

沙宣在手，红运当头

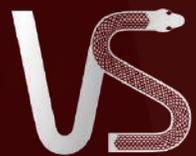
- **品牌名称：**沙宣
- **所属行业：**日化
- **执行时间：**2025.01.08-02.09
- **参选类别：**OTT营销类

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

沙宣在手，红运当头-OTT链路视频

<https://www.xinpianchang.com/a13294778?from=webShare&channel=copyLink>



营销背景

2025年沙宣官宣全新品牌大使宋雨琦

希望契合中国传统新春团聚节点

链接「大红瓶」与「中国红」的品牌联想

成为用户新春洗护焕新的年货新选择



沙宣希望通过「春节营销」 达成三大营销目标

1

释放



品牌大使
营销势能

2

提升



品牌认知
与好感

3

促进

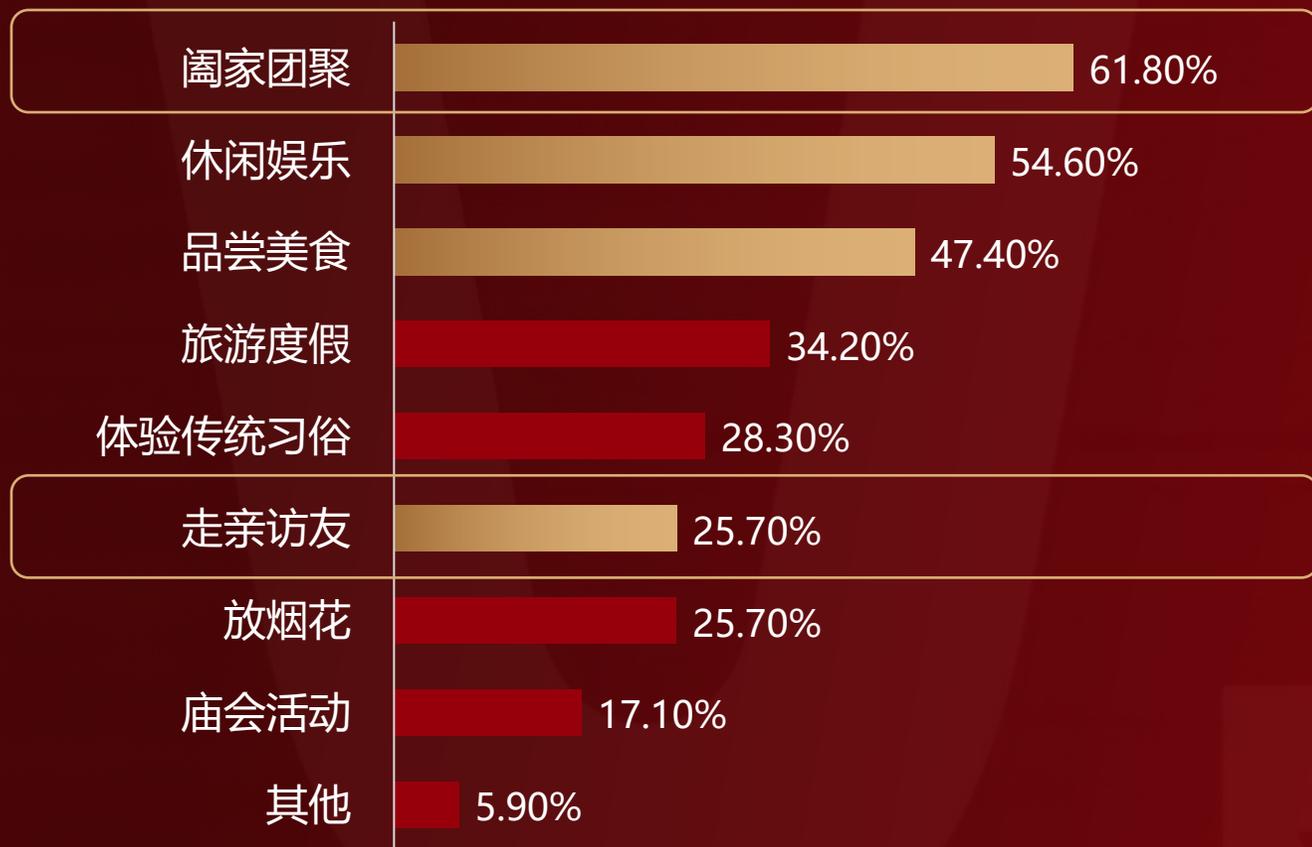


明星产品
购买转化

营销洞察

新春团聚在「家内」 是沙宣红运氛围的同频空间

2025春节消费大调研



「阖家团聚」
依旧是春节的主旋律



“年夜饭” “春晚” “拜年”

