



乐事大波浪超级场景诠释超级属性

声声辣喊 口口解压

- 品牌名称：乐事
- 所属行业：食品、零食、快消
- 执行时间：2024.05.01-05.31
- 参选类别：场景营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://xyvewd.58u.cn/a/O9NBewE/>

项目背景

吃辣，是年轻人的
最爱的解压口味

75% 的辣味产品交易来源年轻消费者；
64% 的年轻消费者都喜欢吃辣菜；
辣味食品因其独特的刺激感，被很多年轻人
视为一种缓解压力的方式。

*数据美团外卖发布的《中国辣文化报告》

这一次，直接从消费者的第一口味出发
原创两款全新限定辣喊口味产品

辣味+猎奇口味，打造最受年轻人喜欢的解压口味



香辣臭豆腐味

红油辣条味

项目目标

1

精准覆盖高校大学生人群，强化产品解压心智

2

在城市重点新闻媒体中取得积极有效的正面曝光

3

吸引广大高校学生尝新



洞察与策略

全方位覆盖大学生生活，解压认知Next Level

走进高校走近TA，深度沟通解压心智



八大高校联盟

线上绑定官方打声量
线下品牌快闪造体验
邀请KOL共同发酵话题
强行占领解压心智

解压互动强渗透

解压力MAX场域，释放新品势能



联合草莓音乐节

解压事件造声量



声声辣喊
口口解压

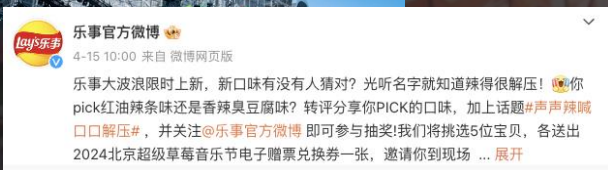


图片仅供参考，产品以实物为准

项目执行

辣喊+音乐，拉满解压Buff

预热



爆发



长尾



8 北京草莓音乐节 好友正在看



北京草莓音乐节成功登上热搜第八位，品牌内容成功成为热门登上前排

项目执行

考试季+辣味薯片，缓解备考压力

联合**全国8大高校**打造**高校解压联盟**，
最高单日销量等同线下门店半个月销量



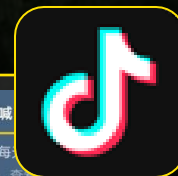
项目执行

IP流量引发微博、抖音双平台关注



活动期间收获3个同城热搜+
IP自然热搜

双平台商业热搜，强势曝光
线上一起围观解压盛事



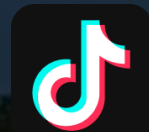
活动主题页，首屏皆是乐事大波浪声
声辣喊口口解压内容，最终收获

6.7亿的解压播放量
投稿量4421个
点赞量1046.6万+
评论量130.2万+

项目成果

草莓音乐节 

种草



IMP

OWN

295%达成

微博TTL : 12e+

抖音TTL : 2.5e+

KPI : IMP TTL 4.9e

110%达成

IMP TTL : 6956W+

KPI : IMP TTL 6336w

EARNED

抖音平台共创IP : 6.7e+

微博IP话题拦截 : 4.4e+

177.5%达成

TA REACH: 3460w+

KPI : TA REACH 1950W

138%达成

TA REACH 1560W+

TA REACH 占比 47%

KPI : TA REACH 1128W+

TA
REACH

项目成果

解压顶流双向奔赴，一次品牌与IP的双赢战役

#北京草莓音乐节#

IP主话题阅读量**4.4亿** 互动量**54.9万**
是 #杭州草莓音乐节#
阅读量的**367%**，互动量的**763%**

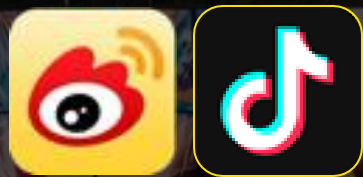
#声声辣喊口口解压

品牌话题阅读量**8.9亿** 讨论量**10.5万**
是杭州草莓音乐节总冠军品牌喜力话题
#爱上音乐节e如反掌# **1679%**

项目成果

品

传播端



效

销售端



微博话题总曝光量达**12亿**

+

在抖音曝光量超过**2.5亿**

2.2倍 vs FCST

微博核心话题阅读量8.9亿+，互动量

10.5万+；

全网热搜8个，微博同城热6个搜**最高**

2位；

抖音播放量为2.5亿+

其中#初夏解压食刻 话题为抖音平台earned

media，话题播放量为6.7亿+

在草莓音乐节事件加持下，

北区加单900%

项目成果

投放覆盖线上线下，掀起口味热潮，
尾部/校园场景表现最佳，数据远超
预期

腰部 56%
14个

CPM 45.57
