

领先x小红书：重生之我在甄嬛传卖猫粮

- **品牌名称：**TOPTREES领先
- **所属行业：**宠物类
- **执行时间：**2024.08.01-11.30
- **参选类别：**IP营销类

案例视频

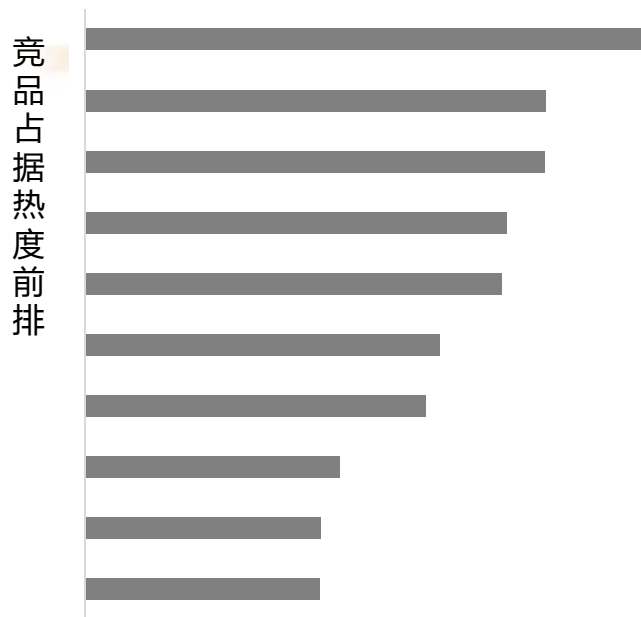
复制链接到新浏览器页面查看

<https://www.xiaohongshu.com/explore/66b6bbbed00000001e01cc62>

同时期起跑的品牌占前排，领先却还没跑出来

热度差距拉大，领先仅在NO.28

2024年3月小红书猫粮品牌搜索排名



1/宠粮用户并不关注领先

猫粮仅有对手的总搜索量的10%

头部品牌
猫粮总搜索量

领先猫粮
总搜索量

狗粮仅有对手的总搜索量的28%

头部品牌
狗粮总搜索量

领先狗粮
总搜索量

2/关注领先的用户在流失

搜完领先又搜猫粮
无法形成种草

TOP1下游词
猫粮

TOP2下游词
领先猫粮避雷

TOP2下游词
领先猫粮踩雷

猫粮营销陷入【硬核】陷阱 过分聚焦突出产品却忽略一个事实

陷入产品高光陷阱，产品特点并不突出



吃粮的是「宠物」
决定买啥的却是「宠主」



这一次，让我们从宠主的视角出发，做点宠主爱看的内容

做联名！



用TA最感兴趣的IP，撬动对我们产品的兴趣

核心目标

蹭上IP热度

品牌变红

更多人了解

品牌曝光变高/用户主动搜索变多/人群渗透率变高

搭载IP红利

产品卖爆

更多人种草

联名产品大卖，整体生意明显增长

玩到用户心中

活动嗨翻

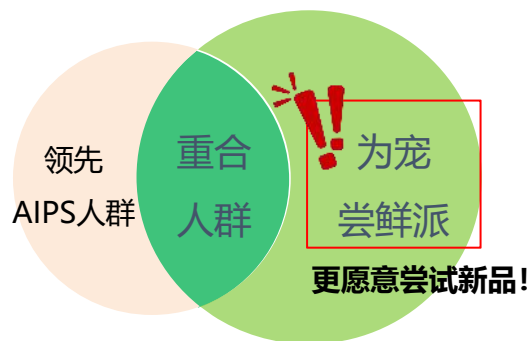
更多人参与

用户主动发帖和搜索活动，ugc促产效果明显

先解决最重要的，领先到底要跟谁联名？

锚定高关联人群

小红书宠物七大特色人群vs品牌人群

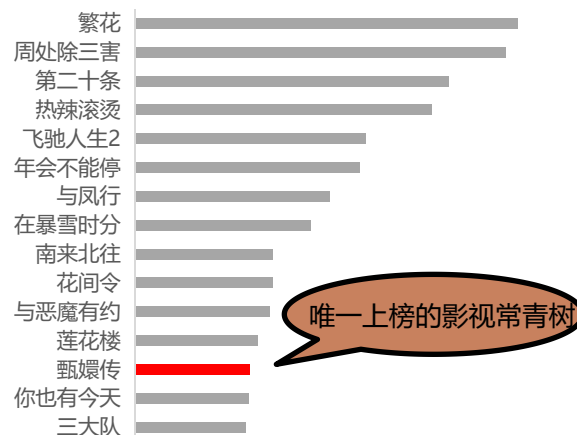


深挖人群兴趣点

【为宠尝鲜派】内容关键词偏好

vlog 乒乓球 演唱会 狗狗 电视剧 男朋友 香港 宠物
大学生 运动会 综艺 甄嬛传 开箱 校园生活 测评 养猫
追剧 电影 探店 包包 奥运会 游泳 猫咪 美食探店 配饰

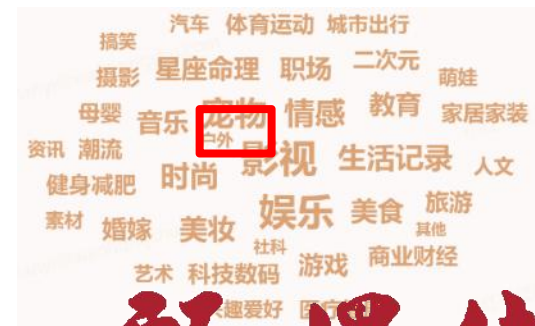
热门影视排行榜TOP15 (24年3月)



