



王老吉 x 全明星VLOG大赛结案报告

创造营销新思路，释放VLOG新价值



项目背景及目标

抢占夏日营销节点，延续和升华



王老吉“越热越爱”夏季营销IP

这个夏天，周冬雨和张艺兴成为王老吉品牌代言人，延续王老吉“越热越爱”的夏季营销IP，以“走出去”升级品牌内涵和态度。

通过VLOG这种年轻人喜爱的新形式，借助微博强大的平台整合及营销能力，联同明星+平台+品牌+用户，引导年轻人勇敢表达自我，聚集不同圈层的力量，实现王老吉提倡的热爱生活的大生态。

高频曝光

提升王老吉
在社交平台的声量

品牌年轻化

倡导用户勇于表达
展现不同圈层价值观
提升年轻用户好感度

创新营销

联动平台开创
VLOG商业新模式+
明星营销新模式

营销挑战

如何帮助王老吉，打造兼具**热度与广度**的品牌传播，并与年轻TA人群更深入沟通？

如何做兼具**热度和广度**的品牌传播？

- 在海量信息中，如何快速引起全民的现象级关注？

如何与年轻TA进行**深度沟通**？

- 如何与各兴趣圈层的年轻目标TA进行垂直化深度沟通，引发最大共鸣？



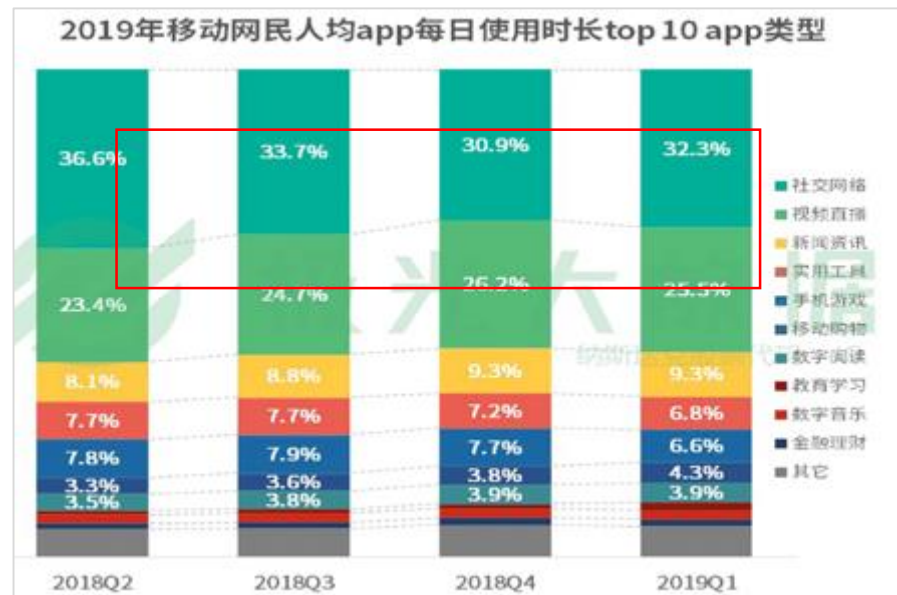
2019年，VLOG成为国内最流行的内容趋势

借势VLOG内容和流量风口+网民最常用的触网方式，帮助王老吉更深入沟通年轻人群



iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，2019年中国Vlog用户规模达2.49亿人，预计未来中国Vlog用户规模仍将保持稳定增长态势

