

淘宝闪购「闪购剧场」内容营销

- **品牌名称:** 淘宝闪购
- **所属行业:** 互联网 (本地生活)
- **执行时间:** 2025.08-2026.01
- **参选类别:** 跨界联合营销类

宅家场景 | 在线视频内容平台用户规模较大，内容生态精品化持续驱动用户黏性增长

在线视频平台构筑了“宅家经济”的重要流量基石，数据显示，截至2025年7月，中国在线视频APP活跃用户规模超8亿人，月人均使用时长同比增加22%。同时在社媒讨论中，#综艺同款 #明星同款话题讨论度高，精品化内容成为优质的种草渠道，“宅家”不再是静态的休息，而是动态的、充满消费潜力的需求场景。

2024年1月-2025年7月在线视频APP行业活跃用户规模及渗透率

8.15亿

相关数据显示，截至2025年7月，中国在线视频APP行业活跃用户规模达8.15亿人

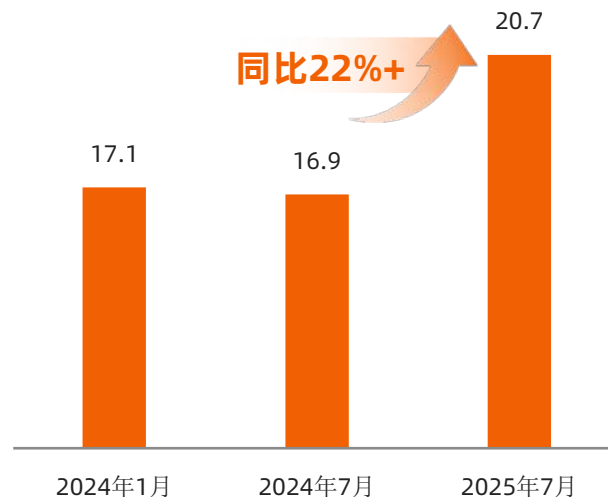
64.5%

相关数据显示，截至2025年7月，中国在线视频APP行业活跃用户渗透率已达64.5%

*活跃渗透率：在统计周期内，该行业App的活跃用户数占全网活跃用户数的比例

数据来源：《2025年1-7月剧综市场盘点》

2024年1月-2025年7月在线视频APP行业月人均使用时长



数据来源：《2025年1-7月剧综市场盘点》

*人均使用时长：在统计周期内，平均每个人使用该行业APP的时长

内容视频是优质的产品种草平台，#Get同款 成为消费者在追剧时的一大喜好

小红书平台

#明星同款 话题浏览量 166亿+

#综艺同款 话题浏览量 2,200W+

“万物即可种草”

从明星同款到情景同款，精品化的视频内容成为一个丰富的种草“优质土壤”，如热播剧《凡人修仙传》中同款法宝受热捧，《百厨大战》中同款菜品/食谱复刻等，优质视频内容种草正在覆盖品类的无限延伸。

数据来源：外部公开资料整理，图片来源小红书公开发帖 @钱多多、@0e超人

宅家场景 | 携手视频内容平台，“闪购剧场” IP构建“边追剧边下单”的最短消费路径

- 淘宝闪购“闪购剧场” IP通过“内容即场域，追剧即可购”的创新模式，携手视频内容平台打通了从视频内容种草到即时下单转化的最短路径，以用户宅家追剧场景为触点，构建了品牌品效合一快速增长的营销新场景。

“闪购剧场” IPx内容平台创新合作模式，以深度内容满足用户追剧下单需求，助力品牌营销增长

“闪购剧场” IP是淘宝闪购联动视频内容平台发起的创新合作模式，联通视频内容优势+淘宝闪购站内外资源&即时配送优势，实现用户追剧的同时一键下单购买，30分钟即享追剧同款需求，构建“种草-拔草”的即时零售新兴解决方案。

