动

品牌官微通过品牌话题#你妈说#发起活动，参考“我与妈妈的奇葩语录”，评论回复那些年亲妈说过的奇葩语录，网友真情响应参与传播品牌活动。



春晚节目播出4小时后，微博带品牌贴片节目短视频播放量1亿次，并在24小时内达到3亿次播放；截止日前超过预估播放量10亿达到**14.9亿**播放量，视频源共计3458个，春节期间共有8000余名微博用户发出春晚短视频博文

**14.9**亿+

品牌前贴片  
短视频播放量

**125**亿+

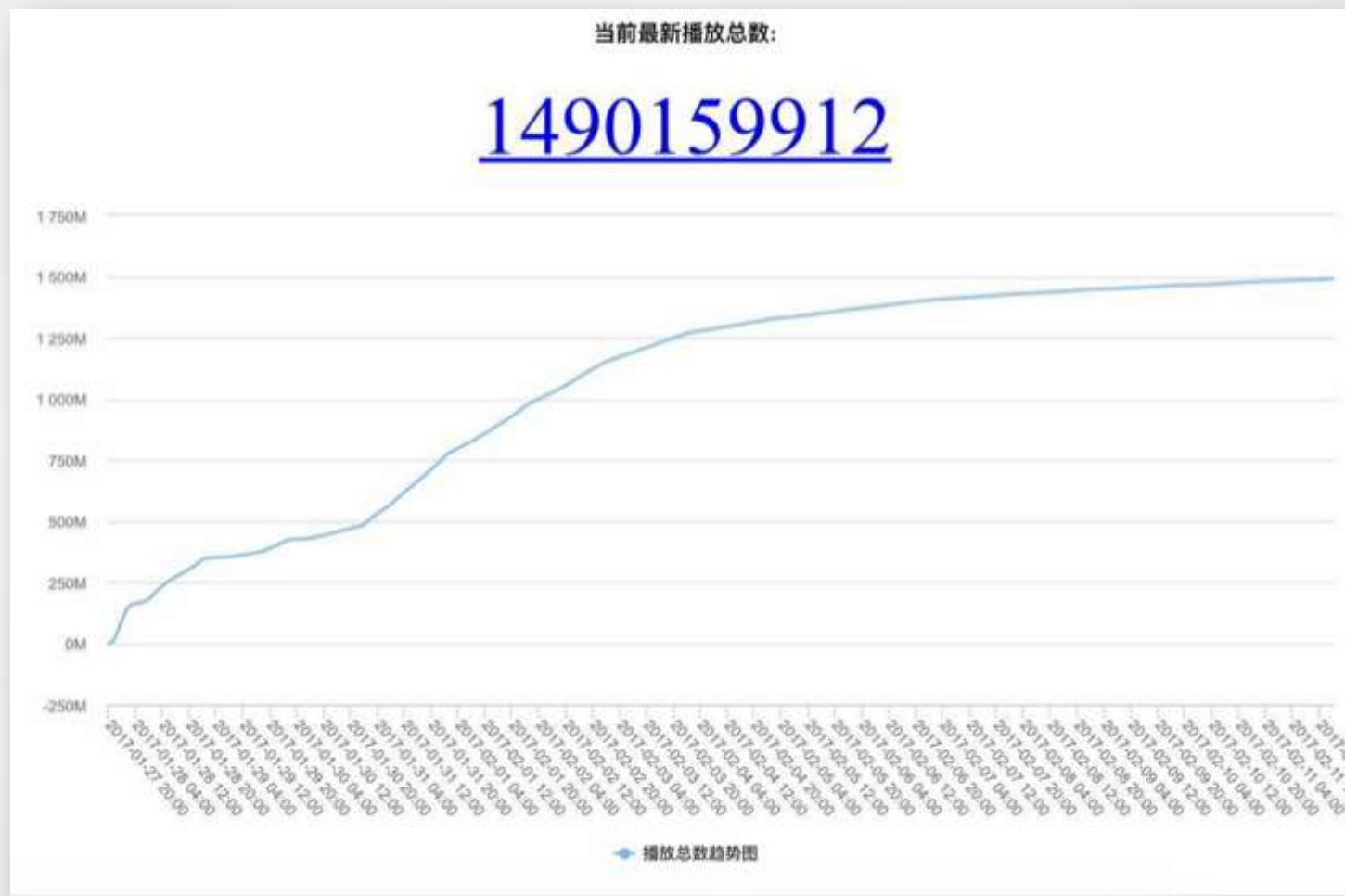
品牌冠名#春晚#  
话题阅读增量

**1100**万

品牌冠名#春晚#  
话题讨论增量

**42.6**万

品牌社交话题  
#你妈说#阅读量



春晚短视频贴片播放量趋势 - 微博后台提供

播放量	视频源 (OID)
1,490,159,912	3458

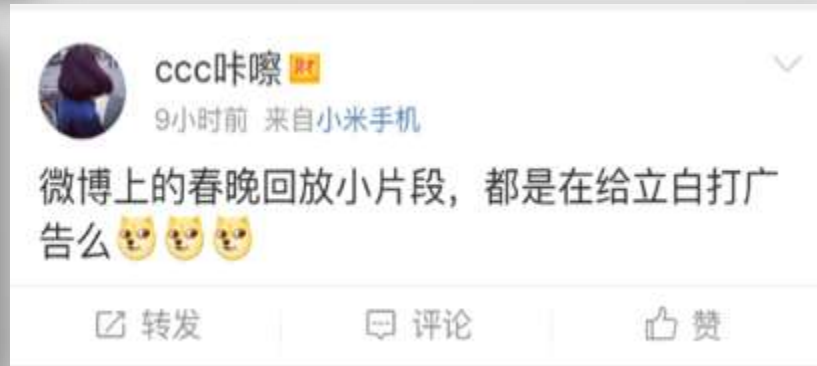
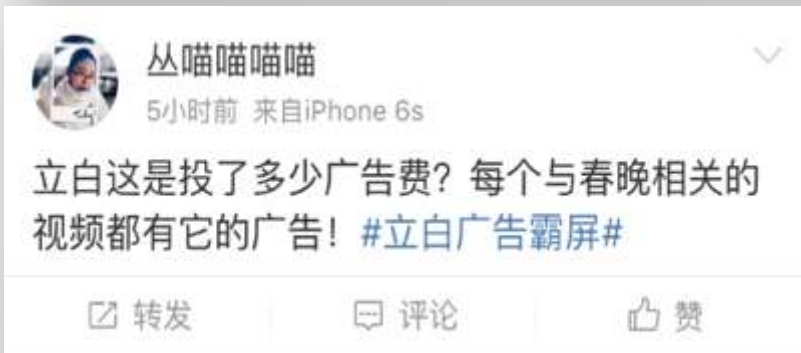
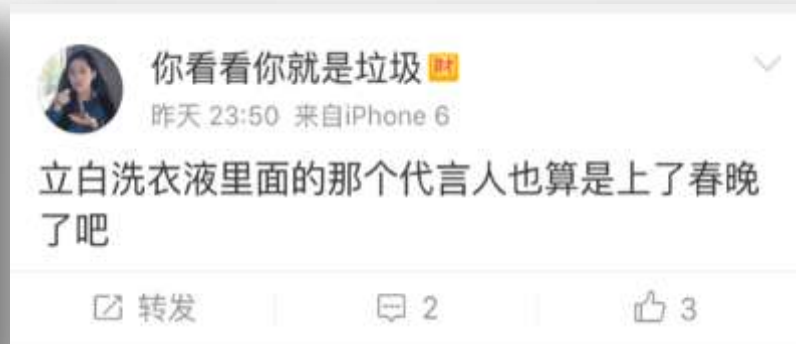
微博统计

播放量	独立播放人数	人均观看次数
1,116,836,445	59,299,485	19次

第三方统计

- 立白春晚项目微博运营投入大量资源，在春节期间微博核心资源位如：**个推，全量push，全量雷达打点，开机报头，发现广场banner，龙渊，视频流，kol矩阵转发**等等都投入在春晚项目中，春晚单日投放资源量相当于大型季播节目一整季资源投放量，因此在春晚期间向用户不断强化春晚相关信息，且春节期间其他新视频内容产出较少，所以用户观看次数激增