借势流量风口——VLOG



极光大数据 (NASDAQ:JG) 发布《2019年Q1移动互联网行业数据研究报告》，从整体app市场概览，社交网络类app使用时长占比依旧保持第一

社交媒体使用时长保持第一

微博是VLOG应用最广泛、VLOGGER最多、传播效应最大化的媒体

□ 最多的Vlogger

平台认证vlogger
15000位

□ 强vlogger活跃度

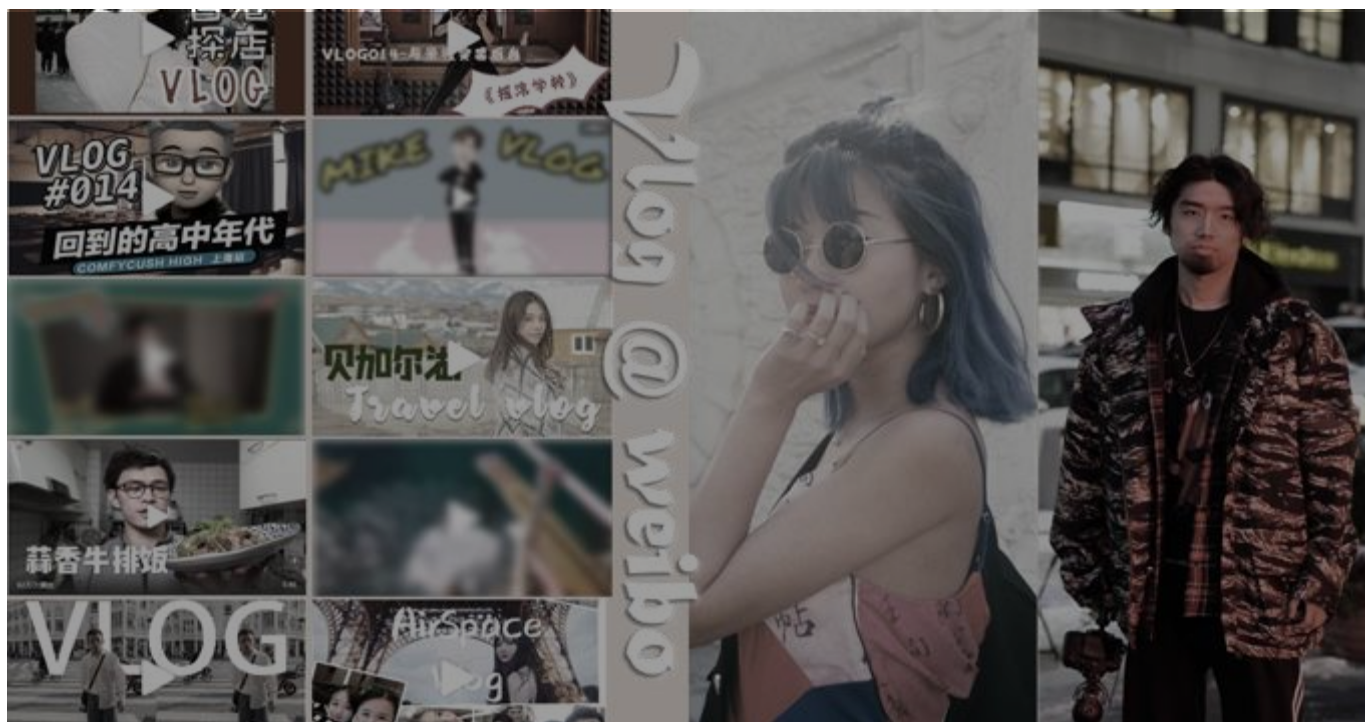
日均VLOG发布量
20000+条

□ 全垂直领域覆盖度

认证VLOG博主覆盖
60个垂直领域

□ 高质量VLOG视频内容

日均播放量超百万
高质VLOG近百条



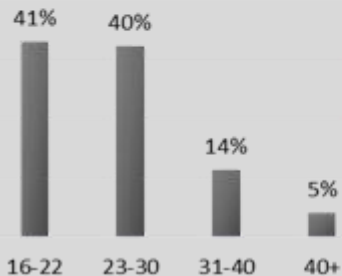
微博助力品牌VLOG营销，达到品牌声量最大化

依附微博独特营销价值，全方位提升传播势能，是品牌VLOG营销不二之选

圈用户

年轻活跃

2018年微博用户年龄分布



微博作为年轻用户的聚集地
帮助王老吉覆盖年轻用户
助力品牌年轻化

造热点

热点事件第一时间
在微博爆发

- 陈羽凡 3443684
- 薛之谦李小璐 1060097
- 张志鹏回应家暴 911053
- 白百合方否认新恋情 4969015



中国最大的热点聚合、信息传播开放广场，
帮助王老吉快速进行内容引爆，并在多圈层
快速渗透传播

星引力



6898.1亿
明星话题年总阅读量

2884.9万次
明星月均博文阅读量



明星粉丝占微博月活半壁江山以上
微博是全网粉丝追星的首要阵地
为品牌带来更高粉丝流量

王老吉携手微博共同发起——全明星VLOG大赛

微博首届全明星创新营销

依托微博强大的明星整合能力打造创新“品牌+平台+明星”营销模式
优质明星内容借助平台资源红利实现更强传播效应

根据明星VLOG更受用户关注的
内容方向定制三大赛道



明星VLOG评论词云中：
减肥、工作、妈妈等关键词
均被热爱生活的用户热议

生活记录

明星VLOG评论词云中：
时装、搭配、分享等关键词
均被爱分享的用户热议

日常分享

明星VLOG评论词云中：
好物、电影等关键词
均被爱尝鲜的用户热议

发现新鲜事

“明星VLOG”话题评论词云



【传播策略】打通三大通路，打响营销战役

微博平台作为基石，一同构造粉丝、内容营销三大通路

➤ 粉丝经济



借势明星影响力与王老吉品牌强关联，迅速抢占星粉注意力，提升品牌声量

➤ 定制内容



结合王老吉产品消费场景生产不同的内容，触达不同圈层用户，实现产品高频触达

➤ 平台资源扶持



微博平台开机大图、热搜榜、视窗等资源，确保项目声量及影响力

项目亮点总述

三大创新、两大突破



