

简醇×网易云「无负担 唱心声」 AI真音瓶音综营销

- **品牌名称：**简醇
- **所属行业：**食品/饮料类
- **执行时间：**2024.04.30-08.02
- **参选类别：**AI营销类

24年初，简醇与《歌手2024》强强联手。
一次成功的品牌营销，除了借势《歌手》节目内外资源，
还应该挖掘节目势能，让营销效果最大化。

简醇希望能通过二传进一步扩大品牌声量及热度，
持续输出简醇「无负担 更好喝」的品牌主张，且打通线上线下，
打造更具传播力的品牌营销事件。

品牌侧

打透综艺营销链路

最大化提升品牌影响力与产品认可

产品侧

引爆618电商大促节点

实现品牌认知Up、助力销售转化Up

传播目标

- 1、建立歌手与简醇认知强关联，洗刷过往印记抢声量**
- 2、强化简醇“无负担”认知，助力销售转化**

从
节
目

节目预热回忆杀
节目内容及明星
节目真直播赛制

借
势



传
播

携手简醇回归无负担
歌手真唱上场无负担
粉丝互动参与无负担

到
品
牌

#无负担 唱心声#

让更多年轻用户乐于参与进歌手，拉动线上/线下销售

扩人群

优化人群结构

强互动

IP互动机制玩法

拉动销促转化

聚焦抖音、协同线下

2024年君乐宝简醇

以“用户拉新”为首要目标，挖掘更贴近年轻消费者的营销方式
携手网易云音乐，分三步走，成功打动转化新消费主力军



core topic: # 无负担 唱心声 #			
核心策略	“歌手开播” 炒热度 强官宣		“青歌赛” 延热度 拉动销
传播节奏			
阶段目标	与节目强关联，绑定消费者认知		进一步扩大人群声量，升华品牌高度
核心动作	官媒 ① 一系列与节目宣发同频的话题互动 ② 态度大片+倒计时海报		① 官媒：收关回顾升华 ② 青歌赛：20场城市分站赛、双歌王简醇歌会 ③ 营销号公关：定性、主题升华
资源匹配	 简醇x歌手双方官号互动 联合打造话题		短代官宣热搜、开屏 营销号发布收关回顾
	 营销号/娱乐号引导话题		热点伴随、粉丝头条、粉丝通等硬广 topview、热榜、全民任务 搜索品专、信息流助力开播
	 综艺专区、定制综艺排行榜、综艺歌单		站内核心点位 音乐/娱乐kol/koc助传青歌赛

