

良品铺子×PINGU胡闹派对联名营销

- **品牌名称：**良品铺子
- **所属行业：**食品饮料类
- **执行时间：**2024.05.30-06.30
- **参选类别：**IP营销类



良品铺子

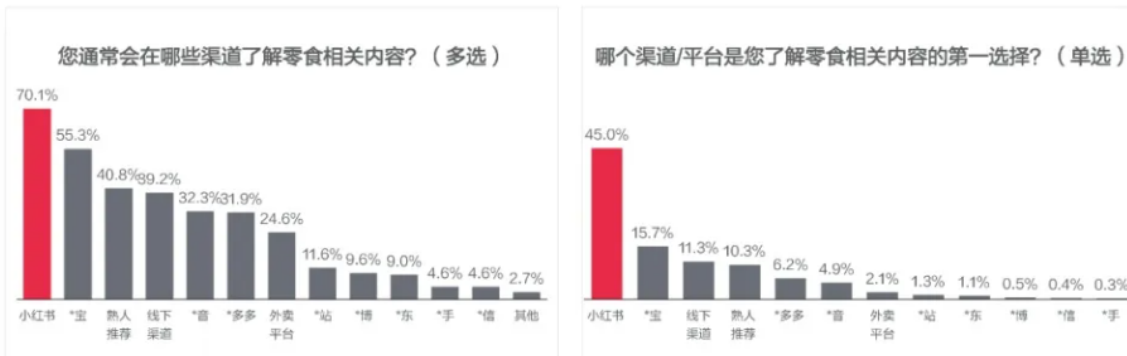
PINGU胡闹派对

和Pingu™开启
胡闹派对



【小红书】是时下用户了解/挑选零食的决策平台。

小红书 超7成的用户选择以小红书作为日常了解零食内容的主要渠道。



搜索/发现兴趣度不及同行

品牌兴趣度低下，同行在小红书更抢眼。

搜索兴趣度 发现兴趣度

零食很X

17.7

10,370

山X会员

18.0

4,258

X只松鼠

9.0

5,712

良品铺子

8.9

4,435

在小红书上，【良品铺子】品牌渗透率偏低。

小红书灵犀 3个月内排名几乎没有变化，有进步空间。

品牌搜索量排名 ----- 9 良品铺子

品牌阅读渗透率排名 ----- 19 良品铺子





● 【良品铺子】品牌/产品聚焦上需强化，易被其他品牌截胡流量，且当前没有明星产品被用户记住，同行线下属性更强。

良品铺子

零食很X

X只松鼠

山X会员

品牌聚焦

*产品下游词出现的
竞品频率越高
产品聚焦度越弱

3 百草味
23 零食很忙

C

13 赵一鸣零食
33 戴永红

A

2 良品铺子
3 百草味

D

14 盒马
27 开市客

B

产品聚焦

*品牌下游词关联
到的品线

4 薄脆饼干
6 粽子
9 猪肉脯

B

14 面包
17 辣条
18 饮料

D

1 芒果干
4 猪肉脯
6 每日坚果

A

4 榴莲
9 蛋糕
11 瑞士卷

C

用户关注点

*品牌下游词关联
到的属性词条

零食推荐、
联名、价格划算

零食推荐、
会员日、零食很大

零食推荐、
大礼包、零食店

必买清单、
会员卡、新品

● - OPPORTUNITY - 用户在【良品铺子】的关注中，对“**联名**”的关注明显差异于其他同行。

良品铺子上次联名，有关注度，但没声量，粉丝们根本玩不起来！

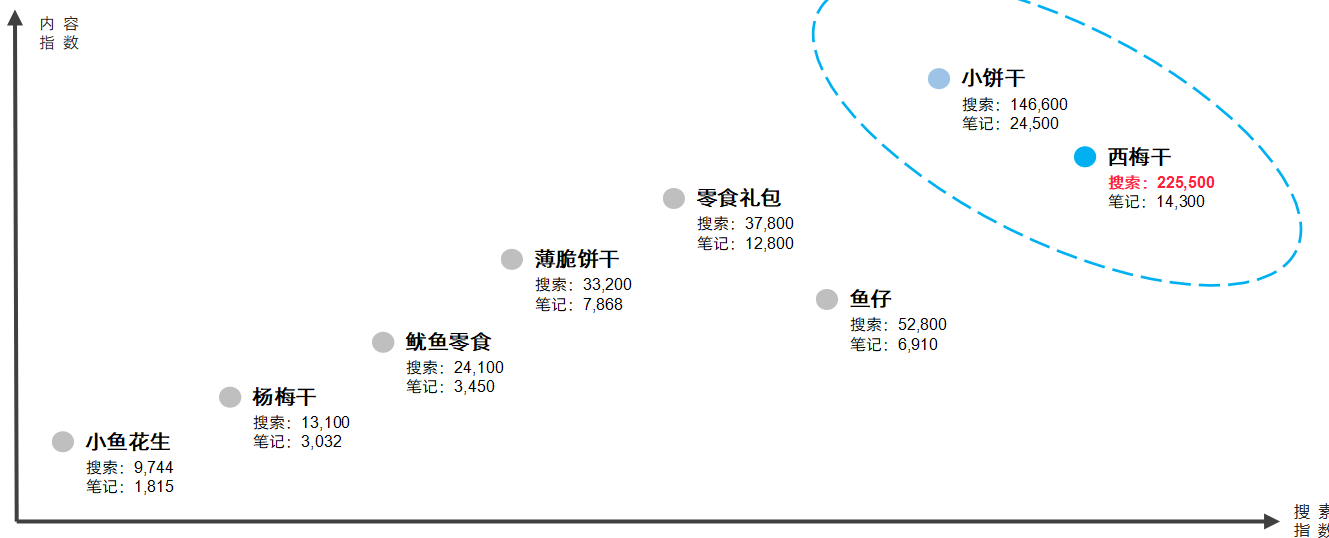
联名回顾经验一：

联名产品没有核心主推，雨露皆沾。✗