首次整合明星、品牌、平台，三方一同实现跨界共创VLOG营销IP项目



首创明星生活沉浸感营销新模式，赋能明星以VLOG软性场景沟通用户



创新型商业化明星PK赛制，造势最强声量助品牌最大化激活饭圈经济



创意VLOG推动大赛出圈，紧密结合社会热点，带动全民打CALL王老吉



引发行业多家核心媒体及头部KOL自发报道，助力王老吉占领营销高地

亮点1：整合创新

首次整合明星、品牌、平台，三方协同跨界共创全明星VLOG大赛IP

近400名明星带领粉丝打破圈层壁垒，发酵热点
打造“品牌+平台+明星”跨界突破，共创王老吉#全明星VLOG大赛#IP项目



亮点2：模式创新

首创生活沉浸营销新模式，以VLOG软性场景沟通用户，赋能品牌口碑增长



沉浸感VLOG内核：**生活、真实、共情**

区别传统动态传播手段，在中国VLOG元年中开创记录明星真实生活，软性植入品牌，将广告和原生内容结合为一体的VLOG营销新模式

区别于传统短视频

- ✓ 取材于真实生活，非预先编导内容

区别于直播视频

- ✓ 缺少“陪伴、即时互动”属性，但后期剪辑可提供更多“高级感、节奏感”

区别于传统博主

- ✓ 专业的内容制作能力和传播影响力、与粉丝的亲密关系是明星VLOG先天的优势

亮点3：形式创新

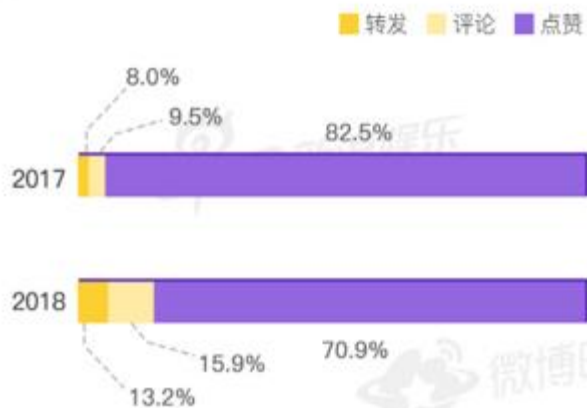
创新型商业化明星PK赛制造势最强声量，助王老吉最大化激活饭圈经济

粉丝与明星互动意愿升级

06 粉丝数据意识升级

- ◆ 转发评论占比明显提升
- ◆ 粉丝数据能力满级

粉丝与一线明星（微博粉丝数TOP100）微博互动方式的变化



*数据来源：2018年微博粉丝白皮书

创新型#全明星VLOG大赛#PK赛制



刺激粉丝
打call

明星粉丝后援团召集粉丝
转发互动打榜

粉丝积极转发打榜规则

出道第一支vlog
明星也来“蹭热度”

终于在大家召唤下
发布了vlog

拖了好久vlog

亮点4：圈层突破

创意VLOG推动大赛出圈，紧密结合社会热点，带动全民打CALL王老吉

盘活明星营销生态链，覆盖明星-粉丝-用户全路径

10位艺人#全明星VLOG大赛#
发博内容自然登上热搜**11次**
吸引娱乐类博主、粉丝自主转发造势
明星大事件持续强化项目热度

- #周冬雨吃播视频里每个菜尝一口# 阅读1.5亿 讨论15万
- #何洛洛 金牛本牛# 阅读1.5亿 讨论15万
- #Mixg 吴克群# 阅读4613.6万 讨论2万
- #李冰冰超A男装# 阅读1.2亿 讨论2.5万
- #李冰冰短发男装造型# 阅读2641.6万 讨论1.9万
- #宋祖儿泪痣妆# 阅读2.2亿 讨论4.7万
- #张天爱放两圈托cp妆# 阅读1.1亿 讨论6.3万
- #马伯骞vlog# 阅读2.5亿 讨论3.1万