人群属性匹配

“甄学家”的人群偏好

- 兴趣内容偏好



甄嬛传

热度最持久

人群最匹配

延伸性最强

再往深走一步：作为甄学家，我们期待什么联名产品？

甄嬛传的热门角色

根据用户搜索&笔记提及程度
我们整理出甄嬛传在小红书最火的12大角色



甄嬛传的十大经典场景

从热门的话题讨论中，我们整理出10大经典电视场景

倚梅园初见



这福气给你



熹妃回宫



还有什么惊喜



华妃酸黄瓜



一碗藕粉大封六官



告发私通



粉色娇嫩



浣碧大婚



推了熹娘娘



不仅仅是上包装，每一根猫条都是一个名场面！



把小红书上最火的甄嬛梗，都做成产品！

用户最爱复刻眉姐姐的桂花藕粉糖糕



甄嬛传同款藕粉桂花糖糕 ✨【教程分享】

Bakemiss

632



藕粉桂花糖糕还是眉姐姐宫里（仿膳）的很好吃

Salsa

领先也给
小猫小狗做！



桂花藕粉冻干

用户很爱把皇上的帽子P绿色



那就给他
做顶真的！



领先你们知道怎么做联名吗。

皇上这个绿帽子是不是过分了！！

让我怎么给家里崽崽解释 🐶 🐱 🐭

#领先烘焙猫粮 #领先甄嬛传联名



大帽子冻干-小球藻

华妃吃酸黄瓜的搜索涨了238%



酸黄瓜表情包三连

华妃爱吃的那都安排上！



酸黄瓜冻干

把用户的【愿望】变成现实，真黄金小像说送就送！

小红书的用户拿甄嬛做什么？

转发求好运，上岸求保护！



许愿嬛嬛 愿大家新的一年顺顺利利！



果甄甜

393



嬛嬛祈福~



剧好看

14



跟着嬛嬛许愿，我们终将上岸！



小枫姐

7



甄幸运甄有奖！

购联名正装 得小卡赢大奖

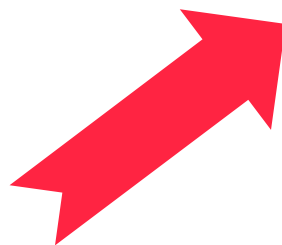
甄嬛真·黄金小像 随机抽！



产品外包装全面【甄嬛化】，更贴近年轻消费者喜好！

以明媚，卡通化的全新形象出现在用户面前

摆脱过去偏黑色稳重质感的包装形态



好的共创产品之外 领先在小红书的传播打法又有何升级？

分场域运营：信息流打开人群开口，搜索场转化品牌兴趣

摆脱硬核【产品介绍】，以甄嬛传作为核心传递卖点

——围绕甄嬛传，打造更娱乐性的内容

放大本次甄嬛传特色，给予更多普通用户关注领先的机会

剧粉为爱尝鲜

猫咪宫斗小剧场

重生之剧场小说

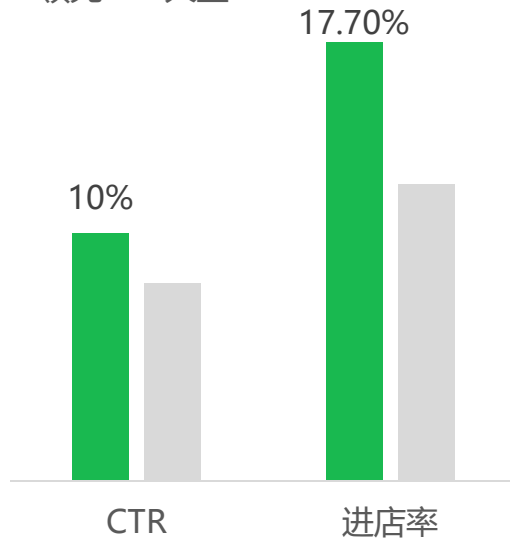
参考奶茶做剧透



兴趣向笔记占比提高至75%，整体CTR高达10%

投放期内近8成笔记投入小红书
后台观测进店率明显提升!

