

飞鹤×《小城大事》：顶流大剧搭配IP+组件营销配套 助力飞鹤迹萃快速抢占市场

- **品牌名称：**飞鹤
- **所属行业：**母婴食品
- **执行时间：**2026.01.10-02.25
- **参选类别：**视频整合营销类

- 营销背景：飞鹤品牌25年整体市场份额位列行业第二，在新生儿数量持续下跌市场环境更为严峻的背景下，为进一步提升品牌市场份额且提升品牌利润，品牌将推出高端新品飞鹤迹萃，并需在26年年初快速提升新品声量，传播“鲜活营养”核心卖点。

- 营销目标：
- 1.迹萃品线声量超越行业其他品牌高端品线声量，攀升为行业第一
- 2.飞鹤品牌人群资产积累及早阶妈妈渗透提升
- 3.飞鹤迹萃核心卖点“鲜活营养”人群心智资产有所提升

- 结合品牌主要狙击中高端母婴用户锚定新品上线期间爆款IP，并深度结合品牌卖点与IP内容开启多维度整合营销，充分激活IP热度对于新品推广声量拉升的价值

目标人群洞察

锁定适配IP

大剧

综艺

动漫

体育

短剧

少儿

纪录片

游戏

音乐

文学

外部媒体

机构

搭配营销组件充分适配IP热度

①

硬广追投

IP人群追投
明星粉丝追投
...

②

IP授权

联名授权
素材/内容授权
...

③

艺人经纪

明星短代
艺人定制
...

④

番外衍生

官方番外
MCN共创节目
...

⑤

达人传播

话题传播
互动扩散
...

⑥

电商活动

直播会场
电商会场
...

⑦

线下活动

官方活动
定制活动
...

IP

资源支撑

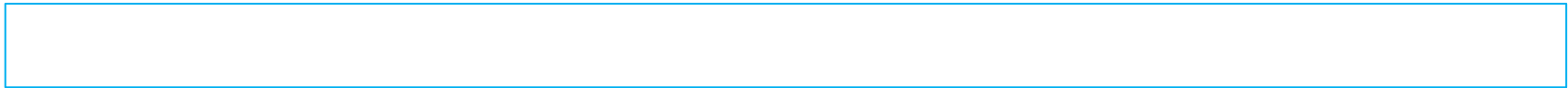
+

营销组件

- 人群洞察与IP锚定：基于高端母婴用户内容偏好洞察，优选最高人群浓度电视剧赛道，同步锚定档期、品类适配度高的《小城大事》IP作为合作切入原点开启合作



- 档期适配：1月初为新品上市节点，同时间内推荐度最高
- 品类适配：剧情类大剧为高端母婴用户高浓度题材
- 人群适配：预估目标人群占比与预估TGI占比均位列项目前列



飞鹤迹萃 X 《小城大事》IP整合营销配套

硬广追投

品牌身份合作硬广站内外追投
强化品牌与IP合作关联



番外衍生

结合剧情设计品牌内容创意
提升用户记忆度



艺人经纪

深度绑定节目主演黄晓明
亲身站台背书提升信任度



达人传播

结合品牌大剧合作内容
携手达人发酵扩散提升覆盖度



线下活动

捆绑大剧自由线下活动
高光登陆增加消费者直接联动



IP授权

借助IP授权多全渠道应用传播
赋能品牌线上+线下自有渠道



- 品牌人群资产积累
品牌R3流入率环比大剧上线前翻升1倍;
品牌拉新用户占比88%，高于竞品历史均值13%;
- 品牌目标人群渗透
品牌目标人群早阶妈妈渗透率环比前提升13%
- 品牌新品核心卖点心智影响
- 品牌心智份额上升至行业第一，心智份额远超行业同行

