



秋田满满小红书IP综艺

《满满一大碗》项目复盘

2022.12



满满
一大碗

目录

1、项目回顾

2、项目核心成果

3、项目数据表现

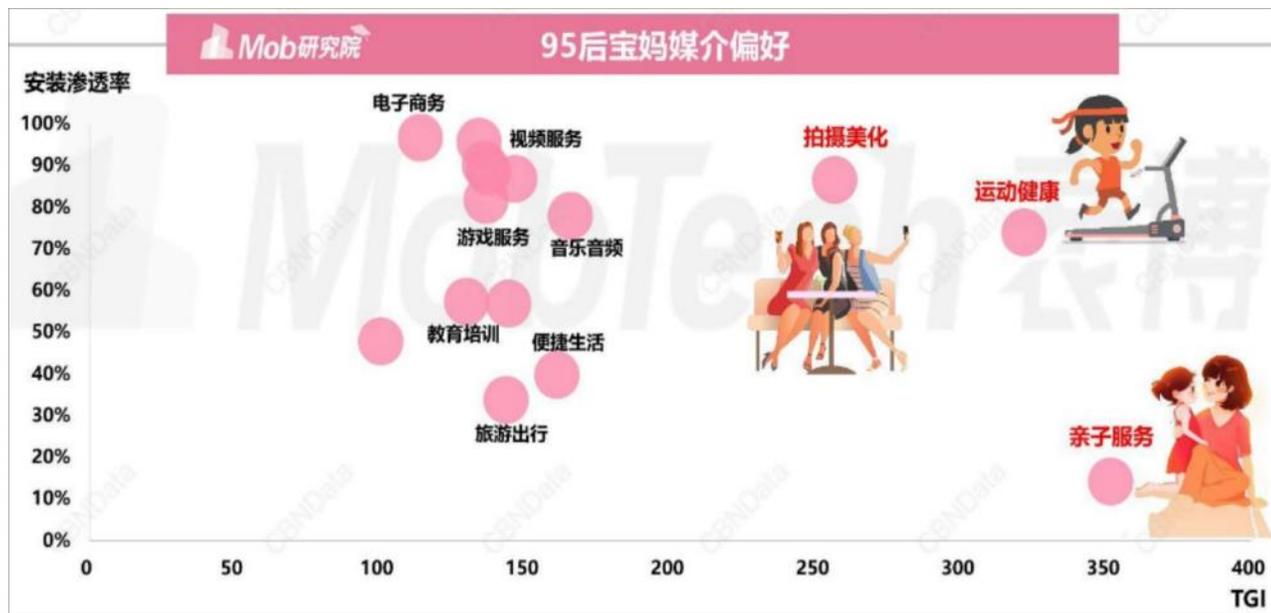


背景回顾

母婴市场步入新消费时期，90/95后年轻妈妈群体成为主力人群，沟通的方式需要创新...

