

高浓独宠85瞬间 曼秀雷敦85修护润唇膏推广项目

- 品牌名称：曼秀雷敦
- 所属行业：美妆
- 执行时间：2024.04-04.11
- 参选类别：明星/达人营销类

曼秀雷敦唇膏

- 1、长年稳居润唇膏市场No.1，大众化形象深入人心；
- 2、2023年底试水推出创新突破高端产品线——85修护润唇膏；
- 3、2024年曼秀雷敦85修护润唇膏正式RELAUNCH；

曼秀雷敦大品牌

- 1、曼秀雷敦大品牌核心大事件——M135周年庆；
- 2、官宣全新代言人——新生代顶流偶像张艺兴；



张艺兴
曼秀雷敦品牌代言人



MENTHOLATUM Lip Care

01

市场不停被新冒的润唇膏单品冲击和追赶；
情况在年轻消费市场上尤其明显；

02

曼秀雷敦作为最知名的润唇膏品牌被大众熟知，
但也因此缺乏新鲜感、形象固化；

03

被大众化品牌/产品形象和价格所限，影响高端
市场发展和上升，急需强势单品快速突破及占领。





目标一：新品认知建立



将RTB转化为可感知内容，强化85%乳木果油专利配方概念，树立85修护润唇膏的认知；

目标二：提升品牌价值



建立专业形象感知，拔高品牌，提升价值感；展现品牌护唇领域的实力，与行业标准的高度；

目标三(持续性任务)：品牌年轻化



通过85修护润唇膏传播，持续注入新鲜感，转化固化形象，展现品牌的年轻，时尚与活力；

目标四(持续性任务)：品牌延续



兼顾深化“Sending Love & Care、传递爱与处处关怀”的品牌理念。

85修护润唇膏

85%高浓度乳木果油专利配方

来自西非
珍贵成分

突破性
专利技术

PREMIUM

GRAND

LUXURY

定价：

¥ 59.9



产品品质升级

价值感/高端感

专业/行业标杆

富养自己, 显然成为当代女性备受追捧的流行趋势, 推崇的生活方式, 甚至人生态度!



[本文来源: 人民日报社民生周刊]

文/民生周刊

主流官媒-人民日报: 报道指出 “富养自己” 是最好的生活方式

生活需要“富养”。

富养自己, 并非欲望的满足, 物质的奢侈, 而是懂得养成好的习惯, 善待自己的身体, 使自己内心丰盈, 生活美好。

懂得富养自己的人, 即使贫穷, 也能富养自己; 不懂得富养自己的人, 即使富有, 也会让自己受“贫乏”之苦。

一个人最大的善良, 就是善待自己; 最好的善待, 就是富养自己。

当一个人学会了富养自己, 便会更容易发现生活中的乐趣, 而不会轻易地被外界所迷惑、所干扰。

富养自己, 是一个人最顶级的养生方式。

TA聚集地-小红书: “富养自己” 相关话题
搜索量持续上涨; 相关笔记超160万篇;



#爱自己 是终生浪漫的开始#

+112%
近90天搜索同比

#重新把自己养一遍#

+506%
近90天搜索同比

#富养自己#

+291%
近90天搜索同比



挖掘“富养自己”背后的情绪价值 精准拿捏女性消费市场！

「消费需求总和：
深度悦己」

女性消费市场进入
悦己2.0时代

女性消费群体经济实力不断争强，观念不断从基本生活需求向更加多元的自我实现需求进阶

当代女性内在自我意识的觉醒，敢于表达自己的观点和想法，自我感受放在一个重要的位置

她更强调独立和自主，更懂得宠爱自己，追求品质，遵从自己，享受人生，为情绪价值买单

深度悦己消费趋势下的消费新公式——

【产品功能价值】 + 【情绪体验价值】 / 价格

**85%高浓度
乳木果油**

专利配方 修护双唇



提升生活品质感

回应特特生活主张

服务自我价值表达

将成分浓度与自我宠爱的情感相结合 将理性沟通转化为情绪共鸣

产品RTB专利成分



85%的乳木果油高含量专利配方
给双唇最好的独宠



消费者生活/需求



感受生活体验的浓度
保留专属于自己的宠爱

消费者语言：高浓独宠

“高浓独宠”不是一个刻意行为，像是一次涂抹润唇膏
也是一个爱自己、热烈生活、积极感受自己人生的情感表达



#高浓独宠85瞬间#

借助“85”数字，去代表、象征、形容那些深度悦己，独特人生体验，热烈生活的瞬间的情感浓度同时也包含了85修护润唇膏为双唇带来“高浓独宠”