联名回顾经验二：

联名没有核心输出点，线下同样如此，导致客户实际参与兴趣不高。✗

良品铺子 x PINGU 首次联名时物料内容以及和产品关注度指数



洞察总结：

IP端PINGU美学热度依然在线，产品端西梅干+小饼干关注度高但铺设内容少，是下一步机会点！

其他同行卷好吃口感，我们另辟蹊径玩“减负”！



西梅，定位核心曝光产品

- “西梅”一词位于【良品铺子】流量前列。



- 消费者了解“西梅”功效/作用/热量等内容。



- PINGU：休闲可爱无忧无虑的小企鹅IP形象。

PINGU，曝光增幅踏板

压力减负

输出传递观念

减负

#PINGU胡闹派对

ONLINE+

OFFLINE+

赋予产品xIPx人群链接点，在传播中撬动消费者参与IP营销的兴趣，传递品牌自然健康新零食概念。



产品 x IP x 人群【链接点】



兴奋点



期待点



基本点

高热度IP

送联名周边

给足情绪能量

富含膳食纤维 利通便

0脂肪0蔗糖

减肥也能吃

味道好吃

精选原料

零添加

周边相关场景

*周边二创、周边收纳、周边开箱

线下活动相关场景

*citywalk、卡祖笛、街头涂鸦、探店

便秘、久坐、减肥零食

健康零食

种草点拆解

可对应场景



全面演绎良品铺子 X PINGU的**产品利益点**，引爆声量同时加速流量收割。

线上多领域KOL依靠产品打造【胡闹好吃的派对】

+

线下活动周边亲自体验【胡闹好玩的双重解压】

#PINGU胡闹派对

ONLINE+

线上趣味吸引

每100g含8g膳食纤维，
帮助排便肠道轻负担
0蔗糖，0脂肪，
怎么吃都不造成额外身体负担

减肥

久坐

便秘

健康解馋

减压减负需求远比想象更多，**KOL**带队营造！

#PINGU胡闹**轻减**派对

OFFLINE+

线下共鸣承接

超热门PinguiP联名
看见鹅子就忍不住的开心！
更有联名周边和快闪活动
线上下共同帮助TA释放好坏情绪

CITY
WALK

户外

街头

身心放松

减压减轻的方式也比想象更多，一起打卡！

阶段式递进吸引消费者进入品牌营销，多种资源线上配合线下反哺持续为营销升温。



预热期

全新高颜值IP周边吊胃口+ 全城创意宣发良品xPINGU开启联名!