营销洞察

新春洗护在「家内」 是沙宣产品使用的同频空间

“使用” 在家内



产品天然的使用空间

“决策” 在家内



购买与使用者的共处空间

“购买” 在家内



促成购买达成的最佳空间

营销洞察

小米智能电视 中国第一大屏 成为春节「家内」情感沟通的最佳窗口

春节期间智能电视开机率明显上升



小米智能电视：销量&活跃设备全国TOP1



媒介洞察

「强视觉」「高质量」「促转化」 小米智能电视成为沙宣新春营销最佳平台

感 大屏视觉震撼

55寸大屏 创新裸眼3D凸显代言视觉



50倍手机尺寸 代言形象强感知

印象度
+22%

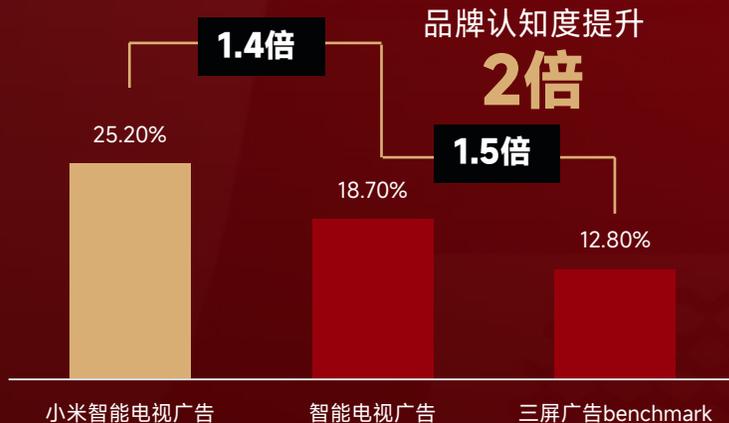
喜好度
+34%

信任度
+17%

*数据来源：凯度消费者调研；群邑OTT实验和定制化调研，N=10127；

提 品牌营销效能

高质量大屏品牌认知度提升翻倍



数据来源：秒针，三屏指OTT、手机、户外

促 购买链路转化

携手电视淘宝开创大屏购物新体验



营销策略

沙宣携手小米智能电视融入亿万中国家庭
宋雨琦送「红运」带动品牌情感共鸣 年货采买即刻转化

引爆
代言形象

沙宣在手

提升
品牌认知



促进
年货消费

执行亮点-1

覆盖新春中国家庭团聚观影全链路 持续传递沙宣新春「红运」 带动品牌认知与好感

打开电视时

首页选内容时

进入年货节频道时

休闲待机时

返回首页时



创意开机



焦点视频



首页拼图



年货节频道霸屏



年货节频道冠名



高清画报



全站通知

执行亮点-3

沙宣携手宋雨琦空降小米电视开机第一时刻 送上新春红顺祝福 共赴发型「琦」遇

红

以沙宣“红”色品牌记忆

融入新春红红火火
穿红袜子戴红围巾
洗发水也要红运当头

新春红红火火



财运一顺百顺

顺

以沙宣产品使用特点

融入新春祈愿平顺
一顺百顺事事顺
如头发般柔顺舒意

执行亮点-4

沙宣入驻小米智能电视「年货节频道」 新春年货购买强提示 带动用户兴趣与购买意愿

新春特开
全量可见

首屏即现
全天在线



首位大图
氛围拉满

一键跳转
即刻购买

执行亮点-5

沙宣全链路资源一键直达产品购买页

新春「红运」年货即刻买 高效实现沙宣购买转化



天猫年货节 | VS 现货直达 活动时间: 2025/1/6 20:00:00-2025/1/20 23:59:59