TA们消费更随心，倾向于选择个性更有情绪共鸣的品牌。

TA们触媒更频繁、兴趣更广泛，爱亲子互动、爱看视频、爱拍照晒娃



行业挑战

婴幼儿辅食行业竞争激烈，前有具有天然优势的国外老牌，后有层出不穷的本土新锐。
小红书站内，品牌基建纷纷入局，从账号运营到流量投放各出奇招，抢占资源。



火焰话题

搜索发现

- 二段奶粉怎么选
- 6个月辅食表
- 宝宝第一口米粉
- 大地色穿搭
- 英氏宝宝喂养
- 核桃油什么时候加
- 圣诞交换礼物
- 永庆坊



火焰话题

搜索发现

- 二段奶粉怎么选
- 6个月辅食表
- 宝宝第一口米粉
- 大地色穿搭
- 小鹿蓝蓝辅食攻略
- 核桃油什么时候加
- 圣诞交换礼物
- 永庆坊

平台优势

人群集中，且有内容&互动的需求，口碑发酵土壤肥沃！

宝宝辅食，是小红书母婴行业主动搜索的第一热词，儿童全餐是平台崛起新趋势！

●站内辅食相关热搜词



小红书辅食品类需求与认知呈现**高度细分化** 反映用户对品类认知深刻
专业化程度高

妈妈们在宝宝辅食主要关注**辅食知识和食谱科普**

婴童食品热搜词中有“一岁宝宝辅食” “辅食添加顺序”等，反应的是新手妈妈们第一次添加辅食时希望找到经验借鉴和方式科普的需求。

主食和高蛋白原生食物类的辅食最受宝妈关注

- 在婴童辅食细分品类中，米粉最受关注，同时妈妈们重视宝宝辅食中添加高蛋白原生食物，如牛肉、虾等，注重营养和食材的原生健康性。

除婴幼儿的辅食外，**儿童全餐也是一个逐渐崛起的关注趋势**

如“儿童早餐”“儿童营养餐”等关键词搜索提升，展示的是用户对儿童餐的关注，除了婴幼儿的辅食以外，**儿童的全餐需求也是宝妈们在小红书寻找的内容。**



思考：秋田满满如何在现有竞争中追超竞品，获取新的增量？

如何进行品牌形象升级，提升用户口碑？



对症下药，精准出击解决问题

提升品牌感知



扭转品牌认知



沉淀品牌内容



携手共创，深度渗透小红书生态

传播策略

洞察90、95新生代年轻妈妈群体兴趣，秋田满满挖掘出**品牌+萌娃美食综艺营销**的绝佳契合点，邀约**知名KOL共创内容**，**以小红书为主阵地，站外多平台散点传播**，输出**“婴童营养全餐”**品牌形象，实现品牌声量口碑双效提升。

借：平台势能

小红书为主
其他社媒为辅，多点触达

- 主阵地TA浓度高，需求强
- 有效资产沉淀+口碑发酵快
- 专业优质KOL背书

小红书



造：爆品内容

植入爆款DNA
达人/活动/笔记多元形式造热

- 有话题流量的嘉宾阵容
- 有趣好玩的综艺环节
- 有参与感的平台花样活动
- 有矩阵的达人内容种草



撬：流量杠杆

全站资源大集结
流量汇聚，放大活动声量

- 全链路广告资源助力上线
- 全新资源助阵品牌破圈
(火焰话题、开屏、品专、信息流等)



综艺创意回顾

秋田满满x小红书共创：第一档亲子厨房微综艺

《满满一大碗》诞生啦！

集结全网最头部20组家庭，满满爱意释放

覆盖超过1300万粉丝矩阵
不仅宝妈出镜，更有7位奶爸大方秀厨艺！



十大美育理念传递



产品自然融入



执行回顾

9.31

10.11

11.6之后

综艺正片+花絮物料

基于平台辅食洞察，结合品牌热门sku，共创10大内容主题方向。

亲子美食综艺形式创新植入品牌

小红书种草笔记

20位嘉宾+87位KOL贯穿节目全程进行种草，为#秋田满满婴童营养全餐 商业话题积累笔记资产。

借势综艺 渗透产品优势

小红书站内话题活动

品牌+平台联合发起 #满满一大碗#话题活动

掀起全民互动，积攒更多声量

媒体pr宣发

30+ 媒体大V对综艺活动进行回顾升华

打造社会性事件舆论

项目
内容

流量
资源

小红书发现页信息流/开屏/火焰话题/信息流wow卡/惊喜盒子/H5/品牌专区

推广
渠道

主要平台：小红书



辅助平台：卡酷卫视、微博、微信、抖音、爱优酷



目录

1、项目回顾

2、项目核心成果

3、项目数据表现



项目数据汇总

项目总曝光**8.5亿+**，助推品牌实现声量激增，加深受众品牌认知

项目总曝光远高于同期其他项目！



执行期：2022.10.10-2022.11.11

萌娃美食综艺正片

话题活动+达人种草

多平台传播扩散

以小红书为首发阵地，站内外协力，借势综艺剧情造热，提升品牌美誉度



四大板块跨平台协同，助力项目斩获8.5亿曝光!