结合平台音乐社区属性将传播进行线上+线下贯穿和有效分配 形成有力品牌声势和高效转化



Step. 1

借力爆款内容破圈
融入目标客群偏好

营造音乐氛围



项目执行动作拆分

核心优质资源持续引流音综，**站内热度TOP 1**
平台同步给到额外资源加持，**累计价值3800w+**

预计曝光5亿

累计曝光**12.7亿** 曝光完成度**254.1%**

对比上半年同期同类别音综效果达**2-4倍**

升级网易云音综专区营销玩法，开辟创新打榜、用户实况等全新玩法模式



云村节目专区
品牌logo展现

每次助力弹出品牌logo
增强用户参与体验

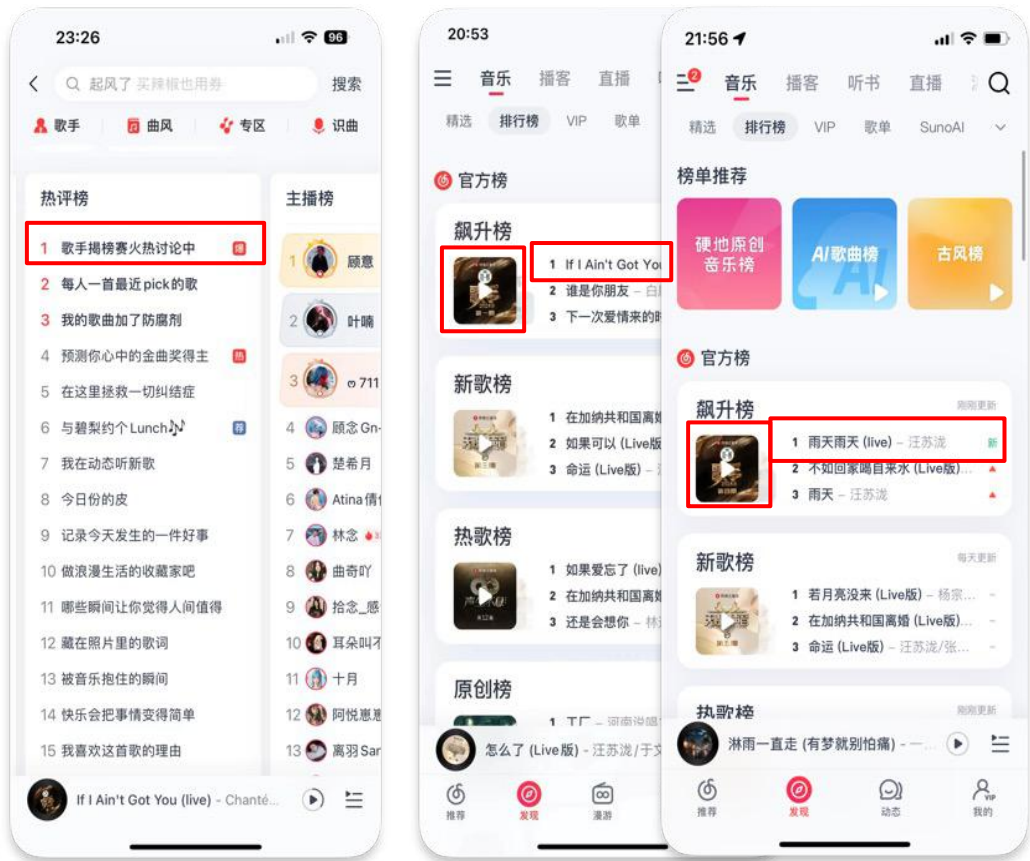
联动乐迷团、会员业务
提升专区用户粘性

所有歌曲专辑封面
体现简醇logo

官方节目歌单
体现简醇logo

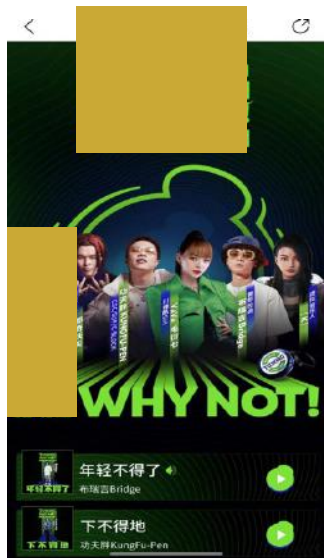
实况聊天页面增加主题讨论
体现简醇产品

助力品牌合作事件成功登顶站内热搜TOP 1，二次引爆视觉听觉流量



热评榜第一位

飙升榜第一位



相比于同为快消品类的某啤酒合作
在曝光量及登榜次数上达到效果远超

项目总曝光超过**4亿+**



云音乐飙升榜2次

云音乐新歌榜6次

云音乐原创榜1次

Step. 2

**创新玩法结合瓶身
增强互动体验购买**

形成传播介质



项目执行动作拆分

真Ai真声纹玩法，**商业营销内首次应用**

简醇罐身化身传播介质，以趣味交互**拉高产品销量**

预计曝光3亿

累计曝光**5.58亿** 曝光完成度**186.2%**

累计参与Ai互动人群达**137.1w+**

真Ai+真声纹全行业案例首开!

