

如何借力综艺，将品牌力变现销售力？

产品名称	如何借力综艺，将品牌力变现销售力？
公司名称	东莞市数云网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋501室02
联系电话	18002820787 18002820787

产品详情

当下综艺节目越来越多，眼花缭乱。与之伴随的，也看到了越来越多的快消品牌在综艺中的身影，比如伊利、蒙牛、加多宝、康师傅、李锦记等一系列行业头部品牌。

据机构统计，近年来的综艺赞助市场，快消占5成，足以可见，快消品牌对综艺节目的青睐。

盘点上半年众多综艺，现象级综艺《声生不息》表现为抢眼，由芒果TV、湖南卫视、香港TVB联合打造，香港特首亲自为其背书，群星云集，在这档综艺节目里，我们观察到了快消赞助商有简醇酸奶、李锦记、美赞臣、王老吉刺柠吉、绿箭口香糖等。

在这其中，我们选择李锦记作为研究对象，从三个维度，解读李锦记对《声生不息》综艺赞助，从品牌

到产品，从明星到卖点，从线上到线下，从综艺到门店，让渠道商们真正理解，什么是一个好的赞助活动？应该关注哪些关键要素？

品牌价值

一提到综艺赞助，很多人想到的是流量曝光，但流量曝光的背后，更应该关注曝光质量，即综艺基调与品牌是否相符。李锦记给消费者的印象通常有“香港品牌”“高端品质”“引领创新”，这些与《声生不息》节目强调的“港乐经典传承与创新”十分契合。同时，节目触达群体与李锦记的主力受众高度匹配。

调性契合，受众的匹配，可以让品牌完全承接综艺节目背后的流量溢出。基于第三方艾瑞数据显示，对比在《声生不息》中赞助的其他赞助品牌，李锦记的品牌综合指数提升度排名第二，仅次于冠名品牌简醇，可谓大化综艺植入效果。对比在上半年，持续高额综艺投入，赞助《春天花会开》《脱口秀专场》的海天及太太乐等调味品牌，李锦记品牌知晓度、美誉度的提升度大幅。

产品价值

对于渠道商来说，需要了解行业品类发展趋势，寻找消费者需求的风口，结合头部企业重点扶植的符合趋势的产品，三者叠加，才能选择出高价值及高增速的产品。

我们观察到，李锦记在节目中的产品露出上，以“一主两翼”的形式出现，重点突出薄盐酱油，辅之以旧庄蚝油和蒸鱼豉油两支产品。站在渠道商视角来看，显然，薄盐酱油是李锦记重点扶植的战略大单品。

近两年，随着健康化消费趋势日益显现，以低糖、低脂、低盐、零添加等为特征的轻食调味迎来了快速发展。李锦记薄盐酱油不断强调“减盐不减鲜”的理念，“李克勤超爱的神鲜小绿瓶”话题登上微博Top热搜榜，有效提高了产品的认知度。

旧庄蚝油、蒸鱼豉油作为风靡香港，明星们都在用的“传奇港星”，实力唱将李克勤与香港新人王曾比特，分别为这两大单品在节目中站台，讲述了他们心中情有独钟好味道背后的故事。

节目和明星的加持下，聚焦战略单品，突出核心卖点，独特的视觉表达，赞助综艺的背后，品牌方不仅仅希望让明星产品耳熟能详，更是希望消费者能够记住产品差异性，终转为在门店的销售力。