■ 领先 ■ 大盘



CPUV: 3.3

+39%

vs 大盘

提效3倍

vs 调整前

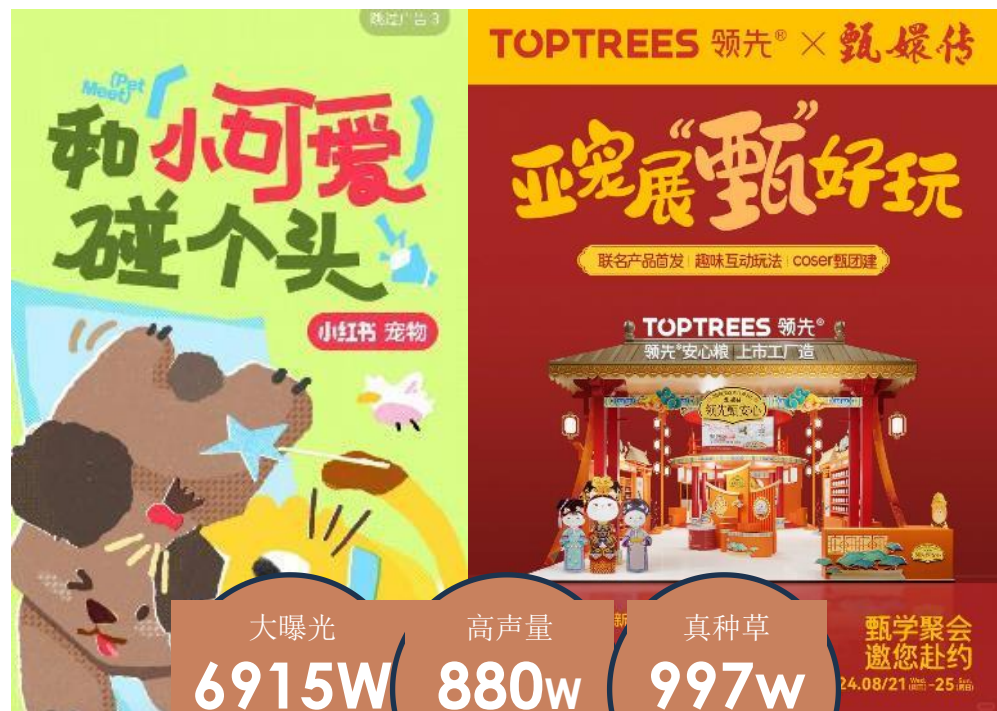
联动小红书两大IP，帮助品牌在双11前快速积累人群

和小可爱碰个头IP：

线下活动快速打开甄嬛传联名热度，累计UGC

养宠百科全书IP：

线上用户虚拟集卡，让所有甄学家都参与进来



大曝光
6915W
项目总曝光

高声量
880w
话题页总浏览量

真种草
997w
信息流总曝光



大曝光
1.3亿
IP总曝光

高声量
3669w
话题页总浏览量

真种草
1.3w
话题页参与笔记

沉浸式复刻甄嬛宇宙，让领先成为整个亚宠展最高光的摊位

超实景还原【倚梅园】现场

亚宠现场打造成宫殿，充满甄嬛元素！



小红书特制：
皇上打卡镜

全天候【甄嬛cos】在场飙戏

在小红书集结coser，全场巡演互动！



重生之我在亚宠展当华妃



鹅作剧

连嘴唇下的瘃子都仿了！太还原！！

08-24

甄嬛同款许愿树在线“接单”