综艺
正片

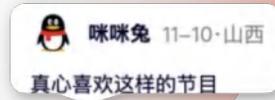
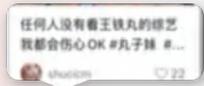
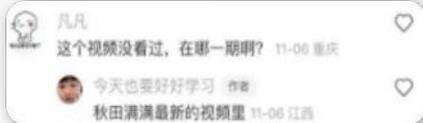
项目曝光

8.5亿+

二次
宣发

话题
互动

达人
种草

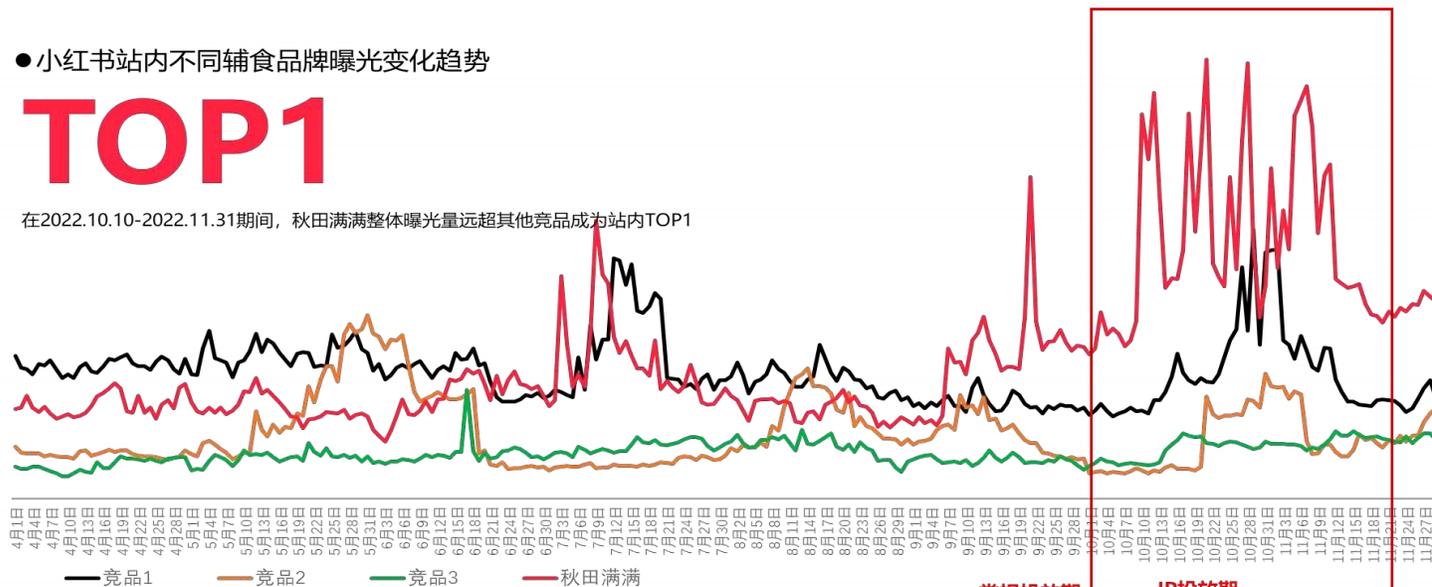


声量表现：超越竞品，成就站内品牌曝光TOP1，搜索量Top1!