曼秀雷敦85修护润唇膏



落地策略-四大关键词

✓ 借势

✓ 优化

✓ 递进

✓ 全面

4月：官宣
产品RELAUNCH9月-10月：入季
#高浓独宠85瞬间#消费者互动10月：M135 10月-11月大促引流
借势联动 推动销售

代言人新形象亮相

圈层人群卷入

消费者渗透

双十一收割

代言人·粉丝群体



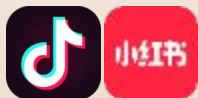
核心圈层/美妆人群



大众消费人群



Always On



抖音效果广告 —— 通过投放优化有段，提升转化效益，达成销售目标
小红书种草 —— 持续性种草教育，提升产品认知与认可，在TA聚集平台沉淀优质内容

1/ 深度融合代言人, 极致渲染#高浓独宠#气氛 办一场隆重的官宣, 新形象亮相即卖爆!

超宠粉“涂唇”ID视频

官宣1小时

唇膏组套预先售罄

品牌热搜

粉丝通

话题运营

超话

KOL



官宣4小时

唇膏礼盒售罄



*点击可播放视频

2/ 通过代言人 独有一份 的人设与故事 深化及诠释 #高浓独宠85瞬间# 的概念及意义

紧扣张艺兴对舞台的热爱，以及追求音乐梦想的浓度，来展现和表达。



每一步，都踏在热爱的旋律中
感受梦想的浓度

#高浓独宠85瞬间#

张艺兴
曼秀雷敦品牌代言人

曼秀雷敦
SHEARICH
85 REPAIR
PATENTED TECHNOLOGY
乳木果盈润
护唇膏·原味

专利配方
85%
乳木果油*

24小时
持续保湿

28天
修护双唇

85%高浓度
乳木果油

专利配方* 修护双唇

3 / 一条深情的视频演绎产品 #高浓独宠#氛围及功能

定制张艺兴Social video，讲述产品乳木果油珍贵的成分、85%高含量、专利技术的加持，造就对唇部的#高浓独宠#。

粉丝头条



开屏联投



自媒体



*点击可播放视频



4 / 透过三重核心人群视角,深挖消费者情绪瞬间 展现仪式感的高浓独宠,激发共鸣

核心人群代表1:

人生阶段: 职场高知

「赶不上日落
在工位签收夕阳的浪漫」

职场博主「一只苹果」

无论职场还是生活都不慌不忙, 在自己的节奏里永远爱自己, 永远#高浓独宠#

核心人群代表2:

品味艺术: 治愈系画家

「装点艺术
也不忘妆点自己」

艺术博主「赵小黎的画」

浓郁的色彩与随性的创造, 感受每一次独特的灵感, 就是对自己的#高浓独宠#

核心人群代表3:

年轻兴趣: 时尚摄影师

「个人也可以
有浓浓的仪式感」

摄影博主「林海音」

热爱自己的热爱, 享受独一无二的人生体验, 每个瞬间都是的#高浓独宠#



执行过程/媒体表现

5 / 以九段故事, 打造#高浓独宠85瞬间#情感视频

✓ 挖掘并洞察高浓情感故事
深刻与她共情共鸣

✓ 提炼#高浓独宠85瞬间#
以情景穿透核心人群心智

✓ 创造专属浓情音乐
沉浸式感受高浓独宠情调

让她停下来, 给自己一刻

高浓独宠





6 / 最优资源组合, 圈定**两大**核心平台, 发酵引爆话题



挑选具备内容能力媒体伙伴——**网易**
借助其洞察能力及传播矩阵, 深挖TA痛点/痒点, 持续拓展内容, 扩散话题

综合性大账号



@槽值



@谈心社社长



@网易哒哒



@网易娱乐频道

从社会现象出发, 解读#高浓独宠#的心理洞察, 引发广泛关注。

结合围绕三类核心人群, 匹配垂类账号持续圈层扩散, 延伸#高浓独宠#话题。

职场类、知识类账号



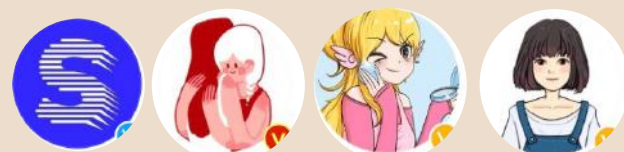
@网易公开课 @公开课白小哲 @三三不上班 @浪潮工作室

女性向、情感生活类账号



@高光青年 @我是热爱者 @如是生活 @网易文创

时尚类、娱乐类账号



@潮向Sense @她的亿万种可能 @萌萌的变美日常 @宅懒懒少女



美妆人群垂直平台小红书

联动小红书IP，打造#高浓独宠85瞬间#灵感挑战赛

采取**品牌曝光**+**内容互动**+**搜索拦截**+**话题沉淀**的组合
深入小红书用户习惯和内容生态，创造有#高浓独宠#氛围感的交流场卷入消费者，
层层渗透激活，让她深入体验产品，同时引发UGC更多产生，提高种草效益

沉浸浏览



精准搜索



深度互动



执行过程/媒体表现

小红书灵感挑战赛 × 曼秀雷敦



7 / 开设多个#高浓独宠#主题体验馆 赋能线下门店，带来多维高浓体验



■ 高浓独宠主题店

- ✓ 充分借势代言人热度，带动到店
- ✓ 周边精美和互动有趣，调动购买热情促进销售
- ✓ 吸引打卡反哺线上传播，同时关联并为M135预热

8/ 联动 M135 开启 一场 盛大的发布会 延续 #高浓独宠#，点燃旺季

■ 85高浓修护站



明信片上写下对
张艺兴的高浓爱
意留言，投递至
85修护润唇膏邮
筒



刺激线下门店互动

线下门店征集



延展发布会现场互动

线上小程序征集



点燃热情全面收割

发布会现场读信

核心推广平台声量爆发

超8.6亿曝光，超267万点击，超1600万互动

入季推广期话题热度均有到顶峰；搜索指数环比也有明显增长。



微博品牌榜&热度指数

官宣大事件：周排名**No.1**，环比上升**超126.4%**
消费者互动：周排名**No.16**，环比上升**超76.3%**

品牌热榜		
品牌	指数	环比
1 曼秀雷敦	3,918万	126.46% +
2 雅诗兰黛	3,826万	49.98% +
3 欧莱雅	3,706万	10.61% +
4 Mistine	3,609万	82.48% +
5 迪奥	3,606万	9.35% +
6 安耐晒	3,551万	81.66% +
7 沙宣	3,380万	33.68% +
8 欧诗漫	3,015万	80.82% +
9 珂莱菲	2,968万	63.89% +
10 霸王	2,884万	22.82% +
11 Nars	2,863万	-0.00%
12 花王	2,775万	61.63% +