多品牌联合营销模式



淘宝闪购x优酷x《凡人修仙传》

淘宝闪购“闪购剧场” IP联合亿滋、可口可乐等多品牌打造热剧内容营销阵地，以内容营销带动用户下单形成近场营销链路闭环，实现资源共振

品牌自有IP合作模式



海天x《一饭封神》、胡姬花x《现在就出发3》

淘宝闪购“闪购剧场” IP合作海天、品牌热门综艺加码投入，形成“品牌外投-淘宝闪购”引流路径，助力流量及生意的全面增长

品牌x平台xIP联合冠名深度合作模式



淘宝闪购x李锦记 x 《百厨大战》

淘宝闪购与品牌联合冠名《百厨大战》，打造深度内容定制场景营销，站内外资源强势曝光促进综艺同款菜谱下单转化

强曝光

“闪购剧场” IP x 多品牌联合上线活动中，整体用户触达总数**5,000W+**，活动助力用户引流至闪购会场**人次超千万+**

高增长

品牌自有IP合作模式中，活动期间品牌生意**同比增长近350%**，爆发当日生意**同比增长680%+**

深绑定

“闪购剧场” IP x 多品牌联合活动热潮延续，以强势活动数据表现，平台+品牌**联合商业化及市场投资超千万+**

内容IP阵地

淘宝闪购x内容视频平台 打造淘宝闪购站内唯一“追更福利”阵地，激活用户“边看·边买·边享受”的消费心智，链接品牌全新增量空间。

明星/IP影响力 + 媒介种草 + 内容场景多维流量 + C端权益触达 + 商户私域共振 = 品效一体转化力

投前资源匹配
锁定目标TA

投中权益发放
内容+权益 营销一体化

投中曝光+转化
效果多维建设

投后数据沉淀
头羊效应再次触达

淘宝闪购 x 品牌

TA锁定（人群数据洞察）
拉齐品牌内容营销日历（IP匹配）
人群、素材、场景全策略跟进



策略辅导与内容洞察



闪购核心资源

淘宝闪购



淘宝闪购+视频内容平台
商户共振地域特色联合宣推建设



全网全域锁定推广

后链路 行动转化+数据回流

转化效果评估	品牌搜索指数（线上）
	品牌电商行动指数（线上）
	人群转化对比（线上）
	曝光人群OAIPL流转（线上）
	曝光线下引流进店贡献（线下）
	曝光线下搜索进店（线下）



数据回流与后续运营渗透

闪购剧场：共建内容场打造零售品牌即时营销交易闭环



剧综联动
触达年轻TA



长线阵地
共建追剧营销场



场景打通
关联品牌边看边买



人群渗透



交易转化



看剧
零食包

追剧
吨吨饮



合作品牌

即时营销闭环



+150%
休食品牌生意同比

+270%
饮料品牌生意同比

+230%
调味品牌生意同比

亿级曝光
活动流量增长

百万+
活动有效引流



站内外链接建立长线阵地，实现“追剧时刻，闪购到家”

宅家场景 | 打造热剧内容营销阵地，联动粉圈效应，线上线下资源共振实现品牌价值增长

以淘宝闪购“闪购剧场”IPx《凡人修仙传》联合可口可乐、亿滋等品牌的合作为例，借助“闪购剧场”IP平台资源与优质内容媒介，通过“线上线下资源共振+内容场与交易场融合+流量组合优化”三大资源联动，打通用户从“心动”到“拥有”的最短转化路径，助力品牌实现价值增长。

淘宝闪购“闪购剧场”IP x 《凡人修仙传》 x 可口可乐
配合剧目播放热度，多渠道资源整合，联动粉圈效应实现品牌强势曝光



跨界资源联合推广
淘宝闪购+优酷+品牌三方联投，
跨界资源联动增强曝光



淘宝闪购会场承接
淘宝闪购“闪购剧场”IP内定制餐
品组合，下单即享追剧同款



站外资源联动曝光
品牌联投西子廊桥上刊，联动粉圈
效应线下打卡强曝光

场景无界，剧目同款一键下单，完成用户
“从心到手的最短需求路径”

- ✓ 通过“闪购剧场”IP，用户从“观看-种草-送达”仅需30分钟即可轻松Get剧目同款，即时需求转化路径缩短
- ✓ 可口可乐联合外投引导至会场用户规模超百万