实时结合社会热点及公益事件，传递品牌正能量

12位大咖用VLOG记录#垃圾分类挑战#
@微博热点@微公益@微博环保@微博政务@微博发现
16个微博公益、政务账号齐推广
让垃圾分类全民化，增加破圈影响力，提升赞助品牌好感度

全明星VLOG大赛
正能量事件活动成绩单
看明星如何分辨 你是个什么垃圾？

- 北人南往-: 王老吉的这个VLOG大赛太神奇了，可以让这么多明星来参与到公益之中 8月2日 18:53
- 非婚之恋: 转发正能量 8月2日 18:53
- 人生若只如初见fxy: 跟着美免学起来 7月28日 21:36
- #垃圾分类挑战# 阅读2.17亿 讨论186.8万

亮点5：行业突破

引发行业多家核心媒体及头部KOL自发报道，助力王老吉占领营销高地



报道媒体List

1	搜狐	6月2日
2	一点资讯	6月2日
3	今日头条	6月2日
4	凤凰网	6月2日
5	环球网	6月2日
6	中国青年网	6月2日
7	中国网	6月2日
8	腾讯网	6月2日
9	网易新闻	6月21日
10	中华网	6月23日
11	财经时报网	6月23日
12	中国商务新闻网	6月23日
13	中华娱乐网	6月23日
14	东方娱乐网	6月23日
15	太平洋财富	6月23日
16	中国财经信息网	6月23日
17	艾瑞网	6月21日
18	广告门	6月21日
19	微博social营销快讯	6月20日
20	social营销案例库	6月20日
21	微博social营销	6月21日
22	数英网	6月20日
23	艾瑞网	6月20日
24	慧聪广告网	6月20日
25	传媒中国网	6月20日
26	中国品牌网	6月20日
27	中华品牌网	6月20日
28	时代营销网	6月20日
29	中国公关新闻网	6月20日
30	全球广告网	6月20日
31	环球营销网	6月20日
32	21世纪营销网	6月20日
33	中国广告门户网	6月20日

超33家

行业媒体联动报道奠定活动影响力

- ✓ 环球网、中华网、搜狐、一点资讯等资讯、娱乐、综合等多类型核心官媒
- ✓ 艾瑞网、数英网等营销行业头部媒体

行业知名营销专家及加各类大V
花式点评明星VLOG
引发更多粉丝围观



传播节奏回顾

6月19日
王老吉全明星VLOG大赛
发布会

6月21日
周冬雨定制VLOG发布



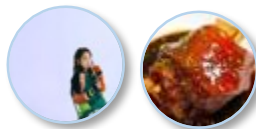
6月27日
金晨定制VLOG发布



7月2日
张艺兴定制VLOG发布



7月5日-7月8日
张佳宁、尹正制VLOG发布



7月12日-7月22日
梦秦、孙艺洲、王小橙、哈妮克孜
定制VLOG发布



8月19日
活动结束
公布结果

预热期

6月

7月

引爆期

收尾期

6月21日
周冬雨特效点赞、品牌原生评论
热搜话题、热点大视窗

6月20日 开机报头、品牌速递、热搜话题

6月19日
全明星VLOG大赛预热海报、品牌速递

7月8日 热门搜索包

7月3日 品牌速递

7月2日
张艺兴特效点赞、品牌原生评论
热门搜索包、热点视窗

微博大号矩阵全程助力互动

微博娱乐、微博明星、新浪乐库、音乐人、微博电影榜、亚洲新歌榜、微博爱豆等微博大号矩阵直发/转发明星VLOG，扩散视频传播

王老吉短视频5s前贴片全程覆盖明星VLOG视频

#全明星VLOG大赛#话题页全程承载活动内容，微博平台资源助力推广

【预热期】多维平台级运营资源助推，点燃VLOG大赛热潮

预热期大账号官宣赛制及互动机制，平台资源助推扩大影响力渲染氛围

新浪娱乐官方大账号直发赛事规则长图



平台运营资源支持



部份支持发布账号LIST

- 微博娱乐
- 微博明星
- 新浪乐库
- 音乐人
- 微博电影榜
- 明星势力榜
- 微博音乐盒
- 微博爱豆
- 微博大明星
- 亚洲新歌榜
- hello娱鲜生
- 微博音乐
- 微影迷
- 微博电影
- 微博超新星
- 娱情Lab
- 钓娱video
- 重头戏
- 毒舌美少女
- 小娱婆
- 八同学
- 新浪fan娱乐
- 映画森林
- 娱理
- 玩儿电影