/周边攻略/周边开箱/周边二创...



巴士偶遇/巨型零食打卡/周边开箱...



投流策略配合

官号+达人两手抓，打造保温，抢占赛道心智。

爆发期

多圈层KOL不同场景蹭热点话题打造减压派对氛围感，线下派对快闪资源解锁发泄新方式！

门店偷感爆发 / 卡祖笛 / 胡闹大小姐



24h线下快闪搭建 加入【PINGU胡闹派对】



小红书资源配合

惊喜盒子精准定向出触发用户行为，吸引回搜，加速打造爆文同时刺激UGC。

持续期

持续扩大产品种草范围，为消费者留下健康绿色零食理念，同时回顾周边维温联名热度。

多圈层内容持续建立用户心智
场景化/日常化种草品牌力 铺设口碑

扩大周边优势场景



延伸品类卖点场景



小红书资源配合

品专+火焰话题+商业话题+信息流集合式硬广，强拦截兴趣用户，聚拢平台流量。



四大亮点助力活动曝光，沉淀品牌人群资产，助力销售闭环。

活动内容向

聚焦核心场景赋能品牌标签

收获**1,630w**曝光
爆文率**28%**

产品心智向

聚焦核心场景赋能品牌标签

健康零食人群渗透率提升**2.76%**
产品AIPS人群规模行业排名**1位**

品牌曝光向

良品铺子品牌全平台曝光

关联曝光量**7.38亿**
较投放前增长**246%**

外溢增值向

小红星进店表现超预期

全店成交**GMV8.2w+**