CPE 2.24

尾部 36%
9个

CPM 23.86
CPE 0.72

koc 8%
2个

CPM 86.85
CPE 5.65

探店 16%
4个

CPM 44.08
CPE 3.26

校园演绎 28%
7个

CPM 26.44
CPE 0.86

零食种草 56%
14个

CPM 45.48
CPE 1.76

项目成果

RTB正向评价占比超7成，粉丝被有效勾起食欲

内容场景

RTB正负面评价

相关截图

校园演绎

75%

Agree占比

Disagree占比

零食种草

70%

Agree占比

Disagree占比

探店种草

75%

Agree占比

Disagree占比

小欧来了🥳588

这个薯片看着好好吃的样子，而且口味还挺特别

1月前·广东

大碗阳春面

咸辣鲜香灵霖心，好有食欲🤤

1周前·陕西

nicknick🌈

那个臭豆腐味道薯片打开一股s味直击灵魂，决定买一包给我舍友当生日礼物🥳（吃倒是还行，闻着不大行

1月前·广东

假期要早睡

家人们该说不说大波浪薯片烤鸡翅味的最好吃🥳

1月前·河北

小郑同学♡

这个臭豆腐味真的有点臭 辣条味很好吃

1月前·福建

三下巴 作者

臭豆腐味的已经上头戒不掉了🤤

1月前·河南

勺子很低调🥳

乐事铁板鱿鱼yyds🤤🤤 我超级喜欢

2月前·广东

辣玖

辣条味的超还原，辣辣的很好吃！！超喜欢🥳🥳🥳

2月前·广东

kk鱼鱼渔

你永远可以相信乐事的口味，我幼儿园就不喜欢吃可比克，喜欢吃乐事了，说明我早有品位！

1月前·福建

幸福健康自由富足

大波浪感觉味比其他薯片沾的多，配奶茶绝了

1月前·广东

嗨嗨

大波浪的薯片真的好好吃，我感觉比薄的还好吃！

1月前·广东

世界终于变了，一吃炒饭就爱吃薯片，终于结合了

1月前·四川

Mim13an1

最喜欢吃这个大波浪。感觉很有口感🤤

1月前·江苏

芭比美少女!

我还以为这个吃法很小众 没想到必胜客出了🤤🤤🤤

1月前·江苏

我想穿中村十字

谁懂，薯片拌饭真的很好吃🤤🤤

1月前·四川

没和男孩说过话

我也喜欢这样吃！！脆脆的薯片配软软的米饭🥳🥳🥳

1月前·安徽

项目成果

整体达成均优于大盘，投流优化投放有效降低成本

4/15-5/20 共发布25位达人

达人采买费用：¥189.6w，内容热推费用：¥83w

总曝光：6956w 总互动：127w

达人数据

数据维度	曝光	互动	CPM	CPE
预估数据	47,400,000	970,000	¥ 38.86	¥ 1.96
实际数据	50,327,474	1,276,114	¥ 37.68	¥ 1.49
完成率	106%	132%	比预期成本降低5.80%	比预期成本降低25.50%

*benchmark: 云图「食品饮料」行业TOP5%品牌均值 星图视频CPM 42.77, CPE 1.88
数据周期0415-0520

投流数据

数据维度	曝光	CPM
预估数据	15,962,000	¥ 52.00
实际数据	19,237,673	¥ 43.14
完成率	121%	比预期成本降低17.03%

TA reach 1560w+

预估TA reach: 1128w+, 超预估 138%
cp TA reach: ¥0.17

TA reach占比 47%

预估占比34%，超预估13%，
*18-23岁大学生人群：3321万+

新增5A人数 1803w+

拉新比例 61.90%

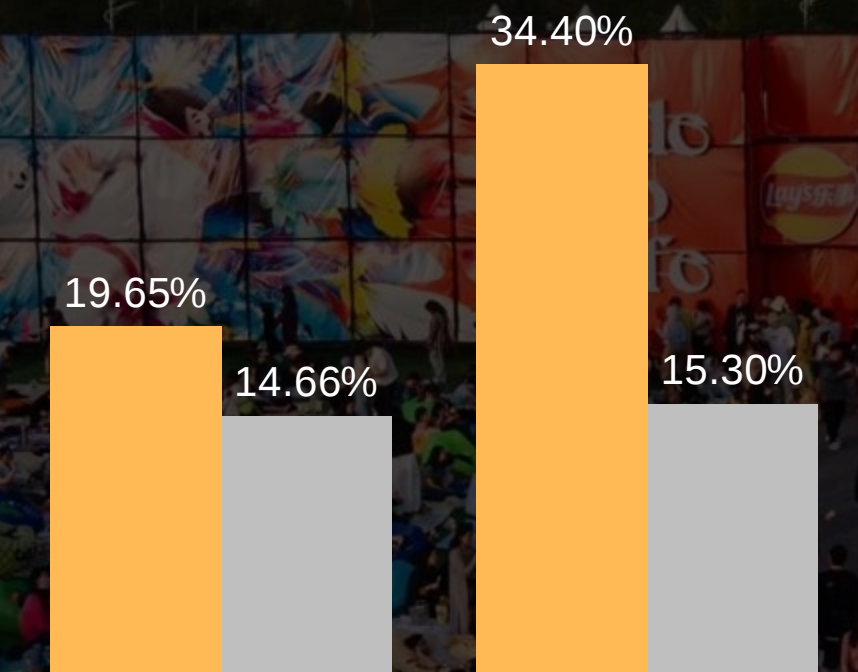
新增A3人数 543w+

CPA3 ¥0.50, benchmark ¥0.60

项目成果

自然&投流A3扭转高于行业均值，助5A体量扩大猛增

O/A1/A2到A3扭转率



星图达人视频

品牌广告

■ 实际流转 ■ 品牌均值

FROM

投前5A人数
60M

TO

投后5A人数
108M

5A增长率67%拉新43M,
同周期行业均值增长-20%

FROM

投前A3人数
4.8M

TO

投后A3人数
8.3M

O拉新到A3, 纯新增3.5M, 投后提升66%
同周期行业均值增长-10%

*云图路径:人群-品牌5A人群资产, 品牌均值为品牌云图设定的品牌均值数

*投前时间:04/14, 投后时间:5/25