●小红书站内不同辅食品牌曝光变化趋势

TOP1

在2022.10.10-2022.11.31期间，秋田满满整体曝光量远超其他竞品成为站内TOP1

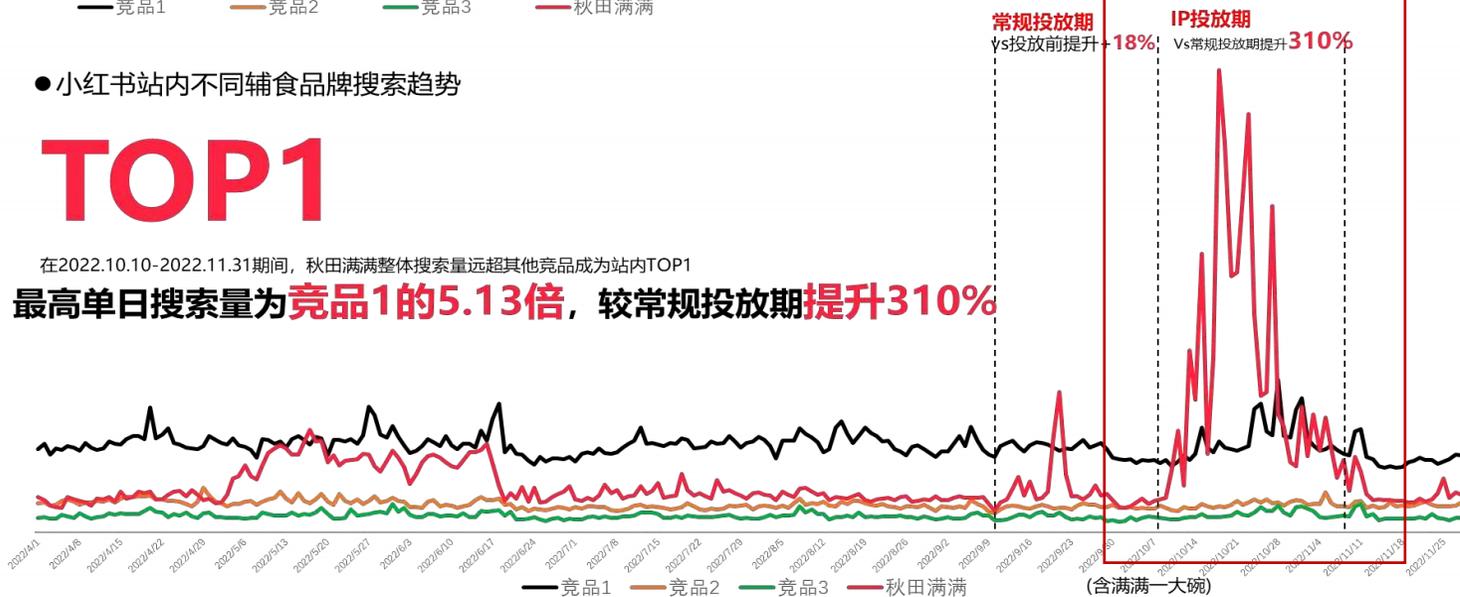


●小红书站内不同辅食品牌搜索趋势

TOP1

在2022.10.10-2022.11.31期间，秋田满满整体搜索量远超其他竞品成为站内TOP1

最高单日搜索量为**竞品1的5.13倍**，较常规投放期**提升310%**



口碑表现：洞悉用户流转路径，有效拔高品牌声誉

品牌上游词

在搜索【秋田满满】之前，用户会主动搜索什么词

品牌下游词

在搜索【秋田满满】之后，用户会主动搜索什么词

被负面
抢占注意

| 投放前【秋田满满】 | |
|------------------------|-----------|
| 上游词 | 下游词 |
| 秋田 | 秋田满满面条 |
| 秋天满满 | 秋田满满什么值得买 |
| 窝小芽 | 秋田满满核桃油 |
| 小鹿蓝蓝事件 | 秋田满满米粉 |
| 拒绝无良商家赚婴儿钱 强烈制止秋天满满 | 秋田满满怎么样 |
| 秋天满满没问题呀 我买的 许多秋天满满 | 秋田满满猪肝粉 |
| 禾泱泱 | 秋田满满米饼 |
| 小鹿蓝蓝 | 秋田满满馒头 |
| 宝宝零食 | 秋田满满零食 |
| 辅食 | 秋田满满鳕鱼 |
| 秋田满满什么值得买 | 秋田满满辅食油 |
| 秋天满满虚假 | 秋田满满胚芽米 |
| 婴儿零食 | 秋田满满婴标 |
| 秋天 | 秋田满满低筋面粉 |
| 秋田满满面条 | 秋田满满溶豆 |
| 胚芽米 | 窝小芽 |
| 泱泱事件面条 | 秋田满满磨牙棒 |
| 秋田满满怎么样 | 秋田满满碎碎面 |
| 禾泱泱事件 | 秋田满满鳕鱼肠 |
| 猪肝粉 | 秋天满满虚假 |

