

爱在心相印 520品牌日营销

- **品牌名称：**心相印
- **所属行业：**日化美妆
- **执行时间：**2024.05
- **参选类别：**明星/达人营销类

心相印2024年启动企业新阶段战略，引领行业高质量发展

生活用纸行业 迎来市场细分、品质消费趋势

作为生活用纸行业领先品牌，心相印以品牌推动行业品质化升级、守护国民健康生活，建立“好纸巾标准”，帮助消费者更方便选择健康品质好纸巾

心相印持续发挥品牌影响力，推动生活用纸行业品质化升级，完成从“行业引领者”到“行业领导者”的角色转变，以更高的标准，给予消费者高品质生活体验，为爱开启新篇章。



2024年 启动 “100%原生木浆=好纸巾标准” 市场教育,

以 “**爱在心相印**” 作为品牌slogan与用户进行沟通,
持续探索不同场景, 带给消费者用心的、温暖的感受体验。

用心守护, 开启 “爱” 的新篇章

选择520作为品牌日，进行“**爱在心相印**”主题传播

优选代言人，以线上线下的整合传播，扩大品牌传播的广度和深度。

线下：1. 以覆盖主流人群的分众梯媒进行规模化传播，提升品牌势能

2. 与代言人广告打卡互动，与线上呼应

3. 为线上线下多销售渠道引流

线上：围绕主题打造营销矩阵

1. 线下引爆，提升势能

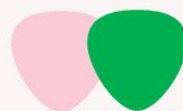
心相印全新广告登陆北上广深成杭等一二三线**27**个城市的分众电梯电视、电梯海报、电梯智能屏媒体，提升品牌势能，同时为线上线下多销售渠道引流。



2. 线下互动：520 “爱在心相印” 分众电梯间与肖战合照



5月20日谐音“我爱你”是一个表达爱意的日子
分众电梯媒体配合 心相印“爱在心相印”品牌日营销
 建立与消费者的情感互动连接
 深化品牌“爱”的价值主张
 将爱的印记深植于品牌之中