注入内容场新活力，撬动品牌生意新增量

活动期间，品牌生意实现爆发式增长

- ✓ 可口可乐生意同比增长270%+，订单同比增长280%+

宅家场景 | 深度内容定制场景营销，闪购平台轻松一键get“综艺同款菜谱”加速转化

- 以淘宝闪购“闪购剧场”IPx《百厨大战》x李锦记合作为例，“闪购剧场”IP通过“综艺内容深度定制+站内外场景无缝联动”模式，将娱乐流量转化为品牌即时销量，打造从“看菜谱”到“买同款”的品效合一新范式，加速实现内容场与交易场的高效融合，助力品牌实现销售新增长。

深度场景内容定制促转化

策划《百厨》承接页，综艺联合冠名，站内联合会场资源承接
“闪购剧场”IP综艺联动，上淘宝闪购搜【百厨大战】即刻get综艺同款菜谱！



强曝光

李锦记营销推广联合曝光破亿
其中品牌站内曝光人次超千万+

淘宝闪购“闪购剧场”IPx《百厨大战》x李锦记，深度内容定制场景，联合站内外整合营销资源，实现品牌“宣发-种草-销售转化”闭环

高转化

李锦记活动上线首周，
生意同比增长270%+，订单同比330%+
活动第二波生意同比增长370%+，并持续高增长！

数据&图片资料来源：淘宝闪购

站内外资源整合强曝光

- 线上：优酷外投、综艺贴片、暂停广告等、淘宝闪购外投资源，联通线上资源强曝光
- 线下：“闪购剧场”IPx李锦记，上海/北京/武汉三城大屏联合投放



闪购剧场x亿滋x《新闻女王》项目回顾

品牌与视频内容平台场景共建：边追剧边下单30min即刻送达！

132%

品牌生意同比增长

210%

品牌订单同比增长

亿级曝光

活动带动品牌流量增长

百万+

兴趣圈层用户增长



聚焦热剧热点，从《凡人修仙传》到《新闻女王》
跨界优酷联合打造亿滋品牌专属“闪购剧场”，助力品牌站外曝光到站内效果转化承接！



三方合作跨界资源联合推广

优酷内容合作 加码营销曝光
闪购承接流量 达成营销闭环



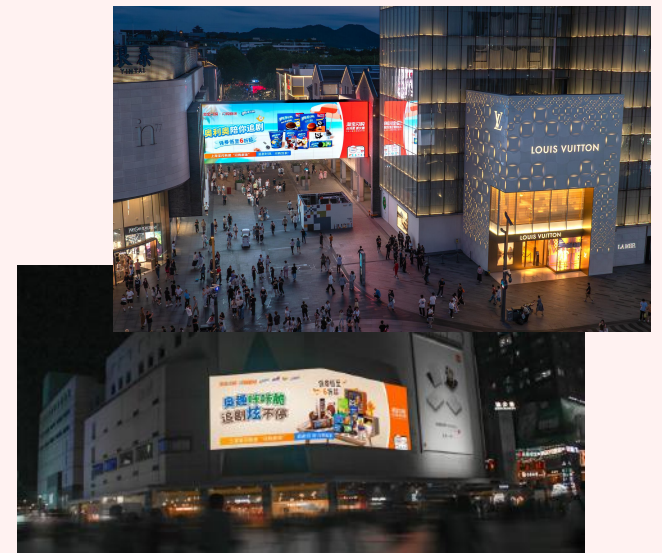
追剧同款一键加购

定制组品 缩短决策链路
边看边买 30min即时送达



站外宣推联动爆发

闪购剧场x亿滋多次站外地标联投
杭州西子廊桥、5城商圈投放等



闪购剧场x亿滋 站外超级联投



8月·杭州 西子廊桥

闪购剧场X亿滋 开学季触达高校年轻用户群



9月·5城联投



上海·五角场



武汉·光谷广场



成都·太古里



北京·万象城



广州·天河城

闪购剧场x可口可乐 项目回顾

明星宣发联动，借势热剧《凡人修仙传》打造粉圈话题热度营销！

270%