清盈顺柔洗发水500g*2+护发乳400g

蓬松云朵发 轻盈会呼吸

沙宣品牌大使 宋雨琦

抢 正装量

赠100g洗发量 赠200g洗发量

到手 119.9

沙宣官方旗舰店

沙宣清盈洗发水露改善毛躁蓬松/去屑/修护洗发膏护发素套装任选

¥119.9

¥349

月销 100+件

快递: 快递包邮(至广州市越秀区)

促销: 跨店每200减30;满140减5;满1件送赠品;购买得积分

极速退款 七天无理由退换

立即购买

去店铺 已收藏 优惠券

产品优惠及赠品明细, 详情详情请查看内页 手指请留意洗发功效, 实发为广告创意用途, 比掉头发轻盈柔顺的状态, 实际使用效果因人而异 注: 赠品洗发系列及新旧包装随机发

按下确认键 即刻跳转



效果总结

沙宣携手小米解锁新春家内第一流量

强势引爆代言形象 提升品牌认知 实现品效双赢

赢

观影链路打动用户心智

跳转电商引导购买转化

品效



资源曝光量

3.22亿

曝光完成率

115%

引导下单金额

126.1万

引导下单笔数

1.5万

效果总结

触达3500万+沙宣高价值目标TA人群 实现沙宣新春更高效的品牌认知与购买转化

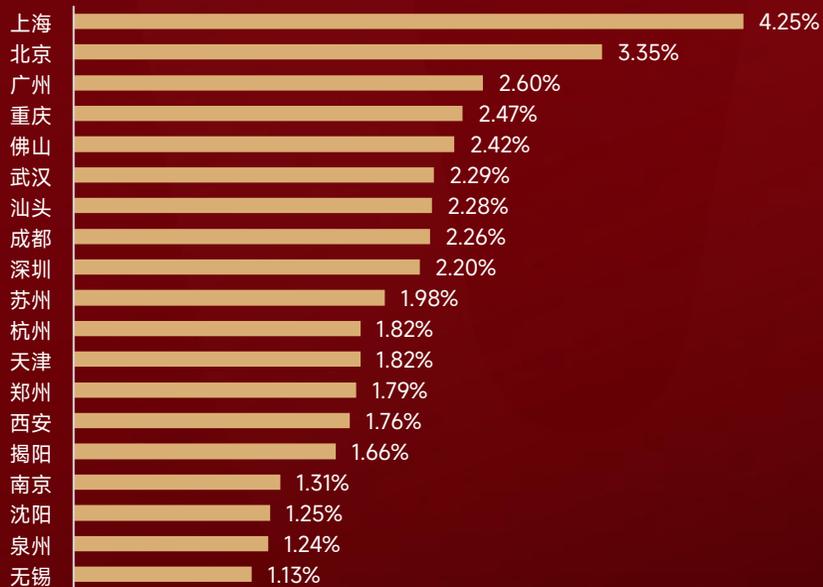
25-40岁占比

80.5%

家庭有孩占比

90.1%

一二线高消费力城市占比更高



触达高价值人群占比



拥有房产TGI

107

拥有汽车TGI

113

触达人群职业分布

白领

12.38%

教育科研/IT/互联网

9.54%

公务员/医护人员

4.73%

蓝领工人

3.69%

覆盖TAUV体量

3548.7万

案例分析

沙宣携手小米智能电视进入「家内新春营销」新蓝海 释放代言强势能 新春形象强认知 年货购买强转化

1 聚焦心智沟通 影响高价值TA

小米电视打入新春家内团聚场景
影响**3500万**高价值用户

2 洗护同频空间 沟通产品亮点

“红顺”品牌沟通点强传递
家内洗护空间感知**柔顺舒意**亮点



3 构建电商链路 推动年货购买

小米大屏创新电商链路
达成年货节**126.1万**销售转化
累积优质家庭潜客



我的

首页

VIP

儿童

电

综艺

永远相信
美好的事情即将发生