| 投放后【秋田满满】 | |
|----------------|--------------|
| 上游词 | 下游词 |
| 满满一大碗 | 满满一大碗 |
| 秋田 | 秋田满满一大碗 |
| 秋天满满 | 秋田满满猪肝粉 |
| 秋田满满一大碗 | 秋田满满核桃油 |
| 秋田满满怎么样 | 秋田满满怎么样 |
| 窝小芽 | 秋田满满面条 |
| 邱彼特 | 秋田满满米饼 |
| 小鹿蓝蓝事件 | 秋田满满馒头 |
| 秋田满满一周米 | 秋田满满零食测评 |
| 小鹿蓝蓝 | 秋田满满米粉 |
| 宝宝零食 | 秋田满满果泥 |
| 秋田满满米粉 | 秋田满满面 |
| 秋天 | 秋田满满鳕鱼 |
| 淦淦惹 | 秋田满满碎碎面 |
| 彼特 | 秋田满满 |
| 禾泱泱 | 秋田满满 |
| 秋田满满面 | 秋田满满 |
| 满满 | 秋田满满 |
| 胚芽米 | 秋田满满 |
| 猪肝粉 | 秋田满满鳕鱼肠 |

从IP
导流品牌

目录

- 1、项目回顾
- 2、项目核心成果
- 3、项目数据表现**



综艺表现：正片全网发布共获2.5亿+曝光！ 节目收视率排行同时段TOP3！

站内-企业官号、平台官号首发

 **1000w+**

站外-爱优腾分发

 **5100w+**



站外-卡酷卫视分发

 **2亿+**

累计收到评论超3000条
节目收获良好口碑

《满满一大碗》
节目收视率达到0.45%，

同时段少儿卫视收视排名Top3



综艺表现：综艺嘉宾多平台分发软植花絮，共获7100w+曝光



@淦淦惹 抖音+B站 站外分发

获总曝光：1700w+

共计曝光
7100w+

20位嘉宾站内分发

获总曝光：4100w+

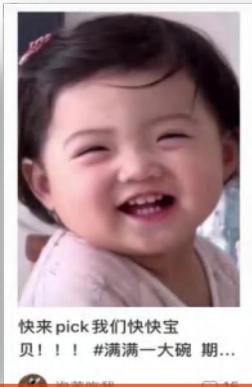


7位嘉宾 抖音 站外分发

获总曝光：1300w+



综艺表现：综艺内容激发粉丝积极二创，为品牌卷入更多关注



15+互动破1000 UGC笔记。彼特B站二创视频破390w曝光。



指路 小红书 搜索 满满一大碗 或直接关注 @秋田满满 官号观看第三期!!!
还没看快快综艺 #满满一大碗 的姐妹赶紧冲! 不允许有人没看过

看完只想说, 现实版糊弄父子无疑了! 涂涂辅食做得很好, 下次换我来做给阿彼把哈哈
#秋田满满婴童营养全餐 #邱彼特的日常 #邱彼特
正片指路 @秋田满满
#综艺 #好看的综艺 #正在追的综艺

又是被丸子妹可爱晕的一天
在小红书搜索“满满一大碗”
可以看到丸子妹和其他两位小朋友的正片~

努力站桩的奶糖
在哪里看的 10-27 江苏
月亮供电不足
小红 搜索辣妈日记 10-27 福建
凡凡
这个视频没看过, 在哪一期啊? 11-06 重庆
今天也要好好学习
秋田满满最新的视频里 11-06 江西

大家都在搜: 满满一大碗综艺
330条评论

大家都在搜: 满满一大碗综艺汤圆
293条评论

UGC内容正文、评论区指路综艺，抖音激发小蓝词，实现有效引流!