- 春晚期间因春晚为全站热点，春晚内容是网友参与传播和消费的主要内容，在春节期间春晚内容通过运营手段进行反复推送，从而提升了贴片视频人均观看次数。

## 品牌借势春晚热点成功打造品牌社交营销刷屏事件，引发用户关注讨论





因网友高强度热烈讨论，春晚期间话题多次自然登榜，为品牌带来价值百万免费曝光



对比春节期间魅族冠名话题#艾特春晚#立白#春晚#话题阅读量高出整整10倍

对比热门赛事欧洲杯期间海信冠名话题#欧洲杯#立白#春晚#话题阅读量高出整整4倍

持平四年一度奥运会期间热门话题#里约奥运会#，而立白#春晚#话题讨论增量高出400万+



225.4亿	5846.8万	40.4万
阅读	讨论	粉丝

导语：立白提醒您：2017央视鸡年春晚倒计时一天！刘涛、蒋欣、王子文、杨紫、乔欣、TFBOYS组合、胡歌、王凯、陈伟霆、鹿...[更多]



14亿	223.6万	2.9万
阅读	讨论	粉丝

导语：2017年1月27日19:00 魅族手机 @央视网艾特春晚 联合@微博电视 推出#艾特春晚#除夕夜伴随互动特别节目！七个小时播...[更多]



36.3亿	187.8万	3.7万
阅读	讨论	粉丝

导语：7月11日凌晨3点，2016欧洲杯决赛——葡萄牙VS法国！全场结束，12年前葡萄牙在主场欧洲杯决赛输给希腊丢掉冠军，...[更多]



231.1亿	708.5万	2.3万
阅读	讨论	粉丝

导语：第31届夏季奥林匹克运动会暨2016年里约奥运会，将于2016年8月5日至21日在巴西里约热内卢举行。四年一届奥运盛会齐...[更多]

期间用户参与#春晚#话题讨论发布博文均自动带上立白权益露出，助推品牌与春晚建立强关联同时提升品牌影响力。