总进店率**1.72%**

品牌曝光：借势IP联名&热点，品牌关联曝光量达7.38亿，活动主题词后台已有搜索量。



武汉！！良品铺子Xpingu联名啦！！
wok... 良品铺子联名pingu联名了！！

Pingu的野餐派对...
最近天气真好，太适合出门野餐啦！

利用小红书热点内容挖掘创意与博主共创笔记



医学生！添加零食！！好吃健康又解馋...
最近吃货家买了些零食，特别喜欢西梅干和粉糯...
感谢医学生无科技零食...
添加/好吃/健康/回购

宅家追剧零食测评...
最近吃货家买了些零食，特别喜欢西梅干和粉糯...
感谢医学生无科技零食...
添加/好吃/健康/回购



圈层关键词【PINGU】
最高曝光笔记 TOP20占15篇



投放笔记表现优秀，强势占据官方热门笔记排行榜

品牌搜索指数、等数据表现亮眼，“胡闹派对”已有搜索展现



产品关键词【西梅干】
最高曝光笔记 TOP20占10篇



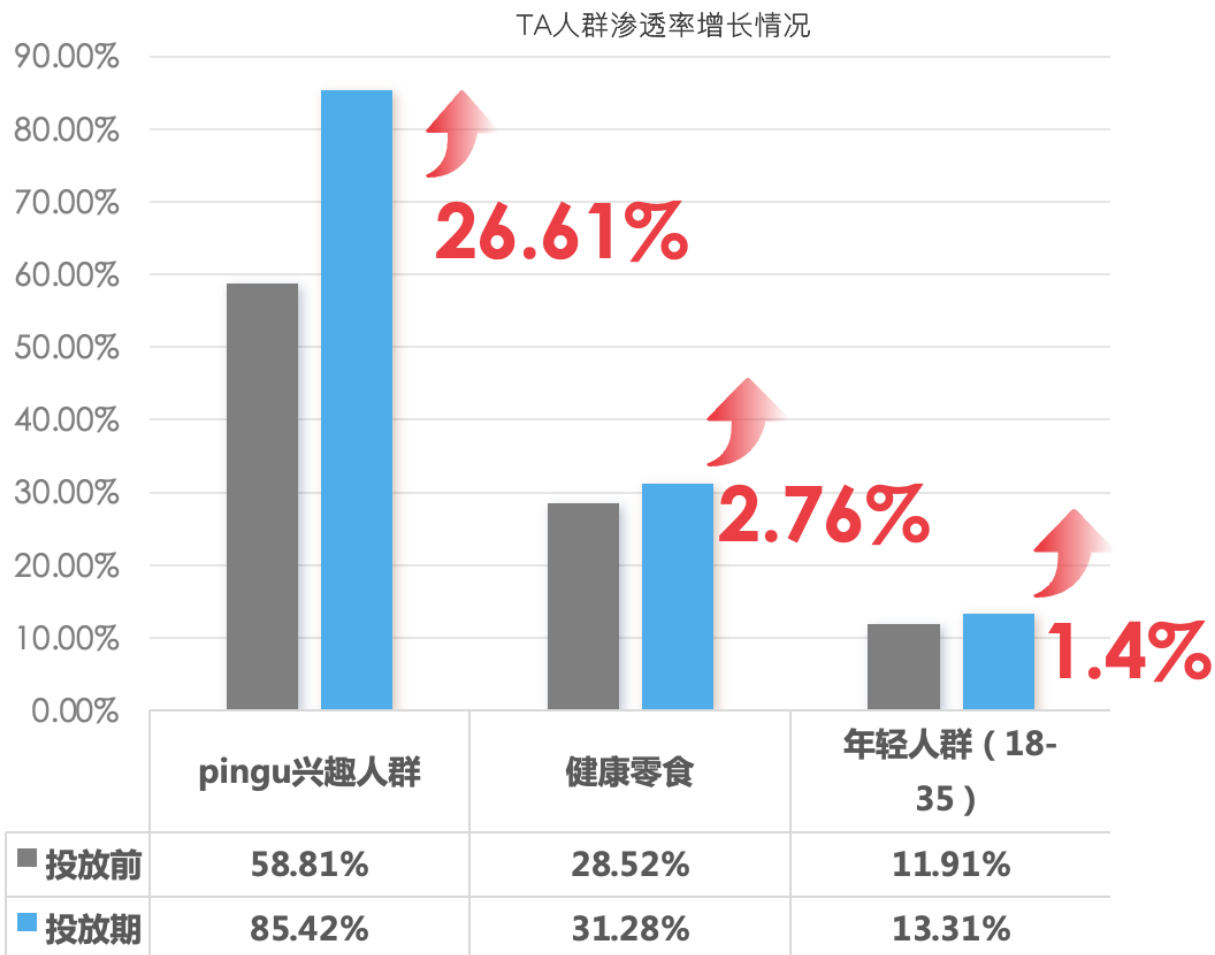
良品铺子

良品铺子pingu

胡闹派对

搜索指数	26.70万	2.65万	29
关联曝光量	7.38亿	1.45亿	88.92万
关联阅读量	9791.29万	1566.24万	8.27万
关联互动量	348.39万	74.85万	7,787

