



专为敏感肌肤研制
MEDREPAIR®
米蓓尔®

专为敏感肌肤研制

2022年4月米蓓尔 蓝绷带2.0营销方案

MEDREPAIR®

专 为 敏 感 肌 肤 研 制

- + 项目概述
- + 蓄水期
- + 爆发期
- + 延热期

01

The first
chapter

项目概述

- 市场洞察
- 营销主题
- 营销目的
- 营销策略
- 营销roadmap

专为敏感肌肤研制

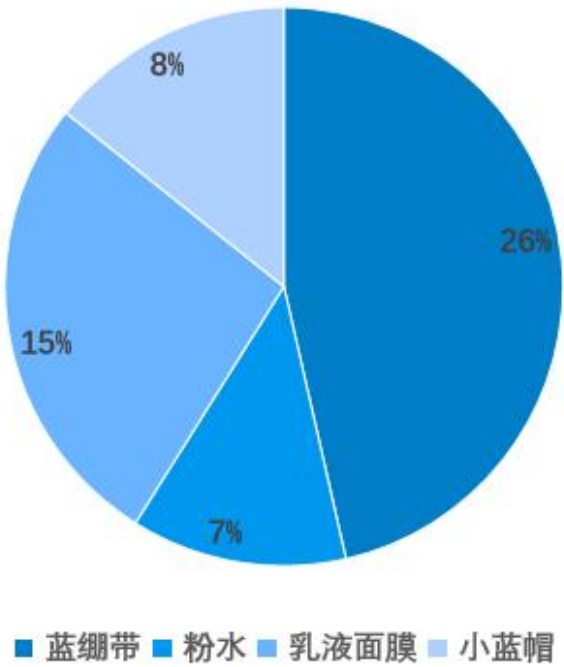
市场洞察-蓝绷带1.0市场洞察

专为敏感肌肤研制

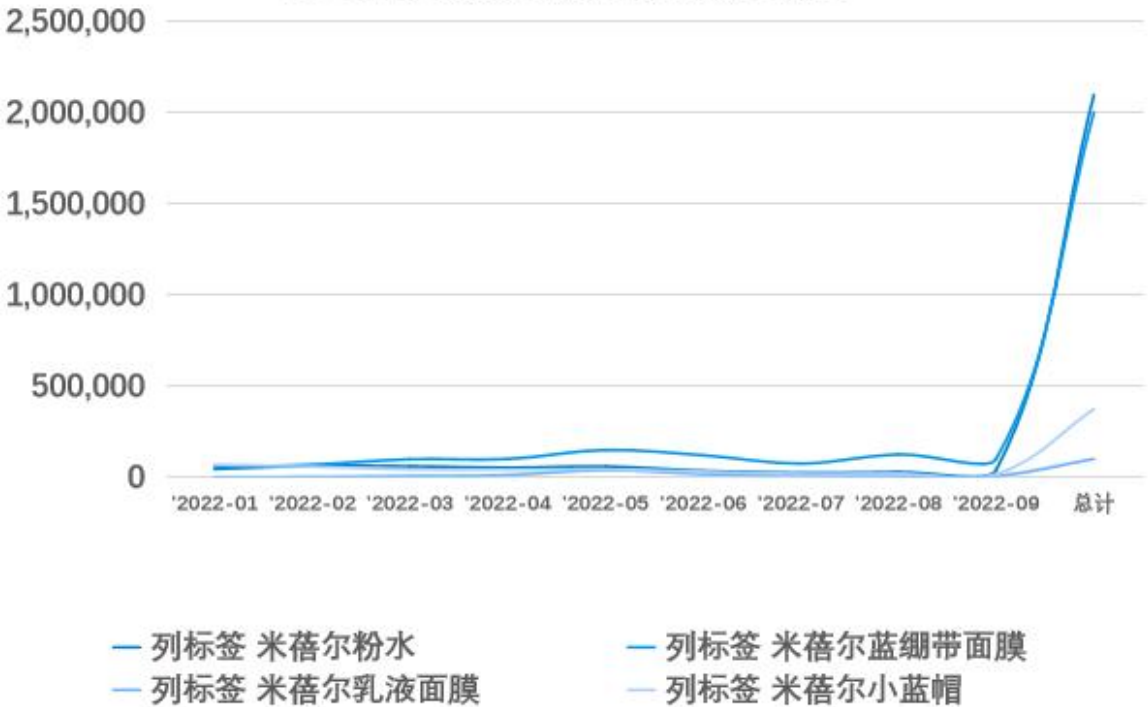
蓝绷带面膜全网现象级单品，均占据S+级大单品主导地位

从全域生意占比及搜索热度中可看出
蓝绷带于生意而言十分重要

2023年全渠道生意占比



2023年天猫核心词搜索人数趋势图

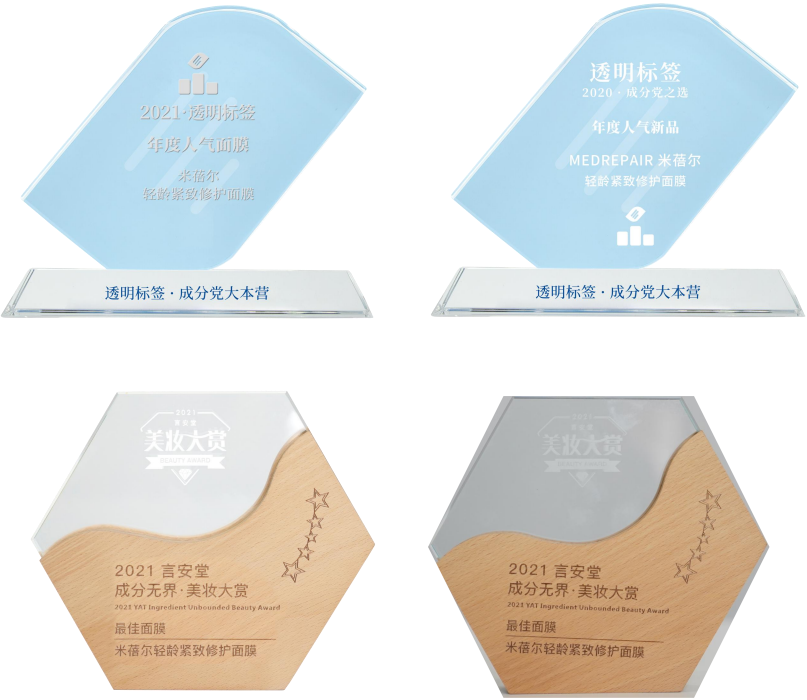


市场洞察-蓝绷带1.0市场洞察

专为敏感肌肤研制

蓝绷带面膜全网现象级单品，均占据S+级大单品主导地位

揽获多项行业大奖



头部主播达人力荐

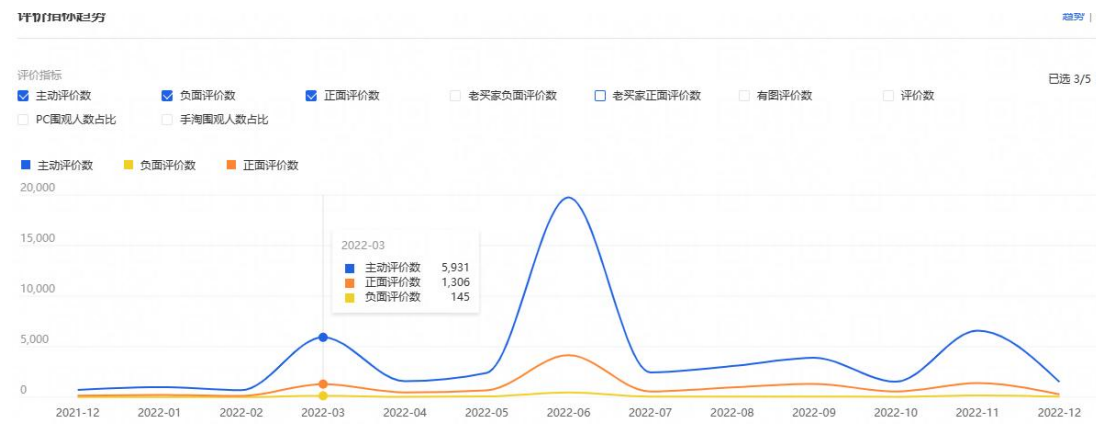


市场洞察-蓝绷带1.0市场洞察

专为敏感肌肤研制

