

# 化妆品花样植入综艺节目效果怎么样?有哪些渠道?

产品名称	化妆品花样植入综艺节目效果怎么样?有哪些渠道?
公司名称	上海锐翼广告有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海市徐汇区田林路140弄28号227室
联系电话	400-6060-217 18701805758

## 产品详情

随着媒体行业的发展,广告形式也变得更加多样化.特别是最近几年,将化妆品融入到综艺节目中,造就了一波软广热度.很多化妆品品牌都把这种软广当作推广武器,去开发渠道和拉动销售.

对于化妆品品牌来说,综艺节目高收视率的背后是品牌IP化打造和流量的变现.《奔跑吧兄弟》全网播放量破100亿;《向往的生活》超30亿播放量;《明日之子》过20亿播放量,借助综艺节目的热播,展开系列营销活动,可以帮助品牌形成集中而有力的传播阵势.

据调查,2018年综艺节目植入品牌共计588个,分布在近120个细分行业,其中化妆品行业排名第三.其次,综艺节目受众群体,整体以年轻人为主,18到29岁用户占比59%.这些年轻的受众群体都是潜在的购买者,这也是众多化妆品品牌不惜花费巨资把广告投入到综艺节目的原因.

除此之外,相比较于其它广告形式,综艺节目有效避免了长期以来观众对广告的逆反心理,改变了刻板的广告模式.去年,自然生态护肤品牌三草两木与《向往的生活2》的合作就圈了一波粉.三草两木主张极简生活、极简自然护肤的品牌理念刚好和节目中提出的慢节奏、享受生活的理念不谋而合.利用综艺节目传达品牌理念,三草两木的软广植入让更多消费者记住了这个品牌.

### 广告效应被品牌重视

除了节目带来的流量、曝光率外,化妆品品牌更多的是利用综艺节目提升消费者的认知度、好感度,让品牌根植于消费者心中,利于后续品牌的营销推广,然后将这些有购买能力的观众转化为属于品牌的消费者.在综艺节目中,很多品牌因为特殊的广告形式让消费者记忆犹新.

从《天天向上》到《这!就是街舞》再到今年大火的《明日之子》,一叶子通过众多综艺节目俘获了大批年轻消费者的心.《一年级大学季》中,水密码剧情版本的广告植入让观众记忆犹新.在号称神仙综艺《我们是真正的朋友》中,梵蜜琳贵妇膏也因四姐妹的推荐被消费者称为"神仙贵妇膏".

综艺节目潜移默化的广告效应正在被更多的品牌所认可,就连外资品牌也开始试水综艺节目软植入,阿玛尼成为了首例出现在国内综艺节目上的高端外资品牌.大S曾在《我们是真正的朋友》中吐槽阿雅长

得不是很高级备受观众议论,而这些梗都是为了铺垫阿玛尼气垫.利用舆论的声音让观众瞬间记住了阿玛尼气垫具有满满的高级妆感,可见综艺节目的软广植入深入人心.

时至今日,化妆品广告成为了综艺节目中的常客,从冠名到合作伙伴到指定产品,化妆品的身影几乎无处不在.利用综艺节目,强化受众对产品的记忆点,综艺节目已经成为了品牌抢夺的主战场.

综艺节目广告对比其它形式的广告来说,更有购买说服力.如果您正在找综艺广告植入、明星合作直播带货、明星翻包植入、明星同款商业授权拍摄等明星多渠道的推广方式,请联系上海锐力传播专业经纪人.上海锐力传播与诸多明星艺人有着密切的合作,与众多明星经纪公司关系良好,能够提供更优质的明星资源和更具竞争力的价格.