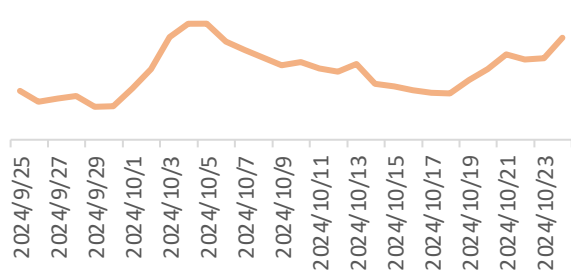


9.25为微博指数90天内峰值
是日均值的**2554倍**

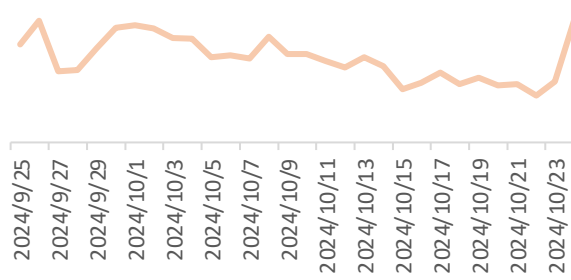


用户搜索指数

【曼秀雷敦唇膏】环比上升**超139.5%**

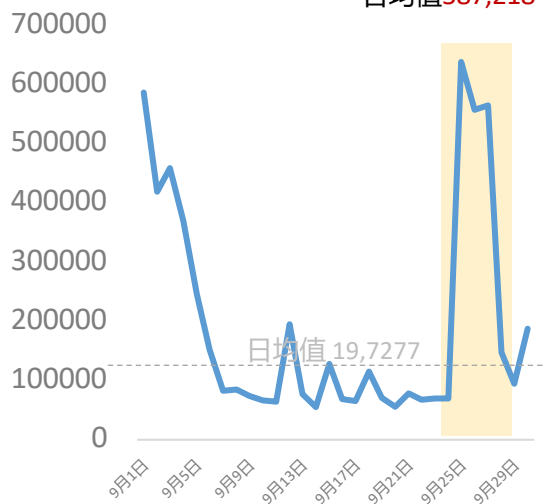


【曼秀雷敦85修护润唇膏】环比上升**超97.9%**



微信热度指数

当月指数峰值区间
日均值587,218



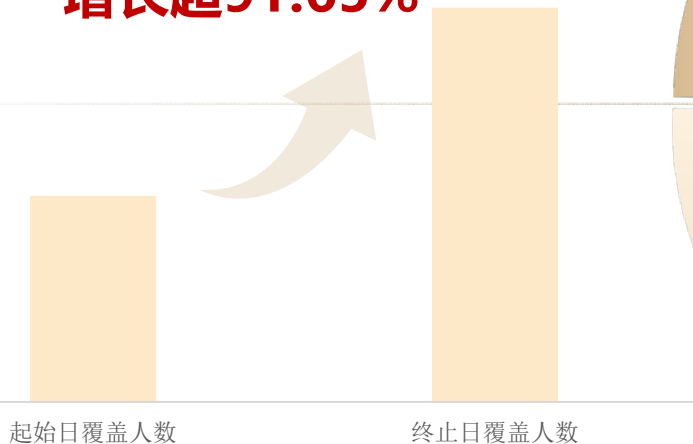
网易传播期为9月微信指数峰值区间，
增长幅度达到当月日均值的近**300%**

品牌形象认知全面提升

高效实现人群资产与渗透；提升品牌/产品站内占位；
借助推广，进一步夯实垂直美妆消费场景植入品牌心智。

品牌人群资产变化

活动前后品牌人群资产
增长超91.65%



品牌表现

NO.1
品牌在垂类赛道的
搜索量排名

(较IP活动前提升1名)

NO.3
品牌在垂类赛道的
阅读渗透排名

(较IP活动前提升11名)

SPU表现

NO.4
SPU在垂类赛道的
阅读渗透排名

(较IP活动前提升2名)