品牌生意同比增长

亿级曝光

活动带动品牌流量增长

百万+

活动有效引流

闪购剧场联合可口可乐，合作热剧《凡人修仙传》
跨界优酷，借势流量明星影响力，基于粉圈打造话题营销场~



综艺热播 三方联合超级曝光

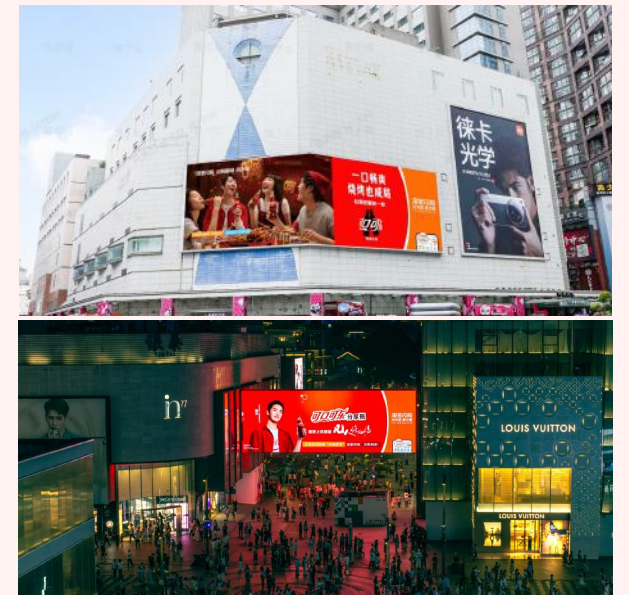
优酷内容合作 加码营销曝光
闪购承接流量 达成营销闭环

追剧同款一键加购

快乐追剧+可乐配烧烤搭配购
边看边买 30min即时送达

户外大屏联动粉圈打call

闪购剧场x可口可乐 超级地标联投
站内外链接 引爆粉圈话题



闪购剧场X可口可乐 站外超级联投



8月·杭州 西子廊桥

闪购剧场X可口可乐 站外超级联投



9月·成都 太古里

闪购剧场x李锦记 项目回顾

品牌与视频内容平台场景共建：看百厨大战，美味即刻达！

230%

品牌生意同比增长

480%

峰值日GMV同比

290%

主推品薄盐系列同比

4000万

站外导流曝光增长

闪购剧场联合李锦记，合作综艺《百厨大战》
跨界优酷联合打造调味品品牌专属“闪购剧场”，让美味即刻送达！



综艺热播 三方联合超级曝光

优酷内容合作 加码营销曝光
闪购承接流量 达成营销闭环



30分钟美味即刻达

定制组品渗透餐+商户渠道场
边看边买 30min即时送达



站外宣推联动爆发

闪购剧场x李锦记多城地标联投
七夕为爱下厨 5城梯媒加持



闪购剧场X百厨大战 综艺深度合作触达近场用户群

01

户外大屏点亮地标商圈



北京
海淀万象汇



上海
五角场



武汉
光谷世界城

02

七夕为爱下厨 5城梯媒加持



成都
派瑞国际

长沙
万科魅力之城

上海
松南城华品苑

宁波
恒凯大厦

深圳
天安数码时代大厦



03

线上媒介加持 官媒互动



闪购剧场x益海嘉里 项目回顾

品牌与视频内容平台场景共建：现在就要胡姬花！

230%

品牌生意同比增长

480%

峰值日GMV同比

290%

主推品薄盐系列同比

4000万

站外导流曝光增长

闪购剧场联合益海嘉里胡姬花，
跨界腾讯视频《现在就出发》打造品牌专属“闪购剧场”，让“重物”即刻到家！



综艺热播 三方联合超级曝光

优酷内容合作 加码营销曝光
闪购承接流量 达成营销闭环



30分钟重物即刻到家

定制组品渗透餐+商户渠道场快闪
边看边买 30min即时送达



站外宣推联动爆发

闪购剧场x益海嘉里 多城地标联投
珠江邮轮联合包场



闪购剧场X益海嘉里 站外超级联投



11月·广州珠江