投放发力，核心人群与破圈人群渗透率全面提升！



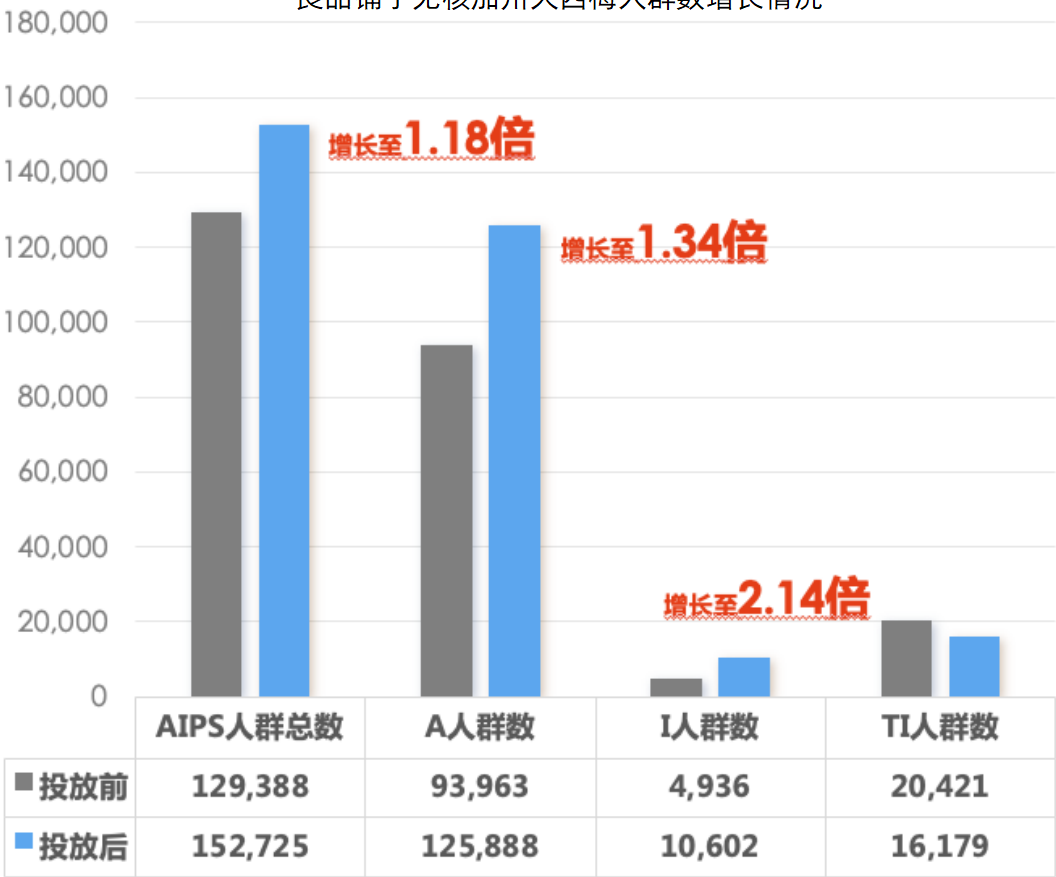
核心种草人群保持投放
同步破圈投放联名圈层人群

后续可持续对健康零食、年轻人群的投放，累积在红书平台的**核心种草人群**，**长尾化收割目标人群**。

具体联名活动投放具体圈层人群，触达破圈层人群。

西梅AIPS人群规模行业排名1位，总数增长趋势明显。

良品铺子无核加州大西梅人群数增长情况



【良品铺子无核加州大西梅】
AIPS人群规模行业排名 1位

AIPS 人群 规模行业排名 Top 50

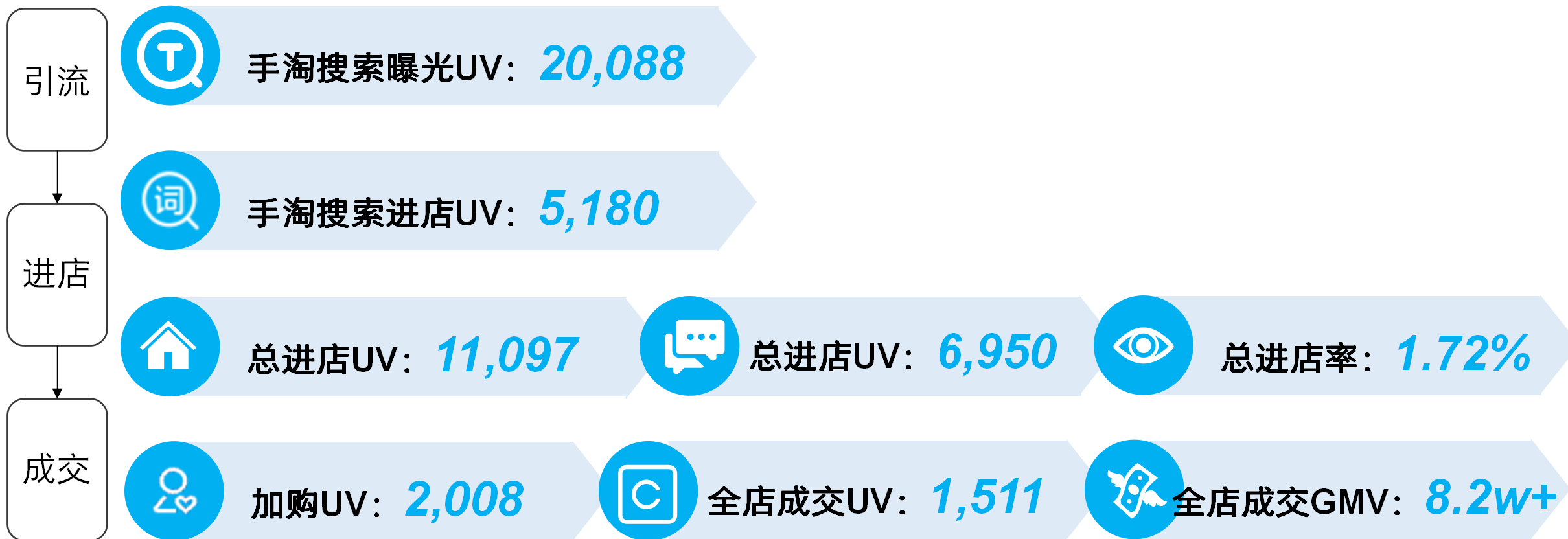
数据截止至 20240701 | 行业范围: 食品饮料>休闲零食>蜜饯果干>果脯蜜饯