微博
发起合拍打卡活动



分众电梯海报
楼宇内打卡点



线上线下传达“让爱有形心更近”理念



线下传播效果



北京、上海、广州、重庆
四地覆盖百万级受众

•数据来源：CTR

3. 线上营销矩阵：新浪微博+Keep App + VOGUE China

微博
官宣520品牌日活动



Keep App
开屏广告



VOGUE CHINA 网站
推文

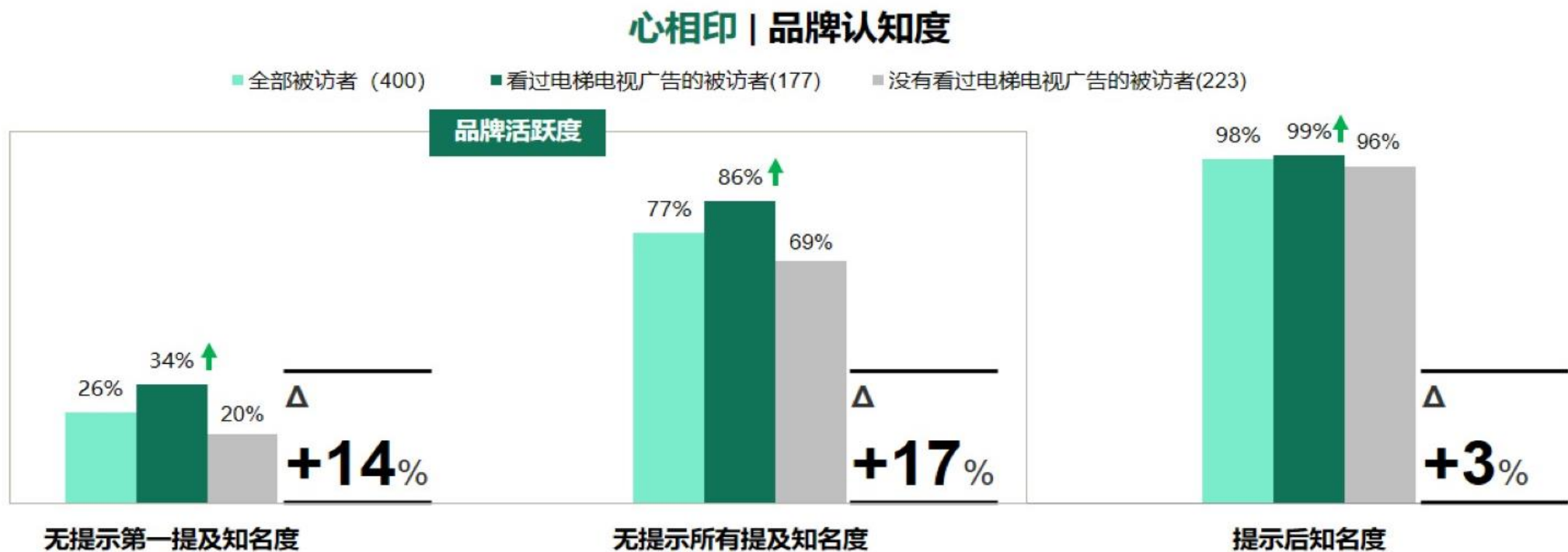


520心相印品牌日通过线上线下多渠道、多维度的传播形式，打造了一个有爱的内容互动，实现了对年轻圈层精准渗透，相关话题在微博等平台引发广泛传播和分享，为品牌赢得持续广泛的关注。

项目传播数据表现及资源投放回顾

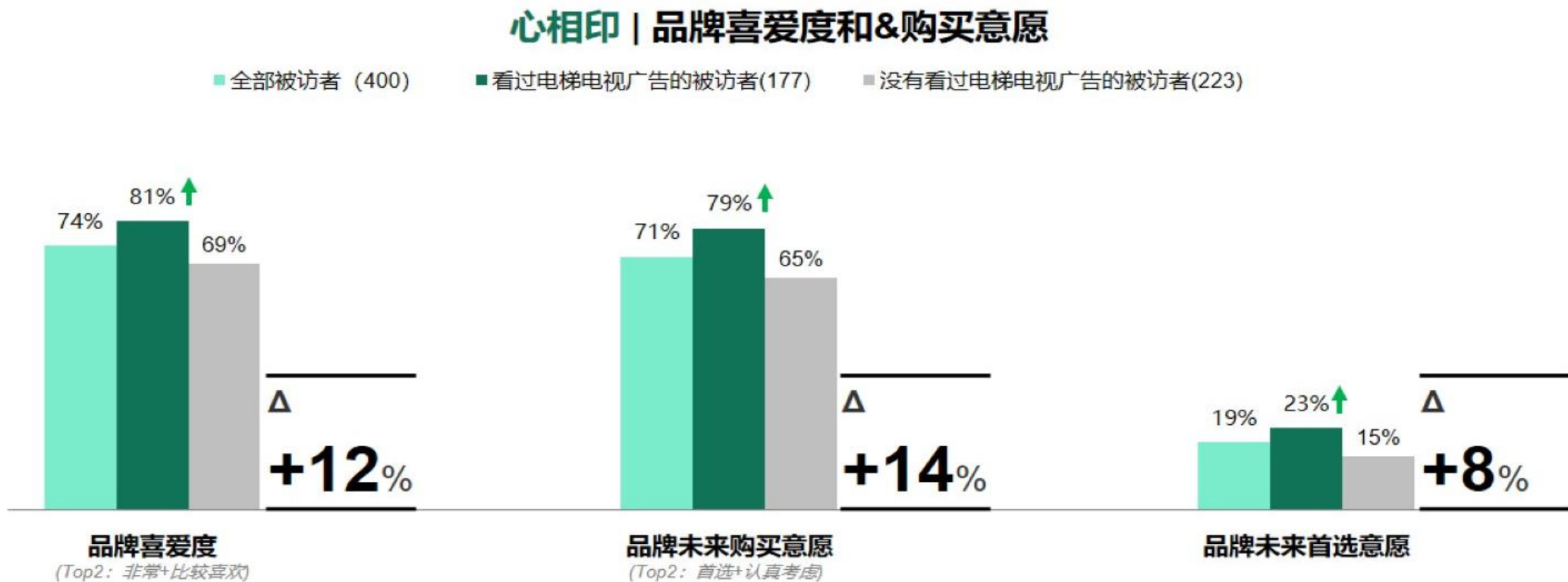
	曝光量	点击量	点击率	话题热度	话题互动量	品牌声量提高
2024-520心相印品牌日	9682w+	102w+	1.1%	1.7亿	189.1w+	5.3倍