20条明星海报预热造势



助阵明星：张艺兴、周冬雨、尹正、应采儿、菅纫姿、姬天语、马伯骞、李春媛、赵天语、蒋梦婕、金晨、张佳宁、王威子、哈妮克孜、馨子、王子奇、陈敬德、孙艺洲、梦秦、王小橙

【预热期】线下发布会明星大咖助阵，王老吉全明星VLOG大赛正式启动

线下发布会隆重启动反哺线上传播，联动造势扩大声量场，品牌无缝露出提升品牌曝光度

6月19日，王老吉联合微博在北京新浪总部大厦召开大赛线下发布会



嘉宾宣布大赛正式启动
签到、舞台背景板露出

人气明星霍思燕、颖儿
现场分享，品牌口播露出

明星大咖圆桌论坛探讨品
牌VLOG、明星商业价值

产品堆头
实物露出

麦标、舞台等
360度全方位露出

【引爆期】三大赛道分类呈现明星VLOG，圈层吸引粉丝持续发酵升温

通过微博洞察确定星生活、星发现、星分享三大主题赛道，多维度内容聚焦粉丝目光

“星生活”、“星发现”、“星分享”三大赛道
以年轻人喜闻乐见的内容结合王老吉露出，晒出自己的生活态度



活动助力明星打造新人设，进一步拉近星粉距离

【引爆期】9位流量明星定制VLOG花式上线，覆盖不同产品消费场景

定制VLOG内容充分结合王老吉产品的使用场景，软性与用户深度做沟通

总阅读量：5,856.6万+ 总播放量：3470.4万次+



合作明星：张艺兴、周冬雨、金晨、张佳宁、孙艺洲、尹正、哈妮克孜、王小橙、梦秦

张艺兴—7月2日发布
播放量：1097万+
阅读量：3434万+

金晨—6月27日发布
播放量：160万次
阅读量：349万+

尹正—7月8日发布
播放量：122万次
阅读量：341万次

张佳宁—7月5日发布
播放量：412万次
阅读量：322万+

孙艺洲—7月16日发布
播放量：575万次
阅读量：266万+

王小橙—7月19日发布
播放量：0.6万次
阅读量：2.6万+

梦秦—7月12日发布
播放量：2.8万次
阅读量：9万+

哈妮克孜—7月22日发布
播放量：609万次
阅读量：56万+