下载

排名	产品	AIPS 人群规模排名	AIPS 人群近30天排名变化	重合度
1	良品铺子西梅	1	0	70.95%
2	乐事多西梅干	2	0	16.28%
3	好想你红枣	3	+1	9.57%
4	溜溜梅梅の冻系列梅冻	4	+1	7.34%
5	新宝蜜陈皮梅	5	+8	6.20%
6	新宝蜜陈皮黄皮	6	+8	6.24%
7	华味亨乌梅	7	+1	6.50%
8	奥赛摩浆山楂	8	-5	5.91%
9	良品铺子梅饼	9	+11	22.44%
10	百草味芒果干	10	-3	8.12%



外溢增值：电商人群资产持续累积，新访客近7k，全店成交GMV8.2w+！



外溢增值：外溢TOP笔记-产品直观展示的进店UV数据更好，最高进店率达到8.75%

高进店率 进店率=进店UV/阅读UV，进店UV、阅读UV相对数量不高，但整体进店率表现好



@梦熙Muu

内容类型：线下探店

六一鹅童节来良品铺子胡闹吧！！
卧卧卧！！良品铺子居然联名pingu胡闹鹅
谁的钱包被拿捏了我不说！！
实在太太太可爱了、每个周边我都好想要
气球 冰箱贴 贴纸 编织袋 玻璃杯统统给我

说点什么... 229 56 61

进店率：8.75%



@Nana 品牌营销

内容类型：品牌营销

营销案例 | 良品铺子 x pingu 陪大人做回小孩
六月，良品铺子联名超萌IP企鹅pingu，带着“零食与快乐永动”的“胡闹巴士”跑遍全城！这个
品牌的每一次跨界，都在打破！