1.传播效果：显著提升心相印的品牌活跃度



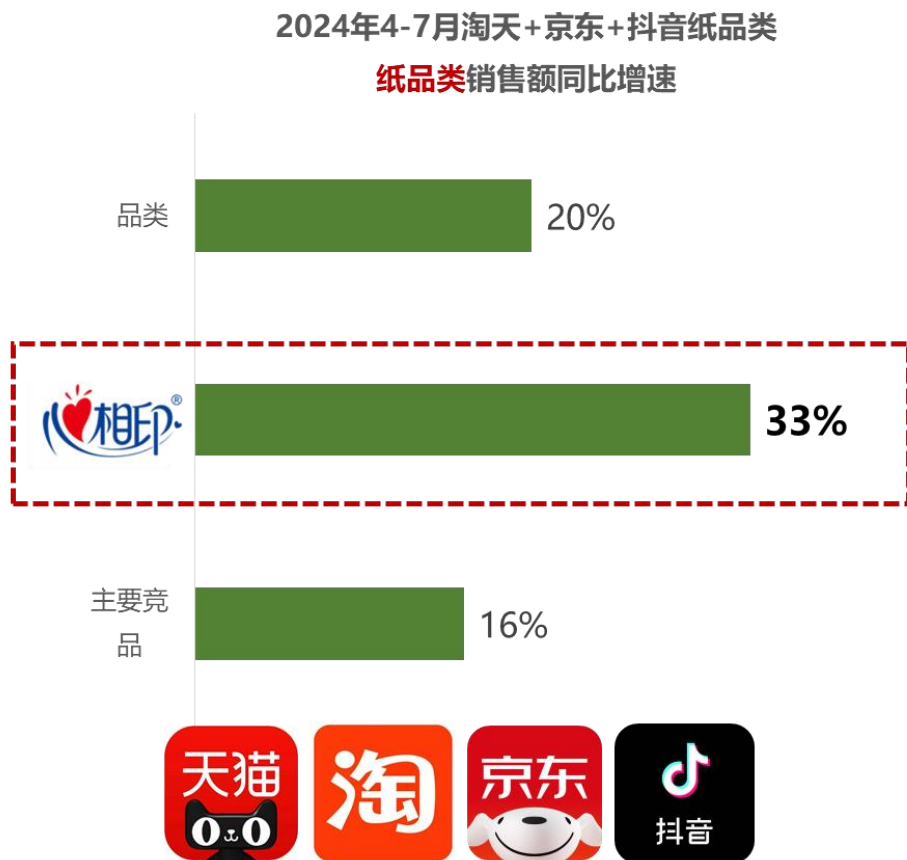
Δ 表示看过电梯电视广告和没看过电梯电视广告两组人群在该指标上的差值。

1. 传播效果：品牌喜爱度和购买意愿明显增长



Δ 表示看过电梯电视广告和没看过电梯电视广告两组人群在该指标上的差值。

2. 销售效果：通过4个月的持续投放，全渠道同比增长**领先品类及主要竞品**



抖音618
洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰
GMV排名榜单
5月24日 — 6月18日

洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰 TOP10

GMV排名	GMV	品牌
TOP 01	1亿+	Bluemoon/蓝月亮
TOP 02	1亿+	心相印
TOP 03	1亿+	Libby/立白
TOP 04	1亿+	C&S/洁柔
TOP 05	1亿+	Vinda/维达
TOP 06	7500w-1亿	活力28
TOP 07	7500w-1亿	植护
TOP 08	7500w-1亿	沫檬
TOP 09	7500w-1亿	Suk Garden/蔬果园
TOP 10	7500w-1亿	Breeze/清风

