曼秀雷敦唱到心里去
爱与笑容不可辜负

- **品牌名称：**曼秀雷敦
- **所属行业：**日化/个护类
- **执行时间：**2023.9.21-11.11
- **参选类别：**娱乐营销类-视听内容

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_XNjAwOTM3MTMwMA==.html

密码：Wangyiyun

背景&目标

- *品牌营销的背景和初衷是什么？*

2021年，唇霜上市，投放重庆3D大屏强势渗透代言人邓紫棋粉丝圈层，获得粉丝高参与度及好评，2022年是唇霜上线第二年，临近营销节点，核心单品唇霜**需要新记忆点扩圈年轻圈层，**强调**「修护双唇」**的核心心智，**强化曼秀雷敦唇霜的市场地位，带来持续声量。**

背景&目标

- *最终想要实现怎样的目标?*

曼秀雷敦代言人邓紫棋新专《爱的启示录》即将上线，已上线三年的品牌合作曲也收录其中，恰逢曼秀雷敦电商营销节点，希望借势，以音乐实现与年轻消费者的情感沟通。

2020年曼秀雷敦x邓紫棋合作MV《天空没有极限》
与 2022年发布新专《启示录》

这是一张传递爱的专辑

「每一首歌对我来说都是很珍贵的启示，
无论是让我更认识自己、还是让我更认识爱。
在这个严重需要爱的世界里，
我相信我能做的就是尽力为大家带来能让人，
重新看见爱、相信爱、回归爱的作品。」

——邓紫棋《启示录》

背景&目标

- *目前面临的挑战和困境是什么？*

但快消品牌在音乐营销赛道上越来越卷，消费者对一首已上线三年的合作曲已审美疲劳，

预算有限，一首“旧曲”如何“新唱”，成为曼秀雷敦此次营销计划的最大挑战。

VS.

✓ 品牌聚焦Z世代，占位不同音乐文化场景，冠名综艺获得高曝光

× 音乐节、演唱会冠名一时风头无两，但传统大投入方式并不适合预算有限的曼秀雷敦

✓ 合作曲上线三年，聚焦自我情感表达，粉丝印象深刻。

➪ 不走大投入路线，“老歌”审美疲劳，如何焕新表达方式？

- *通过对目标人群的洞察有怎样的发现?*

年轻人的音乐需求其实也是表达需求。

当一首歌无法表达他自己，也就进入审美疲劳期。

当旋律和歌词内核都难以改变的时候

乐评成为年轻人的新的自我表达基地，

融入不同自我故事与共鸣情绪，

即使是同一首歌，

也可以常听常新，常看常新。

网易云音乐 | 乐评 万物计划

那个夏天，会偶尔抓住你偷看我的余光。

来自网易云音乐用户
在许嵩《我爱你》歌曲下方的评论

乐评= 年轻化音乐社交情感流量洼地!

9亿乐评不断增长 涵盖不同情感表达

48%用户会在听歌的时候看评论区

每月有**25%**的人会进行UGC的创作

160w条乐评是云音乐用户每日的创造量

后来才知道祝你前程似锦，是告别的意思。

来自网易云音乐用户
在《凤凰花开的路口》歌曲下方的评论

羡慕家庭完整的人，他们长大是不是撒娇都理直气壮。

来自网易云音乐用户
在《吃你煮的鱼》歌曲下方的评论

- *整个案例的核心策略是什么？即借用哪些创新技术或媒介形态，以及怎样的创意诉求方式，完成品牌的营销目的。*

让笑传爱
乐评计划

这是一张传递爱的专辑

代言人邓紫棋新专《爱的启示录》是一张传递爱的专辑，
但年轻人却陷入传爱困境
不知道、也不善于对亲人、友人、爱人、陌生人说「爱」。

曼秀雷敦洞察当下年轻人"爱在心口难开" 现象
提出"修护水润双唇，修复爱的表达"
说不出口的话，用乐评来代替
发不出声的爱，用笑容来表达

曼秀雷敦 × 网易云音乐 | 乐评 万物计划

每个不期而遇的笑容，
都藏着不言而喻的爱意。

来自网易云音乐村民——曼秀雷敦Mentholatum
在 G.E.M.邓紫棋《天空没有极限》歌曲下方的评论

薄荷修护润唇霜

修护双唇
让笑传爱

曼秀雷敦润唇膏代言人
G.E.M. 邓紫棋

洞察&策略

- *案例的最大亮点在哪？譬如创意性、技术性、互动性、精准性……*

借势新专上线热度，网易云音乐发挥“云村”特色，收集新专评论区有爱乐评。

旧曲新“唱”，让笑传爱，令爱永存。从虚拟世界发现到现实生活行动 从精神社交到打卡互动，

社交货币+事件引爆玩转音乐营销，乐评计划覆盖年轻圈层生活全场域。

虚拟世界发现爱

乐评x「让笑传爱」NFT

线上社交产生兴趣

示爱人格社交测试

现实世界立刻行动

线下传爱之路

媒介&执行

- *分阶段阐述策略与创意的实施过程（Step1、Step2、Step3……）*

STEP 1: 虚拟世界也有永存爱意——将示爱乐评转译为笑容表情，让「爱意」永存于笑容「数字藏品」。

爱里没有惧怕，总会有温柔的微笑，给你爱的指引。

来自网易云音乐用户
在邓紫棋《Gloria》歌曲下方的评论

笑对万物的博爱天使

网易新闻数字藏品馆

微微酷笑的高智商BKING

**只是看了你一眼，
你却在心里演了场电影**

来自网易云音乐用户
在《明明就》歌曲下方的评论

笑一笑没什么大不了！治愈生活的良方就是报以微笑。

来自网易云音乐用户
在《彩虹的微笑》歌曲下方的评论

甜度十分的乐天修狗勾

- *分阶段阐述策略与创意的实施过程（Step1、Step2、Step3……）*

STEP 2：社交示爱个性化——轻量化人格测试互动玩法引发社交裂变，掀起示爱表白风潮。

MBTI、九型人格、星座配对…对号入座的标签测试是年轻人永远的社交密码，用「爱的表情说明书」互动H5，分析亲人、朋友、爱人的社交模式，鼓励大家用笑重启对爱的大胆表白，让爱辐射更广人群。

