

每日鲜语×长安的荔枝 IP联动助力618

- **品牌名称:** 每日鲜语
- **所属行业:** 食品饮料
- **执行时间:** 2025.06.07-06.30
- **参选类别:** 种草营销类

背景阐述

以「鲜」为锚，打破大剧IP营销同质化困局

IP流量“快闪”
品牌沉淀“失焦”

热剧热度转瞬即逝，品牌面临从“短暂曝光”到“心智留存”的沉淀难题

产品心智模糊
差异化认知弱

“神鲜奶”卖点认知基础薄弱，需借助IP建立稳固而独特的价值认知。

营销闭环「断链」
品效协同不足

如何将IP流量变销量，在618大促期间实现真正的品效协同。

每日鲜语如何将瞬间的流量，转化为持久的品牌增长？

在抖音全力追「鲜」，化大剧热点流量为品牌流量 「神鲜」心智爆发，实现从共鸣到品效闭环

高效曝光
品牌声量飙升

矩阵分层
传递“神鲜奶”认知

经营协同
生意全年破峰

传播策略

蹭热

IP话题强绑定
品牌硬广广触达

IP联动大曝光

追热

二传二创热点营销
达人追热种草，夯实心智

种草内容强渗透

造热

短直联动+场景化自播
品效协合一促进转化

转化闭环促销量

每日鲜语x长安的荔枝：首个「鲜」剧IP营销标杆，全链路创新引爆新品销量

抢鲜

以“鲜”之名绑定大剧流量
多频互动实现品牌心智高效渗透

高效曝光 品牌声量飙升

大剧话题冠名绑定品牌商业话题
亿级流量引流品牌



商业热榜组合投
叠加双明星内容热度持续爆



品牌曝光**破亿** 声量飙升**50%+** CPM仅为行业**1/4**
超行业4.5倍 日均搜索环比提升 效率更高

多频互动 心智触达深



热点随享
长线热点溢出
品牌内容必现



点赞烟花+满屏弹幕
互动增强
心智击穿

人群逆势增长**19倍**
高净值人群渗透率超竞品3-6倍

内容互动超行业**6倍**
「神鲜」心智养成

追鲜

优质达人捆绑「鲜」剧流量
实现神鲜奶心智占领赋能闭环

矩阵分层传递“神鲜奶”认知



爆文率 **超50%** 成交单数 **破万单**

寻鲜

星推搜直 x 内容直播间
从“追鲜”到“尝鲜”的转化闭环

经营协同 生意全年破峰

头达优质内容x星推搜直链路
完整闭环引流直播转化



大剧新品x大剧古风直播间
人货场联动大剧 导流产品协同



618登顶抖音鲜奶好评榜**TOP1**

GMV 同比增长**180%**

商品好评率高达**99%**

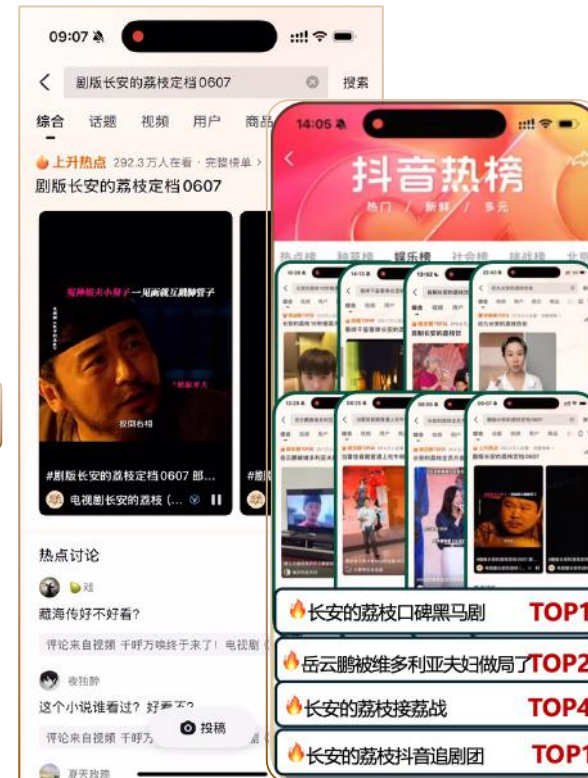
硬广三步走策略抢「鲜」占用户心智 将“每日鲜语=神鲜奶”形成IP强关联的认知锚点



多话题冠名

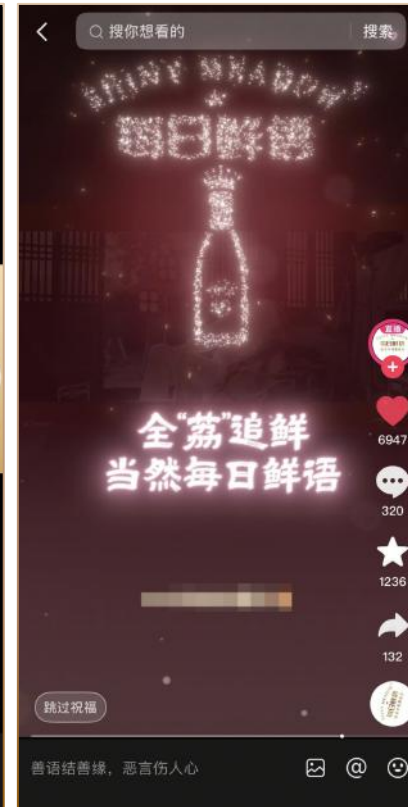


热榜引爆



热点随享

结合品牌广告创新产品增强互动 强化品牌与IP的情感联结，深化对“鲜”的认同



追「鲜」三步捆绑「鲜」剧流量 内容随剧而动，精准种草接流量 传递“神鲜奶”认知

wave1 剧开播抢品鲜

Wave2 剧热播同频追鲜

Wave3 剧长尾溯源寻鲜

美食+生活垂类达人，抢鲜蹭热官宣合作

创意头达+多元达人矩阵种草金句瓶

文化类+旅游类达人，溯源式种草产品



美食类达人
复刻大唐荔枝冰饮
追热品鲜传递“神鲜口感”