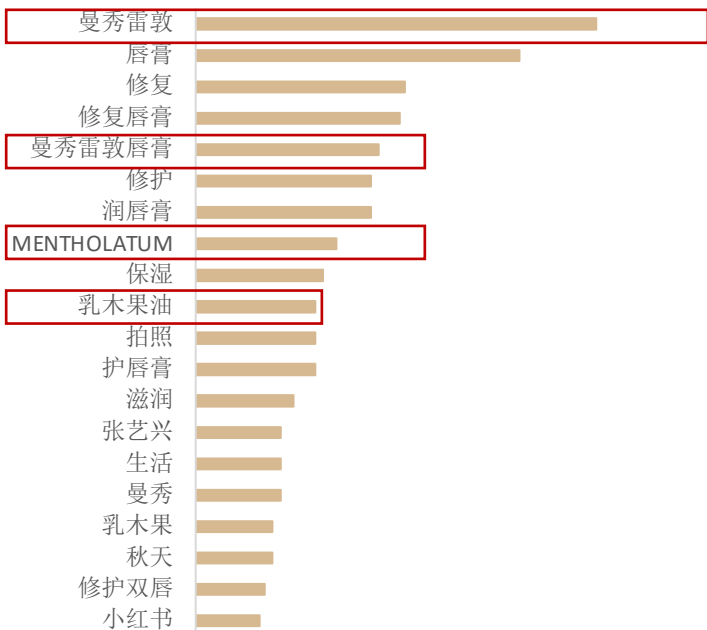
NO.6
SPU在垂类赛道的
搜索量排名

*垂类赛道：润唇膏

激发正向美誉，沉淀产品口碑

有效打造出有#高浓独宠#氛围感的交流场卷入消费者，持续话题互动
高效积累品牌高相关原生UGC内容；实现更广泛的传播。

#高浓独宠85瞬间 笔记关键词排名
产品功效、品牌产品、代言人、产品功能特点等
相关内容出现频次高



#高浓独宠85瞬间 笔记词云
站内用户内容高度提及品牌、产品及功效
且产品与代言人张艺兴的形象绑定
卷动品牌内容热度，助力品牌站内正向口碑



深化种草效果，持续促进转化

提升产品正向影响；让用户感受独宠体验同时带动销售攀升。

TI深度种草人群 规模行业排名 Top 10

数据截止至 20241112 | 行业范围: 美妆个护>美容护肤>唇部护理>润唇膏

排名	产品	TI 人群规模排名
1	悠宜透润养护初心唇膏	1
2	HAA虾青素柔润护唇膏	2
3	MALIN+GOETZ护唇啫喱	3
4	本品 曼秀雷敦乳木果盈润护唇膏	4
5	至本丰润滋养润唇膏	5
6	爱肤者两只减5授权! 梅子味法国依泉URIAGE护唇膏	6
7	依泉特润滋润唇膏	7
8	至本抚纹柔滑护唇膏	8
9	DHC橄榄护唇膏	9
10	依泉舒缓修复润唇膏	10

