

奶爸郑恺的邪修哄睡大法

- **品牌名称:** 优博盖诺安
- **所属行业:** 母婴行业
- **执行时间:** 2025.08.01-10.30
- **参选类别:** 视频内容营销类

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.xiaohongshu.com/explore/68b96b3e000000001c00e248?xsec_token=AB6ko3lcRi0ehgkEyEOsfJeArbTMXUq7gkEUMghY5mmGA=&xsec_source=pc_user

● 营销背景&挑战目标



优博盖诺安希望借官宣全新代言人

传递出产品在婴幼儿成长中提供的关键营养

但作为婴幼儿奶粉品类，始终面临严苛的功效宣传限制

如何通过创意在合规前提下，巧妙传递出产品卖点？

● 策略&创意



面对婴幼儿奶粉广告严格功效宣传限制

我们为品牌选择了形象高度契合的新任代言人——郑恺

将代言人在社媒上备受喜爱的「忽悠式」育儿风格

转化为品牌本次沟通中的创意资产



锚定「父母忽悠式哄宝宝喝奶入睡」这一日常亲子场景

将产品实力自然融入一个个“超能力”的睡前故事中

合规且合理地实现了硬卖点的软性转译

同时完成了代言人流量向品牌价值的高效转化

● **创意执行** 本次传播以「预热 - 引爆 - 长尾」的节奏推进——



- **预热期：**通过全平台官号进行话题铺垫，激活代言人粉丝群体，通过悬念性内容蓄力
- **官宣日：**以TVC及线下大会联动抖音、微博、视频号直播，实现声量聚合与高潮引爆
- **长尾期：**通过持续物料释出与代言人互动，有效延续热度，完成品牌曝光的长效沉淀

- **传播结果**

- **项目总曝光：3.5亿+**
- **项目总互动：78.8w+**
- **5A人群增量：709w+**

奶爸郑恺的 邪修哄睡大法

「优博盖诺安」品牌代言人郑恺揭秘：

不骗小孩的睡前故事



Challenge

优博盖诺安希望借官宣全新代言人郑恺TVC
传递出产品在婴幼儿成长中提供的关键营养
但作为婴幼儿奶粉品类，始终面临严苛的功效宣传限制
如何通过创意在合规前提下，巧妙传递出产品卖点？

Solution

我们发现：父母为了哄宝宝乖乖地喝奶睡觉
「忽悠式话术」张嘴就来——
“我长大能当超人吗？”“当然能！”

借用「哄宝宝喝奶入睡」这一充满想象力的日常场景
通过代言人为宝宝讲睡前故事的情景演绎
不违和且在不违规地植入产品实力
让想象中的“超能力”成为实实在在的“成长力”

Results

项目总曝光 3.5亿+ 项目总互动 78.8w+ 5A人群增量 709w+



骨骼发育



大运动



精细动作



语言能力



社交能力



适应能力