线下梅花树许愿望



线上小红书晒愿望



领先来亚宠展啦

有点图

1

许个愿

Perrier

3

托托眼

赞

甄嬛传联名款重新出发，帮助领先**热度提到新高度！**

用户认知明显提升

领先相关搜索量 (8-11月)
同比增长

+132%

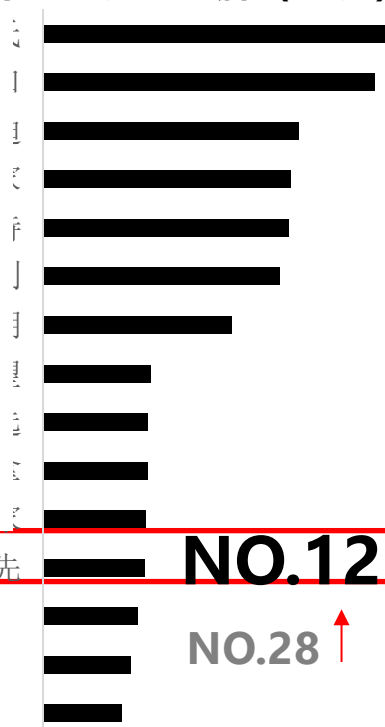
领先新增笔记量 (8-11月)
同比增长

+102%



成功跻身TOP15品牌

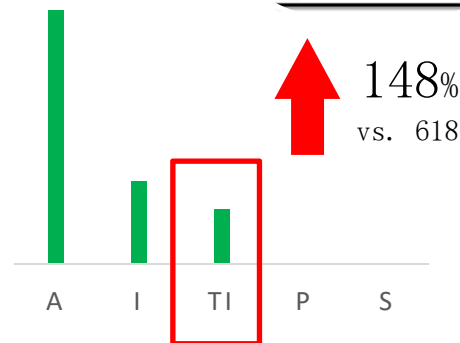
小红书猫粮热搜品牌 (10月)



人群资产提升明显！

品牌人群资产分布

3244w



TI人群近5倍增速

品牌人群在目标人群渗透接近50%

养猫人群
45.66%

养狗人群
46.55%

双11期间领先重推甄嬛传联名产品，成交增长100%

店铺首页最大化展示



主推文案/图片均体现甄嬛传



甄嬛联名产品上线4个月，
累计销售大大超预期



作为双11天猫店铺主推款，
带领天猫成交增长100%