周冬雨—6月21日发布
播放量：492万次
阅读量：1077万+

吃播场景



流汗场景



火锅场景



户外场景



火锅场景



熬夜场景



欢聚场景



逛街场景



烧烤场景



繁花似锦春来也 🌸 铁粉：夏天正好喝王老吉。
6月28日 12:46

布大王家的19 🌟 铁粉：我晚上要去吃小龙虾，上火？不阔以滴，因为我拥有王老吉🍻🍻🍻
6月21日 10:08

日落大道上的游学学者 🌟 铁粉：这次带货王老吉🍻
7月10日 19:18

*互动量=转发+评论+点赞

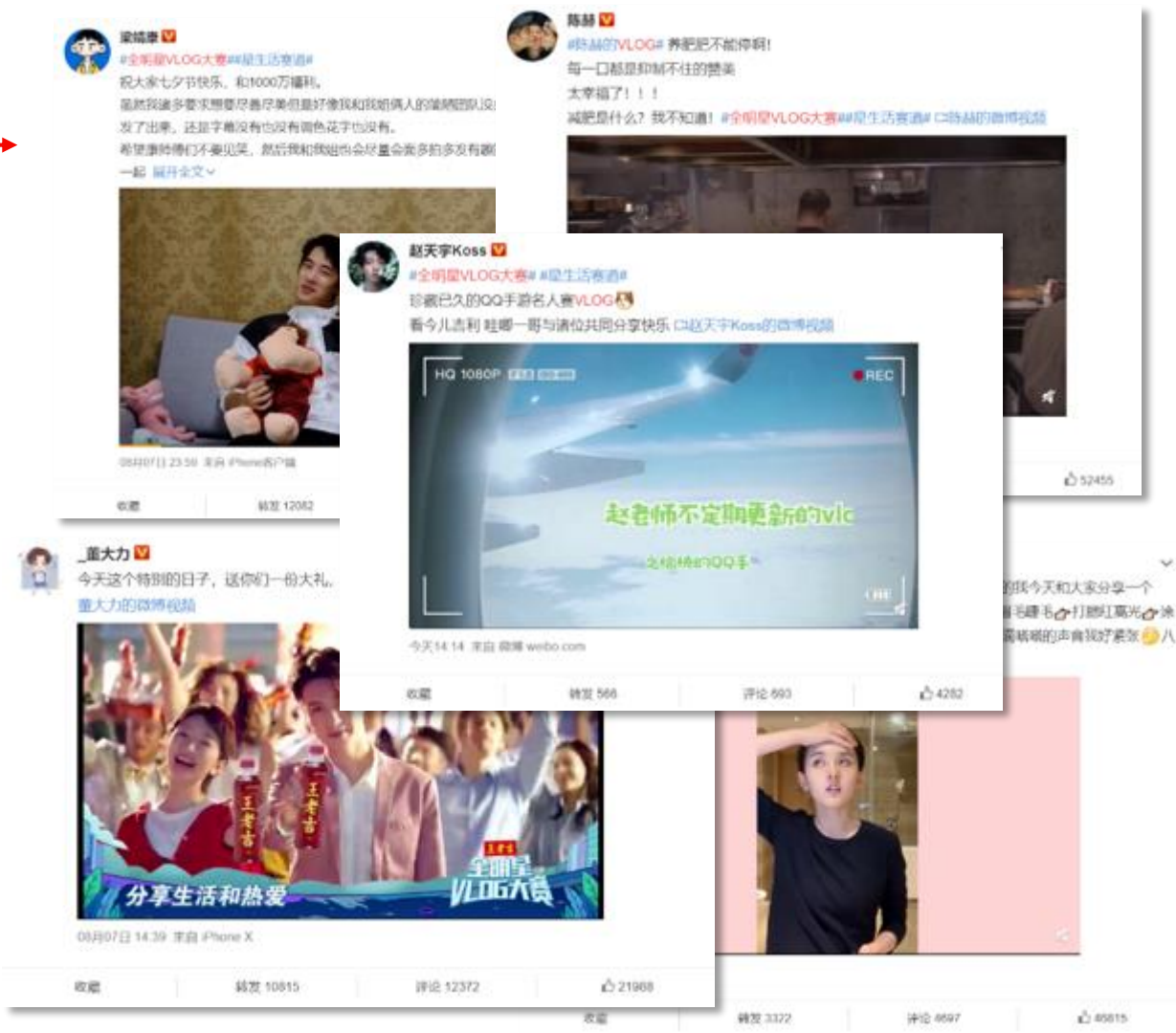
【引爆期】王老吉品牌霸屏级曝光，提升品牌热销期曝光度

王老吉5秒TVC强绑定每位明星的VLOG，伴随曝光

全程绑定
400+
明星VLOG

覆盖
936支
明星视频

总播放量
超10亿



【引爆期】话题矩阵聚合热点内容，实现王老吉品牌声量集中爆发

一大主话题联动四大子话题，多话题运营充分提升用户互动

#全明星VLOG大赛#、#星生活赛道#、#星分享赛道#、#星发现赛道#

阅读量近70亿 总互动量达6000万+

实现微博VLOG商业合作之最
声量及影响力超越台网综艺IP



【引爆期】全平台商业资源组合强势推广，多点位联动实现亿级曝光

开机报头

双端粉丝头条

品牌速递

热点大视窗&视窗



共斩获曝光量超4.66亿

双端热门搜索套装



双端热搜话题



【引爆期】创新明星互动特效点赞+原生评论，营造粉丝被翻牌惊喜感

带明星关键词发博，触发品牌原生评论，号召粉丝围观全明星VLOG大赛



在6月21日、7月2日
点赞周冬雨及张艺兴博文
触发王老吉全明星VLOG
大赛特效点赞

 **点赞特效**
引发趣味互动



* 点击播放按钮可查看特效点赞动画

【引爆期】平台资源红利，助力全明星VLOG大赛影响力

开机报头



微博热搜话题包 (热搜第三、六、七、八位)