以趣味互动营销为切入口, 有效拉动产品转化购买



用户二维码扫码/AR扫一扫简醇瓶身进入

137.1W+
累计参与
服务器爆火



Ai互动体验内
支持引流青年歌手大赛报名
及简醇小程序

Step. 3

**借势歌手流量势能
转化大众圈层用户**

用户有效触达



项目执行动作拆分

线下优质专业歌手赛事举办承办
吸引更多目标群体，将歌手势能转化为简醇势能

预计曝光2亿

累计曝光**3.44亿** 曝光完成度**172.1%**

大赛报名专题页沉淀，优质核心资源拉动参与报名，效果远超过往规模



大赛报名页
招募选手



大赛话题页
讨论热烈



首页核心资源
超强曝光

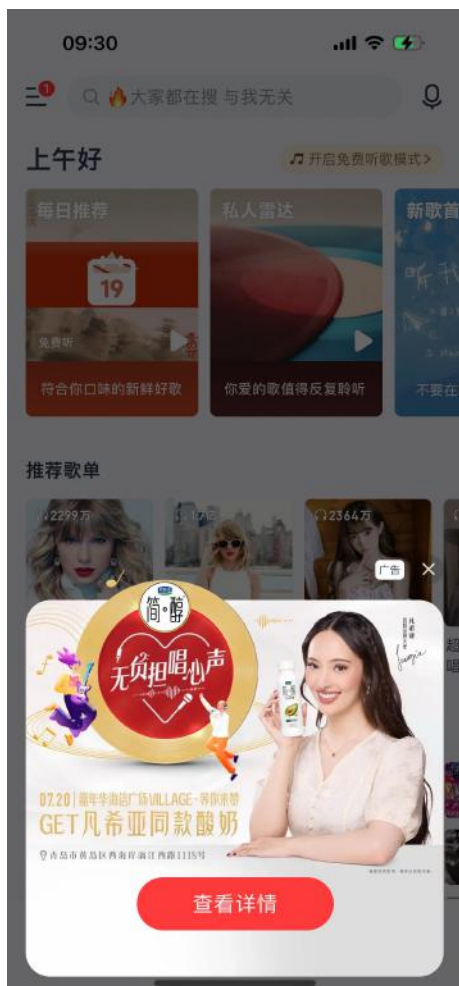


云音乐官方微博
强势捞人

线上累计报名人数突破6102
整体报名人数及参与规模
为网易云音乐去年同期合作
最强音校园歌手大赛的2.8倍
达到网易云音乐
品牌赛事类合作规模TOP 1



7.20总决赛顺利收官，24位优秀选手激烈角逐，打造精彩视听盛宴



额外赠送决赛预热资源
价值420w



5位专业评委

历时7小时

40首经典歌曲

5w人驻足欣赏

总决赛以「无负担 唱心声」为主题



网易云为冠军量身打造歌曲

送出价值7w音乐梦想激励

7.20在青岛嘉年华海信广场完美落幕

现场演绎效果出彩，配合超高人流量，品牌影响力达到有效释放



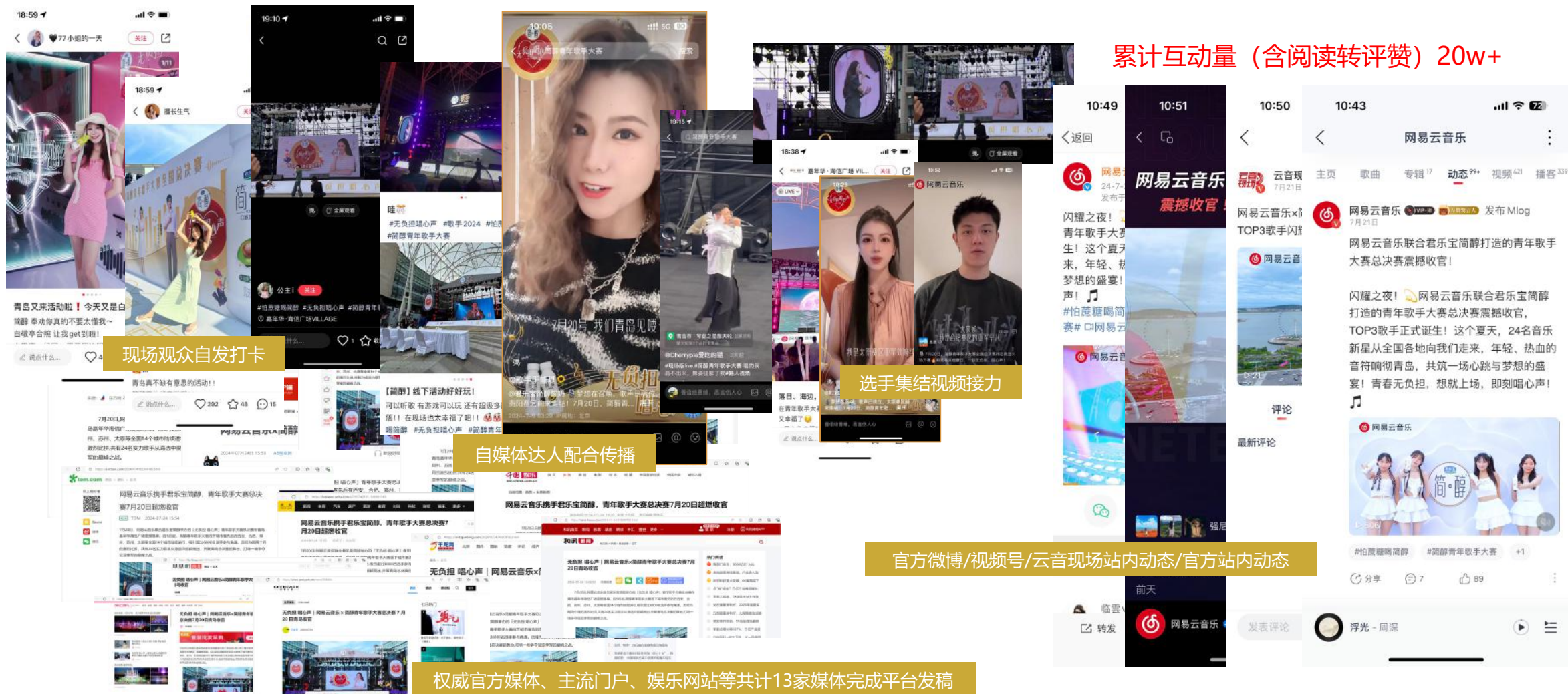
当日场地客流量5.3万人，较去年同期增长70.97%
规模和万人音乐节相当



