

IP全域链路， 年货真香营销——胡姬花开启品效整合新纪元

- ◆ **品牌名称：**胡姬花
- ◆ **所属行业：**食品行业
- ◆ **执行时间：**2022.12.10-2023.03.11
- ◆ **参选类别：**全链路营销类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://v.youku.com/v_show/id_XNjAxNjU5MDY2MA==.html

• 胡姬花：专业只做花生油，如何脱颖而出，成为花生油品类的真香王炸？



市场现状

随着国民经济的发展，消费者对食品，特别是食用油的要求越来越高，从“营养卫生”基础需求，升级到“有滋有味”和“健康附加”等价值需求，也催生了类似花生油等高端油品的发展。

竞争格局

胡姬花始终践行“专注只做花生油”的理念，立志做花生油品类的佼佼者，用专注的韧劲，古法的风味，全方位打造“真香”油品，获得市场的认可。

但是面对市场上众多花生油品牌的激烈竞争，繁多的概念混淆，如何凸显胡姬花差异化的优势，传递“专业只做花生油”独特理念，成为亟需攻破的营销任务。

2023年春节来临之际，胡姬花如何突围众多品牌营销大战，实现三大目标？

三大目标

品牌层面

品牌力拔高，以“专业”“古法小榨”等品牌优势，奠定胡姬花在高端花生油中的行业地位，走在行业前沿。

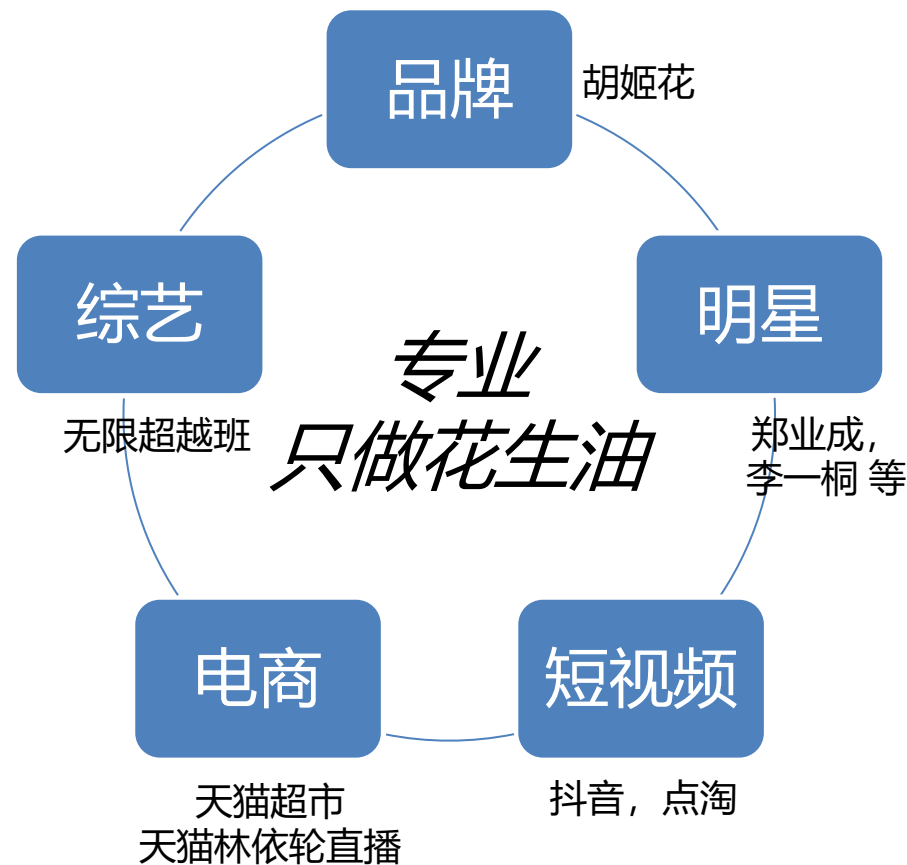
用户层面

巧借国民关注的“专业”爆款内容，实现产品软性种草，用户深度沟通，提高国民认知度，同时潜移默化传递产品“真香”等卖点。

生意层面

通过多场域整合的策略，将内容场与渠道场打通，实现春节年货营销的有效收割转化，提高市场占有率。

胡姬花合作优酷，浙江卫视，TVB联合打造《无限超越班》，通过综艺赞助+价值输出+明星种草+渠道带货，完成品牌价值背书与年货品效增长！



创意1：品牌价值链接

《无限超越班》专业演好戏与胡姬花专业只做花生油高度契合。通过花式口播，加油时刻，剧情植入，明星创意中插等传递“专业”，“香”核心概念。

古装创意中插



郭晓婷倾情演绎



丰富包装



场景露出



• 创意2：群星种草烹饪

- 厨房场景由郑业成，李一桐等亲自下厨，一道道佳肴，清蒸鲈鱼，搭配“胡姬花古法小榨花生油”真香出炉，为明星送去好运，完成梦想进阶。



明星下厨



创意3：渠道联动品效

- 撬动天猫超市最大营销“大牌狂欢”，首页焦点，IP好物，年货大街，宝藏期刊等高效促转。抖音点淘种草，天猫超市和林依轮直播上阵，带货效果拉满。

猫超引流



直播种草



无限超越班

《无限超越班》获得浙江卫视平均收视2.1，单期最高2.9，优酷播放量超30亿，全网斩获热搜3718个，多次登顶微博/云合/猫眼/灯塔等平台TOP1的好成绩，并助力胡姬花达成品效双赢。

胡姬花曝光超34亿次，超7成受众在节目中看到胡姬花，国民曝光效果显著

超8成对胡姬花品牌印象和好感加深，成功种草。

看过广告的人**超8成**表示会购买胡姬花。猫超，点淘等带货渠道高效曝光**1800万**，共引导进店数超**14万**，宝贝加购数超**70万**，成就年货节最佳品效营销案例！



胡姬花与优酷，浙江卫视，TVB联合打造的《无限超越班》进行深度赞助绑定，通过内容赋能渠道，完成了年货节品效整合效果最大化，主要亮点有：

1.找对内容嫁接

以国民爆款综艺为切入点，找准春节期间合家欢的娱乐需求，完成品牌借力。

2.做好价值营销

从1.0纯曝光，2.0植入，到3.0价值共创，找出“专业演技”与“专业只做花生油”的价值链接，完成多场景多情节创意输出。

3.链好效果渠道

以食用油关键渠道“天猫超市”为基点，整合点淘，抖音，明星直播间，完成全渠道链接，达成年货节最佳品效效果，成就营销经典案例！

该案例曾荣获金投赏铜奖！