微博热门搜索套装



PUSH流



明星综艺频道固定入口

聚合全平台明星视频，高曝光、稀缺资源



运营资源全程为项目引流



热点视窗



粉丝头条



发现页正文BANNER



信息流资源

热搜流

评论流

【引爆期】平台红利加持，联动大账号矩阵，持续为王老吉活动推波助澜

347个娱乐大账号联动，发布博文超2887篇

微博官方矩阵为王老吉定制博文27篇，大范围传播活动声量



覆盖娱乐、音乐、自媒体等平台帐号

发布帐号：@微博娱乐、@微博明星、@新浪乐库、@音乐人、@微博电影榜、@明星势力榜、@微博音乐盒、@微博爱豆、@微博大明星、@亚洲新歌榜、@hello娱鲜生、@微博音乐、@微影迷、@微博电影、@微博超新星、@娱情Lab、@钓娱video、@重头戏、@毒蛇美少女、@小娱婆、@八同学、@新浪fan娱乐、@映画森林、@娱理、@玩儿电影

项目效果总览

主话题及子话题
总阅读量
近**70亿**
(溢出466%)

参与明星
近**400人**
(溢出200%)

视频总播放量
超**10亿**
(溢出500%)

明星发博数
936条
(溢出468%)

全网总互动量
近**6000万**
(溢出600%)



