

巴黎欧莱雅×B站青春敢野敢晒视频营销

- **品牌名称:** 巴黎欧莱雅
- **所属行业:** 美妆
- **执行时间:** 2025.07.30-09.16
- **参选类别:** 视频整合营销类

案例视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

https://www.bilibili.com/video/BV1uG3Ez7EzW/?spm_id_from=333.337.search-card.all.click&vd_source=755e0fd94083168e4482aa88b75146be

品牌传播营销背景介绍和行业发展背景

品牌针对目标年轻人群在防晒和修护产品的心智教育上，围绕年轻人强关联的**校园**和**户外的场景**的需求下，亟需差异化的内容玩法触达目标人群。

校园



户外

面临的营销困境及挑战

帮助品牌找到可以适配目标年轻人群在关联场景下的传播载体，将客户核心产品如防晒和面膜的使用心智和核心卖点做深度绑定，对人群进行触达，并同时**实现品牌声量与人群渗透的双重提升**。

B 站聚集了大量年轻用户，其平台在视频内容下的生态高度契合，尤其平台用户与 UP 主创作内容有高度粘性，可以成为品牌落地视频内容营销的最佳选择。

营销预期目标

希望可通过 B 站的用户群体和
视频内容生态，**强化 产品防晒+
其他产品联动的核心卖点认知；**

提升巴黎欧莱雅核心产品在年轻
群体中的品牌认知，产品使用教
育，并可借助UP主的创作内容
推动品牌再b站内的声量大幅增
长，跻身防晒品类行业前列。



整体目标和阶段目标

尝试长视频内容和防晒面膜产品的融
合；尝试群像内容创新选题；

实现与年轻人群的高效渗透，推动校园
人群渗透率提升；

通过视频内容营销实现品效合一，降低
品牌引流转化成本，提升用户口碑；

打造高传播度的视频内容，带动用户互
动与参与度。

策略及创意亮点

尝试实现当下品牌对social平台的闭环定义：

选择合适的内容



进行内容种草



产生互动引流



线上线下转化



产生口碑沉淀

联动 B 站头部 UP 主打造精品微综艺的内容内容，通过联动户外场景中对美妆产品的痛点需求形成品牌多产品联动【户外热-需要防晒；旅行结束-需要慰问万能的面膜修护】实现“**强流量曝光 + 精准场景种草**”的双重效果。

第一步：定制内容阵地 + 硬广协同

在 B 站打造《青春敢野敢晒》品牌定制专题页，开设 #欧莱雅野王防晒# 话题页，作为品牌视频内容、活动信息的核心展示平台，吸引用户关注；

在专题页设置扭蛋机互动玩法，用户完成限定任务即可抽取野王防晒试用装 / B 站周边，累计吸引 **12W + 用户参与**，带动话题页与品牌视频内容的点击量提升；

再通过硬广资源对目标人群做精准曝光：**投放焦点图等硬广资源，多维度展示品牌视频、UP 主长图、以及活动物料**，适配不同视频内容传播需求。

第二步：UP 主多元视频创作出街

与青春旅行团合作，通过微综艺的长视频联动不同类型 UP 主覆盖目标人群；

通过不同UP主的不同认知和视角在合作的内容里实现品牌卖点的深度传递；首次尝试将品牌自身的多产品联动的视频植入场景；该微综艺实现 **729W + 总播放，11% 互动率（超行业均值 5% 一倍），成功登上 B 站「每周必看」第 329 期**，成为品牌视频内容营销的爆款内容；

后续补充相关的达人创作垂类种草视频：**联动 @ 塑料叉 FOKU、@拉宏不拉胯、@巴拉吧啦 778 等校园向 UP 主**，创作《军训必备神器》等军训防晒相关视频，从内容场景实现覆盖，并尝试将视频内容从“曝光”到“转化”的落地。

第三步：联动平台IP，借线下搭建进校园

空降中央美术学院军训现场打造《野王校园线下展台》，现场设置扭蛋机、防晒试用装派样等环节，累计吸引 **1000 + 现场人流，400 + 用户扫码参与**，形成二次内容曝光；

校内资源联动宣推：**在高校表白墙、校内社群投放品牌海报 / 框架广告**，累计覆盖 **35 + 表白墙、15 + 社群，实现 2W + 校内宣推曝光**，带动年轻用户关注品牌活动，形成参与

《青春旅行团》x UP主微综艺
强流量打开「野」王适配场景



@雨哥到处跑 粉丝: 359.4w+
@老番茄 粉丝: 1992w+
@绵羊料理 粉丝: 1887w+



@宝剑嫂 粉丝: 481w+
@小精灵real 粉丝: 106w+
@中国boy超级大猩猩 粉丝: 1059w+

全站七百万播放x登上B站「每周必看」
首次尝试多产品联动的植入场景

《穿越沙漠，我们看到了
此生难得一见的美景！！》



产品功效x科技背书



场景x联动种草



总播放
729W+

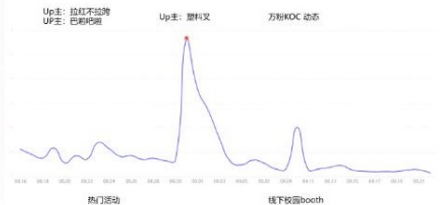
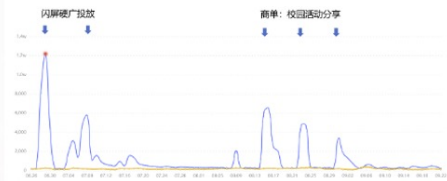
互动率
11%

CPE
1.9

进店uv成本
6.2

UP主内容数据

【品牌指数】同比增长342.94%，飙升3倍
周期内日均指数大于行业均值5倍



欧莱雅
日均声量
1100+

VS

周期内
行业日均
190+

行业排名
上升至
TOP11

【NPS】环比涨幅40%*
用户反馈喜欢、产品好用

整体NPS 0.188
环比 40.30% ▲

话题



整体声量和项目数据