*榜单根据统计周期内品牌参与大促的商品预估销售额进行排名，未经审计，仅供参考，敬请谅解
*数据来源：蝉魔方（蝉魔方旗下行业数据分析平台）

抖音618类别榜单

✓纸品 TOP1

3. 荣获2024年Kantar凯度消费者指数消费者十大首选品牌TOP5

中国消费者十大首选品牌榜单

2023排名	品牌	2023消费者触及数 (百万)	渗透率% 2023	年均选择次数 2023
1	伊利	1178.6	93.0	6.4
2	蒙牛	1022.4	87.9	5.7
3	康师傅	854.9	83.9	4.9
4	海天	732.4	83.0	4.5
5	心相印	498.9	65.0	3.8
6	维达	478.2	58.1	4.0
7	农夫山泉	435.9	66.6	3.2
8	金鹰	428.4	64.4	3.1
9	旺旺	399.6	62.8	3.1
10	统一	379.0	60.2	3.1

备注：每年凯度消费者指数会根据市场变动情况做数据清洗，各品牌数据均有不同幅度变动。

凯度消费者指数《品牌足迹报告》

✓增长最快前十品牌榜单

✓消费者选择最多的前十品牌

**2023年增长最快的前十品牌
(基于前50品牌)**

2023排名	品牌	消费者触及数 增长率%	渗透率% 2023	年均选择次数 2023
46	白象	57.8	55.3	2.1
29	平美	50.9	55.8	2.5
5	心相印	18.0	65.0	3.8
47	白猫	8.3	51.4	2.1
50	恒安	8.1	57.2	2.4
12	蓝白	8.0	41.5	2.9
17	清风	6.3	47.3	2.8
38	蓝猫	6.3	58.1	2.1
7	农夫山泉	6.2	66.6	3.2
51	美汁源	6.0	52.4	1.8

备注：每年凯度消费者指数会根据市场变动情况做数据清洗，各品牌数据均有不同幅度变动。

4. 恒安集团作为凯度消费者指数中唯一排名前10的生活用纸行业 2024年家庭渗透率升至79.1%

在榜单前10排名中，
恒安集团以4.0%增长率
成为消费者增长最快的企业！

KANTAR WORLDPANEL
A CTR SERVICE IN CHINA

覆盖上亿中国城市家庭的快速消费品企业*
(一至五线城市)

厂商	类别	消费者(百万家户)		增长率	渗透率(%)
		截至2023年 10月4日的一年	截至2024年 10月4日的一年		截至2024年 10月4日的一年
伊利集团	食品	182	184	0.9%	89.7
蒙牛集团	食品	179	180	0.2%	87.7
宝洁集团	日化	177	176	-0.8%	85.7
康师傅控股	食品	164	167	1.3%	81.3
海天味业	食品	162	165	2.0%	80.7
恒安集团	日化	156	162	4.0%	79.1
联合利华	日化	157	161	2.4%	78.6
百事公司	食品	156	160	2.3%	77.9
农夫山泉	食品	154	159	3.5%	77.8
可口可乐	食品	158	159	0.5%	77.7
益海嘉里	食品	151	153	1.7%	74.7
雀巢集团	食品	148	149	0.7%	72.5
立白集团	日化	140	145	3.1%	70.5
纳爱斯集团	日化	135	140	3.4%	68.2
维达集团	日化	124	129	4.8%	63.2
旺旺集团	食品	127	129	1.3%	63.0
亿滋国际	食品	126	129	1.9%	62.8
统一集团	食品	122	125	2.5%	61.2
华润集团	食品	121	125	3.1%	60.8
娃哈哈集团	食品	89	125	40.5%	60.8
玛氏集团	食品	117	119	2.0%	58.3
达利食品集团	食品	117	116	-1.1%	56.7
双汇集团	食品	118	115	-2.4%	56.3
中粮集团	食品	113	112	-0.4%	54.7
高露洁-棕榄	日化	112	107	-4.2%	52.4