“全明星VLOG大赛” 全网声量达到顶峰



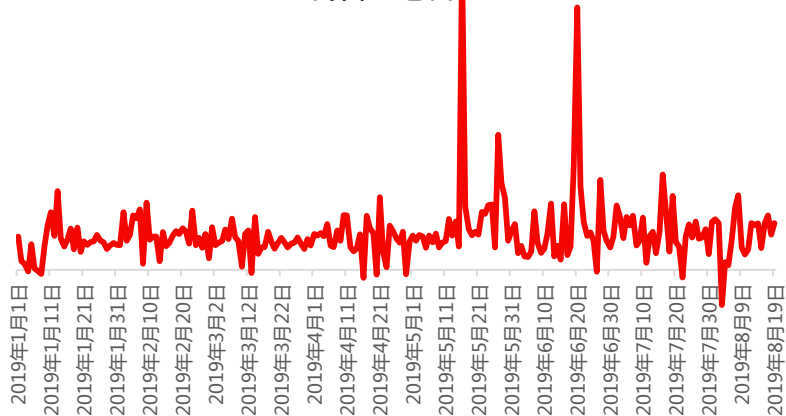
【官微效果】品牌官微粉丝增速加快、阅读量多次冲高，互动量同步飙升

- Campaign期间：粉丝增速明显高于前期，为官微带来净增粉总量**4.8万+**，粉丝互动率全线提升

官微净增粉丝数

张艺兴宣布
代言王老吉

Campaign期间
粉丝最高日增5000+

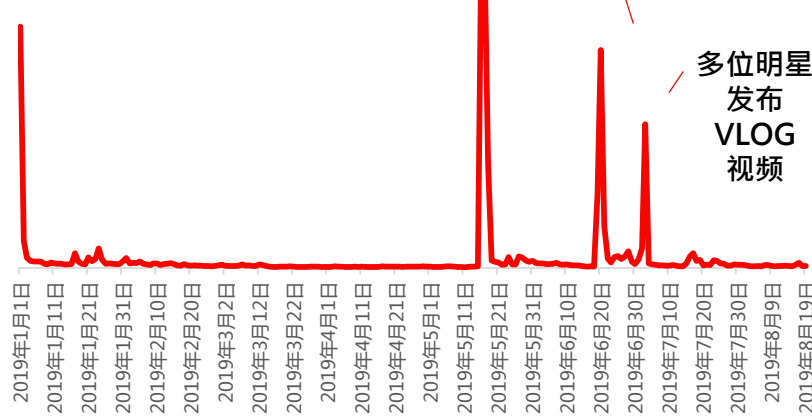


官微阅读量

张艺兴宣布
代言王老吉

全明星VLOG大赛

多位明星
发布
VLOG
视频

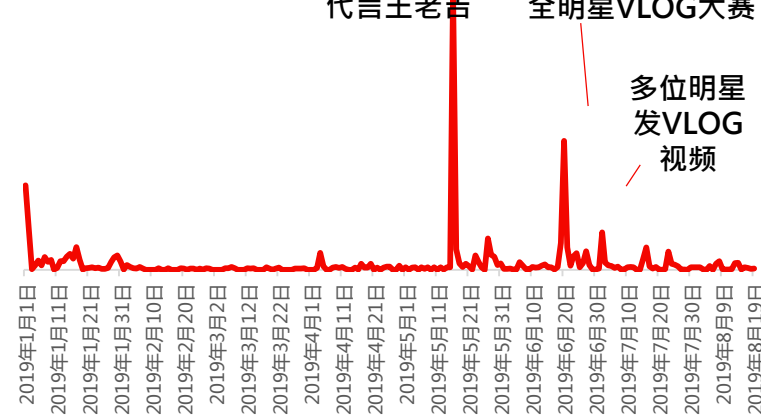


官微互动量

张艺兴宣布
代言王老吉

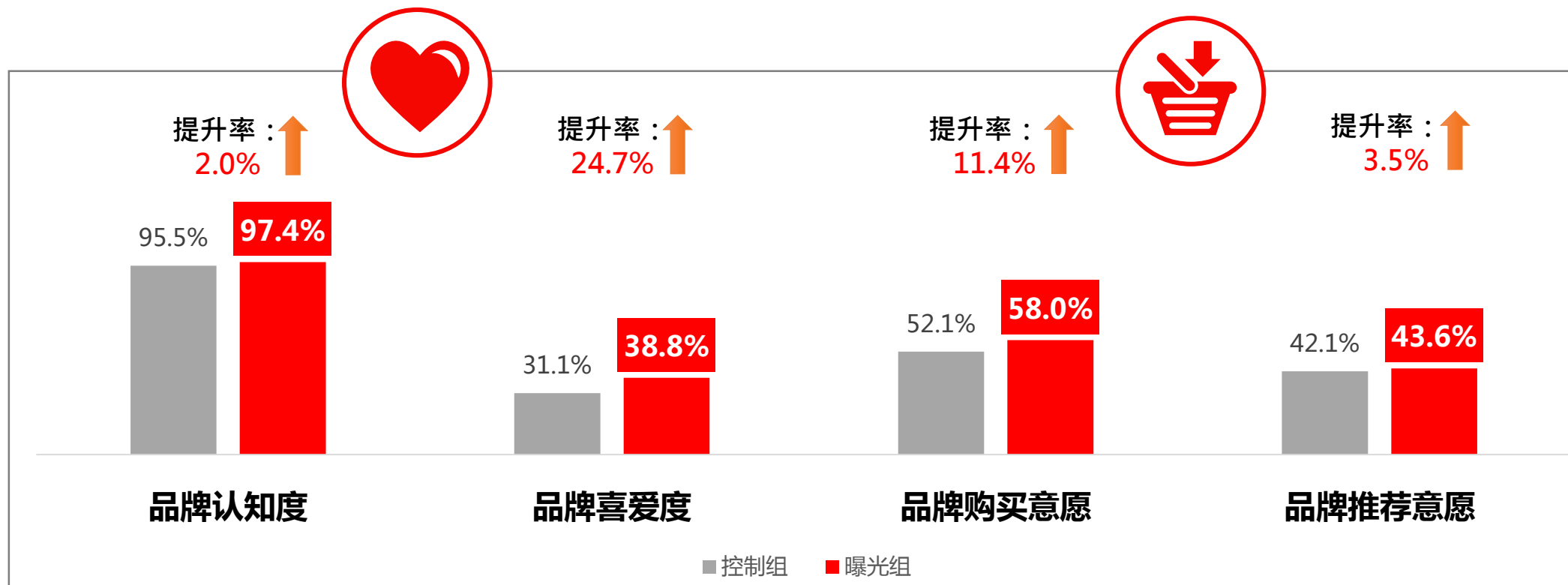
全明星VLOG大赛

多位明星
发VLOG
视频



【品牌印象】投放效果调研报告显示，用户喜爱度全线提升

项目期间，帮助王老吉全线提升品牌认知度、喜爱度、购买意愿、推荐意愿



总结回顾

王老吉借助全明星VLOG大赛成就品牌经典营销事件

明星带领粉丝打破圈层壁垒，发酵热点

打造一个“品牌+平台+明星+用户”的内容生态圈，为其赢得社交声量及用户好感度



THANKS