简醇品牌主题曲二次编排演绎
观众反响热烈

选手表现佳
观众长久驻足欣赏，掌声不断

观众/达人/选手social平台自发传播，配合官号发稿，形成声量有效扩散





《歌手》音综合作

预估5亿

实际累计曝光 **12.7亿**

完成率 **251.4%**

Ai真音瓶交互合作

预估3亿

实际累计曝光 **5.58亿**

完成率 **186.2%**

青年歌手大赛赛事合作

预估2亿

实际累计曝光 **3.44亿**

完成率 **172.1%**

项目累计曝光 **21.73亿**，曝光完成度 **217.3%**，线上+线下累计触达用户破 **千万+**

达成网易云音乐2024 H1内容营销声量 **TOP1!**

亮点1

核心资源支持第一

- ① 网易云音乐首次给到额外核心内容流量资源，增强品牌了合作丰满感及满足感
- ② 在综艺自身已在抖音、微博登上热搜之余，云音乐延续用户长尾流量，配合综艺内容，特邀艺人空降、进行优质内容活动运营，帮助品牌持续发酵，形成氛围，有效破圈

亮点2

创新交互尝新第一

- ① 网易云开放真Ai、真声纹采集技术，将其在行业内首次应用于品牌营销当中，以最具前沿的创新技术提升品牌互动率
- ② 增加瓶身AR扫一扫，用户购简醇，扫描瓶身icon，也可进入活动页面，进一步为简醇产品销售有效助力

亮点3

线上线下整合第一

- ① 达成网易云音乐过往品牌营销合作中，最大规模线下音乐赛事报名号召力
- ② 报名选手质量优质、来源广泛，线下总决赛专业大咖与实力选手齐聚，现场座无虚席气氛热烈，配合整合性线下互动打卡、线上直播、破圈扩散等手段，使品牌营销极具感染力