生活类达人
紧跟长安的荔枝底层牛马热度，聚焦
快手咖啡场景，情感共鸣+场景需求，
精准触达核心TA



创意头达
打造神鲜奶番外
神鲜卖点可视化



萌娃类达人
萌娃情景小剧场
互动式种草金句瓶



亲子类达人
以创意手绘形式
场景化种草产品



科普类达人
聚焦早餐场景
干货科普背书产品



创意美食类达人
荔枝美食DIY
创意美食带出神鲜口感



古风类达人
古风沉浸式种草
视觉化带出金句瓶



文化溯源
以千年寻鲜史为切口
带出产品锁鲜技术
输出品牌理念种草产品



旅游溯源
借势IP运荔路线
反向溯源岭南寻
沉浸式种草产品

优质达人捆绑「鲜」剧流量 实现神鲜奶心智占领赋能闭环 头部&垂类达人矩阵聚焦联名新品趣味种草拉新A3赋能转化

超头部1人

肩部13人

尾部13人

@王七叶
 曝光: 12,795,960
 互动: 534,503
 A3: 627,762

@是陈陈呀
 曝光: 5,999,966
 互动: 38,210
 A3: 215,512

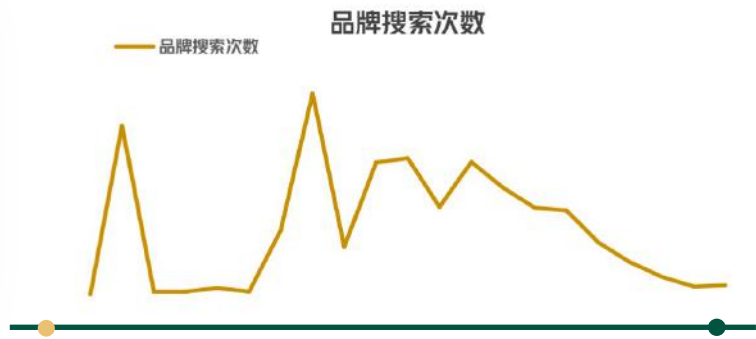
@dozz贝
 曝光: 29,772,618
 互动: 28,923
 A3: 396,100

超50%

完整闭环链接各引流店铺

星 推 搜 直

优质内容激发搜索，赋能转化



台词金句瓶心智占领引发UGC互动

营养丰富 成分安全 奶味足 DT脱氧
 神鲜技术 鲜牛奶 早餐搭子 营养丰富 直播间
 上学 创意瓶贴 长安的荔枝 口味好 绝配
 神鲜奶咖 特别好喝 神鲜奶 早上 鲜奶
 李善德同款 长高 牛奶 神鲜速度
 健康 回购 金句台词瓶 好看 味道好 最佳言
 蛋白质 香甜丝滑 长高 包装 囤货 DT脱氧
 补钙 创意 咖啡 品质

多元创意点亮核心场景，花式种草赋能生意转化

创意头达 @王七叶
打造「神鲜奶」番外
好喝到升仙演绎神鲜力



播放量
1200W+

互动量
60W+

25年TOP1

购物车累计成交
1xxx单

25年单达人带货TOP1

剧情达人@是陈陈呀
剧情配合应景金句
巧妙带出金句瓶



A3拉新
121W+

文化达人@是小嘉啊
从追鲜史串联自鲜技术
兼具文化和卖点的知识带货



组件点击率
4.84%

本次合作达人TOP1

搜索词点击率
1.10%

项目达人执行数据总览

曝光量
1亿+

互动量
1xx.xw+

爆文率
8x%+

项目执行结果



竞品人群拉新

有效触达竞品人群

投后竞品标签人群较投前增长1.47倍
借大剧专番抢占竞品人群，显著提高品牌的横向影响力



投后人群画像

投后精新资A3人群
渗透率提升

投前问句中核心3TA渗透率1.79%，投后问句中核心3TA渗透率2.54%，
优于行业品牌均值；精准触达核心TA的效果显著



产品兴趣点

大剧联名
金句台词瓶

- 大剧冠名，剧中同款神鲜奶，吸引用户注意产品；
- 创新联动剧中金句台词，营造消费者喝完鲜奶的惊喜感，提升品牌好感度（NPS高于行业TOP5%品牌均值0.11）



种草场景

结合大剧追剧场景
聚焦核心&潜力场景
(早餐/咖啡/晚安奶)

- 内容场景结合荔枝实景（早餐/追剧/旅游），视觉效果丰富，增强视觉吸引力与季节限定宣传效果

品牌证言及反馈

鲜奶事业部整合内容营销经理

品牌首次冠名大剧IP，全方位的合拍，精准触达群体，是品牌展现品牌理念的成功实践

鲜奶事业部整合内容营销主管

对于长安的荔枝和内容的结合特别满意！

鲜奶事业部电商经理

品牌首次配合大剧IP搭建沉浸式直播间，用户购买体验好，转化好！