说点什么... 95 55 4

进店率：8.25%



@无糖甜辣酱

内容类型：零食推荐

收到了男朋友的6.18礼物...
从小到大过节都喜欢收到零食大礼包！
200多个宝宝的宝怎么能不是宝宝呢！
不得不感谢良设计的零食礼包太适合70+的小女

说点什么... 2139 223 97

进店UV：1,213



@不吃海带-

内容类型：线下探店

六一来咯
节日氛围也太浓厚啦
我也是拿了到儿童限定卡 激活童心
开启没有烦恼的一天！

说点什么... 7354 778 109

进店UV：1,200

高进店UV 进店率=进店UV/阅读UV，强产品向的图文笔记进店UV表现好，后续可增加相关笔记比例

整体曝光表现超预期，CPM成本表现佳。



种草笔记
60篇

常规29+探店31



总曝光
16,378,878

常规5,037,987+探店5,838,502



预估: 13,982,976
完成率: 117%



CPM
¥***

常规¥***8 探店¥***8



预估: ¥***
完成率: ***%达成



总互动
67,250

常规44,369+探店22,881



CPE
¥***

常规¥*** 探店¥***



互动率
6.1%

常规8.1% 探店4.2%



*互动数/阅读

用户互动表现分析：回搜率达1.93%，优于大盘，用户看完笔记还会再次搜索良品铺子，种草效率高。

➤ 点赞代表情绪价值，收藏代表实用价值（长尾效应更强），回搜代表种草效率



总收藏
10,550



回搜率
1.93%



品牌相关评论
占比60%



*回搜率=回搜人数/阅读数大盘均值在0.3%



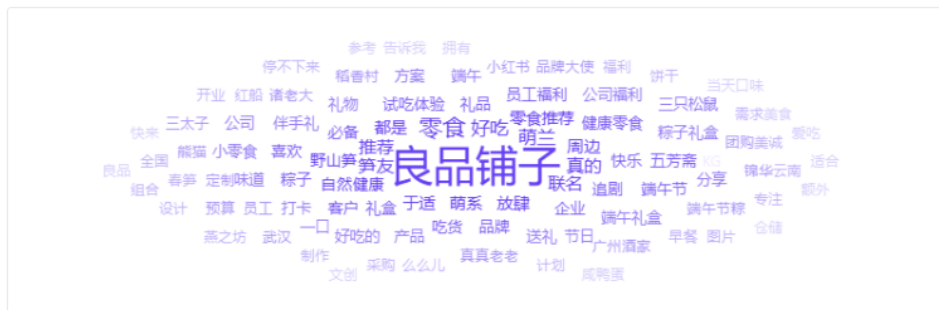
营销前后词云对比，对比上一次营销，本次联名进行更加**深化巩固品牌定位、理念及核心产品**。

上阶段营销 (2024/4/10 —— 2024/5/24)

本次联名营销 (2024/5/25 —— 2024/7/10)

笔记内容词云

T 词云 | 列表



【自然健康】 占比：1.2%

笔记内容词云

T 词云 | 列表



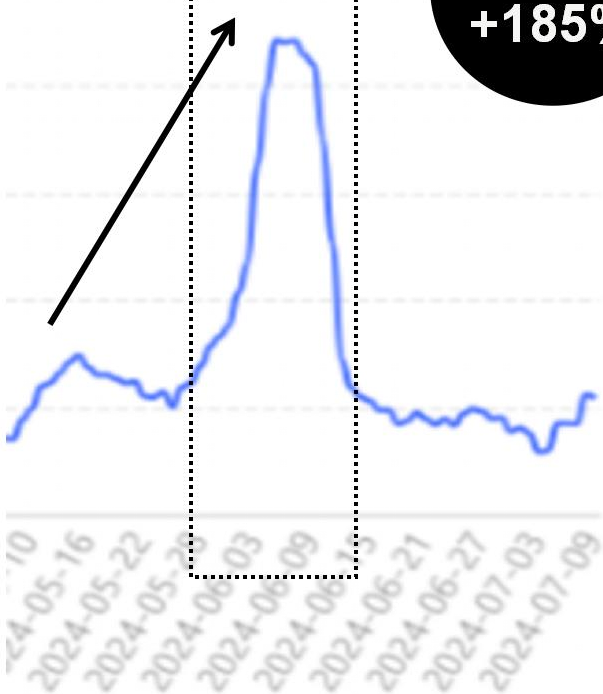
【自然健康】 占比: 1.53%

【健康零食】 占比: 0.69%

相关UGC增加185%，用户持续被吸引，激起更高周边/产品购买欲，产品正面好评度保持在线。

笔记集中发布&投放期间

关联内容量稳步上升
线下活动期间达到峰值



关联内容量
近30天
+185%

关键词【良品铺子】



周边引起用户购买欲，周边及产品购买分享。

惊喜盒子中奖



pingu好可爱啊啊啊啊啊

Nauh

13

pingu大作战

小红薯88888

11

是谁还不知道良品铺子联名Ping
gu的

破戒头

8

是谁！收到了良品铺子的礼物
！

聪明小将

2