话题活动表现：两大话题表现优秀，共获5500w+浏览，远超同量级话题

#满满一大碗#活动话题



#满满一大碗

4328.2 万浏览

收藏

话题页浏览量：

4517w+

累计笔记数：

8w+

其中仅100+为品牌投入
卷动超过300倍自发内容

#秋田满满婴童营养全餐#商业话题



#秋田满满婴童营养全餐

877.2 万浏览

收藏

话题页浏览量：

877.2w+

累计新增笔记数：

300+

上线仅60天，浏览量增
速明显。

#小小美好探索家#活动话题



#小小美好探索家

2132.4 万浏览

收藏

话题页浏览量：

2100w+

累计笔记数：

2.7w+

#黄金夜修护电台#活动话题



#黄金夜修护电台

96.2 万浏览

收藏

话题页浏览量：

728w+

累计笔记数：

2.7w+

话题活动表现: H5、惊喜盒子为话题吸纳UGC, 用户参与积极性高!

惊喜盒子活动



卷入更多用户, 众多用户主动晒单



2000+人领取

H5打卡活动



230w+
曝光人次



UGC花样种草产品



320w+
互动量

达人种草数据表现

本轮品合达人共发布107篇报备笔记，总曝光22,819,524。

CPE:5.85，互动率4.95%。千互动爆文率45%(48篇)，5千互动爆文率13%(13篇)，万互动爆文率5.6%(6篇)