推广活动后提升至No.4

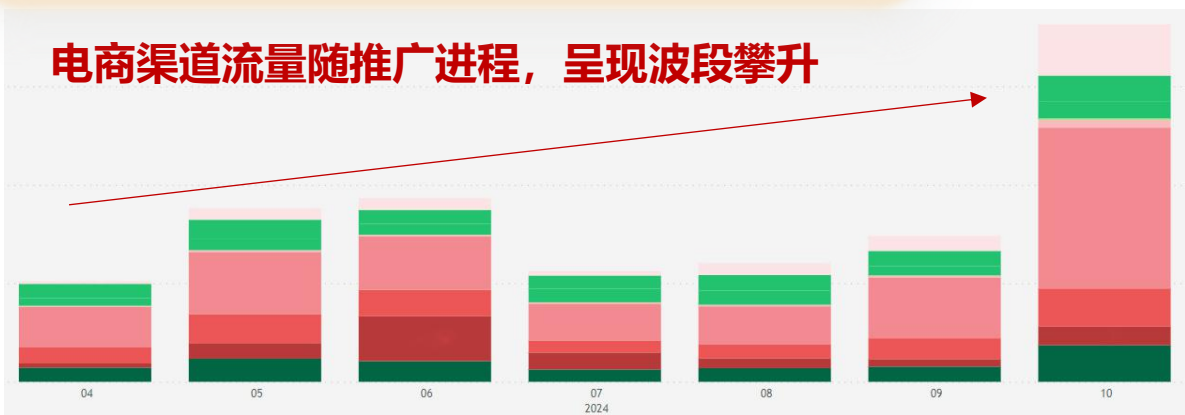
电商平台销售情况

全渠道同比: **GMW上升约25%**

统计周期: 9月-10月

电商渠道流量趋势变化

电商渠道流量随推广进程，呈现波段攀升



统计周期: 4月-10月

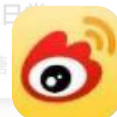


营销效果与市场反馈

实现唇膏的品牌使命 延续传爱理念并期待为世界作出贡献

鼓励更多 #高浓独宠85瞬间# 发生与分享。

旅行感悟/摄影分享/浪漫夕阳
VLOG/毛孩子/生活日记/人生感受/Gap hour



#高浓独宠85瞬间#话题累计阅读量超1465.6万；累计讨论量超124.3万
#曼秀雷敦85修护润唇膏#话题累计阅读量超3237.5万；累计讨论量超152.1万



#高浓独宠85瞬间#话题累计阅读量超1315.8万
#曼秀雷敦85修护润唇膏#话题累计阅读量超689.5万
#高浓独宠85瞬间#灵感挑战赛参与笔记超1.4万



通过活动让她更懂得高浓独宠 鼓励她热烈生活、积极感受人生，成就更好的自己

小余余余yu儿:生活需要仪式感,永远要爱自己!
24-9-25 12:26 来自山东

潘zero1122:画家那段看的我手痒痒,周末去买点颜料来玩玩
24-9-25 19:21 来自河北

橙子phoebe:想起自己的梦想,是时候该出发了
24-9-25 19:21 来自河北

谁能预知未来呢:看完感觉被治愈了,生活不就该这样吗?忙里偷闲享受一下
24-9-25 19:19 来自河北

樱川九郎0:想起自己的梦想,是时候该出发了
24-9-25 19:30 来自湖北

我和炸鸡在吵架:画家姐姐的工作室好温馨,也想有个这样的小天地
24-9-25 19:27 来自江苏

龙龙pw:看完觉得生活中的仪式感真的很重要,要对自己好一点
24-9-25 19:24 来自山西

老徐23-529:视频里的配乐很棒,听完心情都变好了
24-9-25 19:24 来自江苏

白日喵喵:画家姐姐好有气质,感觉找到热爱的事业真的
24-9-25 19:23 来自江苏

可爱的小猫米:别忘记给自己片刻停留的理由
24-9-25 13:09 来自江西

小雪宝超可爱:这就是我们期待已久的福利
24-9-26 18:43 来自山东

爱吃火锅的桃姐:勇敢追求最完美的生活吧
24-9-26 18:42 来自重庆

白玉雪1:用音乐修复疲惫的身心
24-9-25 16:00 来自四川

任菲儿的九月:我要去买给自己安排
24-9-25 16:00 来自天津

兰岛物语123:用浓浓的宠爱,重拾满满的能量

果心大大:给自己一份微小的仪式感吧
24-9-25 13:06 来自江西

正能量的快乐的女孩:整个充满活力,给人特别舒适的感觉
24-9-25 13:05 来自云南

永不放弃的牛牛:爱生活,爱自己。开心每一天。
24-9-25 14:55 来自江西

老徐23-529:不管多忙,都要好好的宠爱自己
24-9-25 14:54 来自江苏

老徐23-529:不管多忙,都要好好的宠爱自己
24-9-25 14:54 来自江苏

不辜负最美的遇见:看完感觉被鼓舞了,明天也要元气满满地出门!
24-9-25 19:19 来自山东

龙血武男:是啊好好爱自己哦
24-9-25 17:44 来自河南

二到负无穷:真的是啊好好爱自己
24-9-25 17:42 来自河南

温茶:生活中的小细节真的很重要,要学会善待自己。
24-9-25 19:24 来自贵州

按热度 按时间 学会善待自己

以玫瑰为礼:确实非常重要的
24-9-26 05:36 来自四川

我运气为森么那么好:小细节让人更美
24-9-26 04:04 来自浙江

期待明天会更美好:幸福感满满的哦
24-9-26 03:55 来自瑞典

L:确实,注意细节
24-9-26 03:46 来自浙江

确实不错啊
24-9-26 03:02 来自内蒙古

眠:是的,真的要学会善待自己
24-9-25 22:16 来自福建

谁能预知未来呢:不管生活再苦,也都要好好的宠爱自己
24-9-25 12:29 来自河北

月谷深:女生一定要先爱自己
24-9-25 15:07 来自贵州

早晨的红色太阳:一定要好好爱自己
24-9-25 14:55 来自海南

共44条回复



曼秀雷敦

New

曼秀雷敦 85 修护润唇膏



THANKS!
LOVE MYSELF ANYWAY ...

24h
持续保湿

28天
修护双唇

85% 乳木果油
专利配方