是人设，更是社交谈资！

让不同性格的人，都找到专属自己的示爱乐评与笑容。

拟真朋友圈玩法

有梗的人设标签

独一无二的NFT奖励

扫码进入
「爱的表情说明书」
互动H5

- *分阶段阐述策略与创意的实施过程（Step1、Step2、Step3……）*

STEP 3：回归现实让笑传爱——爱意让城市翻新，「笑容修护力」覆盖生活互动场域。

代言人邓紫棋新专《爱的启示录》上线，与「让笑传爱」不谋而合。

收集评论区有爱乐评。选择需要修护实体墙面的斑驳老街，与打工人修护精神的通勤之路，

用乐评涂鸦为暗淡城市增添多彩爱意。

重庆弹石子网红老街
——修复老街 修护爱意

广州地铁3号线
——修复疲惫 修护笑容

- *受众参与互动的营销场景*

STEP 3：回归现实让笑传爱——打卡示爱乐评，每个阶段的你都能找到共鸣示爱故事，覆盖年轻圈层+粉丝圈层。

共鸣
人生之路

曼秀雷敦联手网易云音乐，将普通人各阶段关于爱的经历，亲情、友情、爱情等等，串联成一条象征人生的「传爱乐评之路」，让人会心一笑，拍照留念。

体验
示爱表达

借势新专上线在乐评之路上预埋彩蛋，邓紫棋向粉丝传递温暖爱意。早安、午安、晚安Call体验展示如何向所爱之人表达爱。

效果&反馈

- *媒介应用的优化与组合*

那个夏天，会偶尔抓住你偷看我的余光 爱情

后来才知道祝你前程似锦，是告别的意思。 友情

我离天空最近的一次，是你把我高高地举过了你的肩头。 亲情

1. 赋予合作曲新生命，乐评营销轻量化促进二次传播

洞察“爱在心口难开”痛点，收集有爱乐评，旧曲新“唱”，利用「网易云音乐」媒介的乐评机制，有限预算把品牌合作曲玩出新花样。

2. 赋予品牌表达新生命，线上社交“让笑传爱”进行时

目标圈层语言转译核心理念，抓住MBTI热点，设计性格测试互动H5吸引参与，用元宇宙NFT社交货币引爆。在网易新闻数藏馆发布，覆盖年轻Z世代人群。

3. 赋予用户表达新生命，线下修护力覆盖生活场域

用乐评与涂鸦展现传爱之路，鼓励表达爱，分享爱，占领用户心智。
选择在需要修复的老街与通勤路上修护生活，守护爱意与笑容，引发体验打卡分享。

- *从品牌曝光度、互动参与度、话题传播度、销量转化度等多维度数据，深度总结活动效果。*

乐评计划实现品牌声量上涨 社交裂变再造流量密码

互动H5与藏品上线微信指数

传播期间百度指数（2022.8.11—11.11）

- 首日限量发布**1万**份数字藏品，上线第一天被火速抢光
- 互动H5、网易云音乐、网易星球平台开屏曝光，跳转电商点击高达**182万**
- 「曼秀雷敦」微信指数爆发上升达到该阶段峰值，峰值环比增长**1304.43%**，百度指数呈上涨趋势，后续传爱之路上线承接热度。

效果&反馈

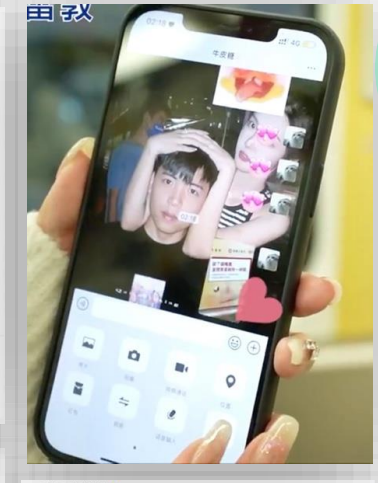
- *受众、客户、媒体、业界专家的反馈与点评*

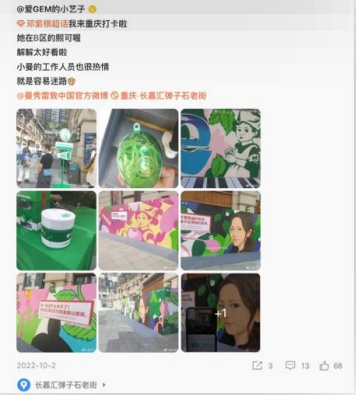
生活表达占领用户心智 “旧曲新唱”乐评表达传递爱的故事

线上线下总曝光高达**1.57亿+**，获得行业、消费者、粉丝的多方好评。

活动现场 人潮涌动

打卡分享 络绎不绝





行业媒体 争先曝光