笔记总曝光

22,819,524

CPC

0.29

CPE

5.85

互动率

4.95%

优于大盘54%

大盘

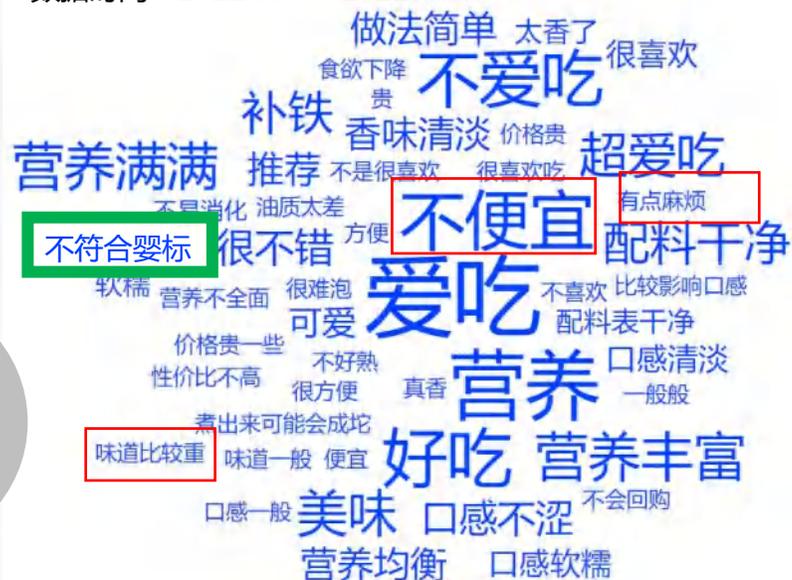
图文14.78

视频10.15

达人种草表现：扭转口碑，笔记内容强化品牌婴标健康有保障！

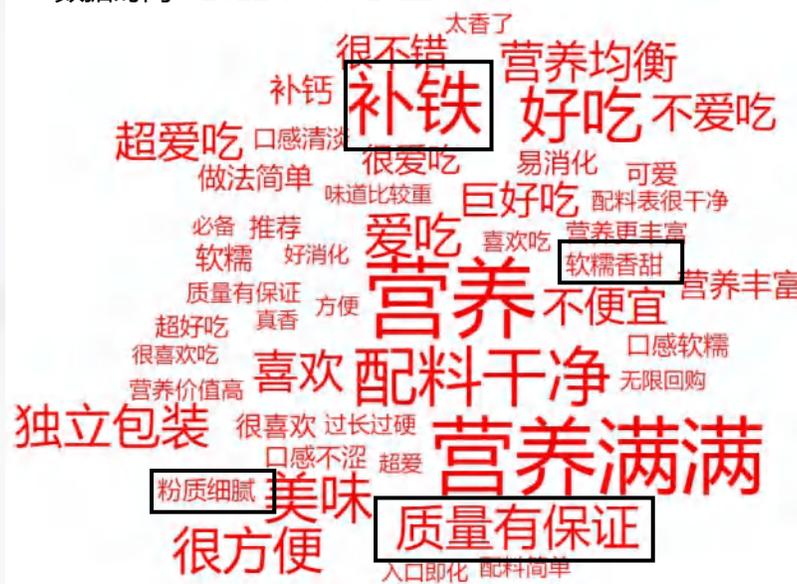
投放前秋田满满笔记声誉词云

*数据时间：2022.09.10-2022.10.10



投放后秋田满满笔记声誉词云

*数据时间：2022.10.10-2022.11.11



vs8月词云
负面词曝光
+46.76%

vs9月词云
负面词曝光
-36.67%

产品线较多部分产品有一定负反馈，集中在口味/价格/烹饪手法上，**主观评价强**

整体口碑扭转成功，集中在配料表/营养/质量安全等，**更凸显品牌专业实力**

*抓取筛选时间段内有曝光的品牌相关笔记中的感情词，以曝光量作为度量衡进行词云制作

达人种草表现：助力三大品类，登顶小红书品类热搜品牌NO.1

● 小红书站内细分品类热搜品牌排名

胚芽米相关热搜品牌TOP10

NO.8 → NO.5 → **NO.1**

秋田满满胚芽米
米小芽胚芽米
芽芽乐胚芽米
爷爷的农场胚芽米
realsmile胚芽米
窝小芽胚芽米
金龙鱼胚芽米
田喜粮鲜胚芽米
萌天天胚芽米
十月稻田胚芽米

+327%

碎碎面相关热搜品牌TOP10

NO.7 → NO.5 → **NO.1**

秋田满满碎碎面
碧欧奇碎碎面
小皮碎碎面
英氏碎碎面
黄金大地碎碎面
爷爷的农场碎碎面
禾泱泱碎碎面
窝小芽碎碎面
敏宝碎碎面
亨氏碎碎面

+601%

面粉相关热搜品牌TOP10

NO.4 → NO.3 → **NO.1**

秋田满满面粉
婴享面粉
新良低筋面粉宝宝
芽芽乐低筋面粉
窝小芽面粉
谷妈咪面粉
小鹿蓝蓝低筋面粉
不二宝贝低筋面粉
宝宝馋了面粉
塞北粮仓宝宝面粉

+32%

数据时间：阶段1：2022.0601-0731 阶段2：2022.0901-0930 阶段3：2022.1011-1110

外宣表现：社媒大V二次创作打造话题，为节目带来2亿+大曝光!

萌娃综艺片段进行二次剪辑创作，为节目带去新一波关注
以幼崽干饭为主要场景，打造social向话题，激发用户自发分享讨论



2.3亿+

曝光总人次



311w+

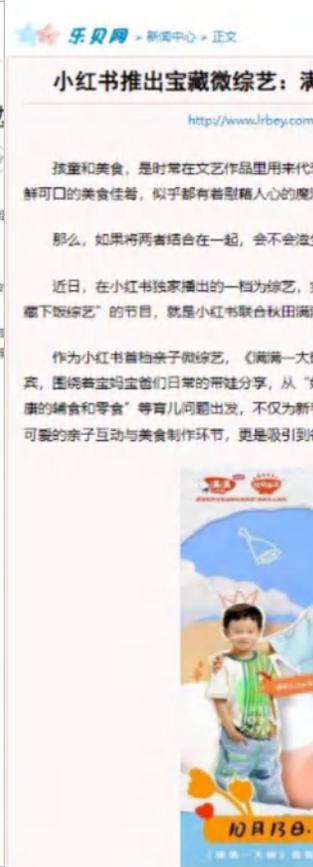
曝光人次



180w+

曝光人次

外宣表现：30+主流媒体平台分发，打造行业标杆案例





Thanks~