蓝绷带1.0大受欢迎，高市场认知度和好产品口碑

蓝绷带1.0消费者反馈正向，口碑较高
适合救急、适合敏感肌使用，强敏感肌心智



数据来源：生意参谋，统计时间 2022-12-01 ~ 2022-12-31

使用评价		TOTAL	人群			年龄			是否是泛敏感肌	
			GENZ	小镇青年	新锐白领	18-24	25-29	30+	泛敏感肌	非敏感肌
满意	适合救急时使用	33.0%	28.9%	33.0%	37.4%	31.7%	36.1%	26.5%	38.3%	28.8%
	适合敏感肌使用	30.4%	33.0%	32.4%	25.7%	28.0%	32.9%	29.4%	43.5%	19.8%
	使用时肤感好/喜欢	28.8%	28.4%	34.1%	24.1%	28.0%	25.8%	42.6%	32.4%	25.9%
	使用后没有不良反应	27.7%	28.9%	30.8%	23.5%	29.3%	27.0%	25.0%	28.9%	26.8%
	好涂抹	27.7%	25.8%	31.9%	25.7%	29.3%	27.4%	23.5%	29.6%	26.2%
	性价比高，物有所值	27.2%	24.7%	30.8%	26.2%	26.4%	28.6%	25.0%	30.8%	24.3%
	产品温和	27.0%	21.1%	37.3%	23.0%	26.4%	26.6%	30.9%	28.9%	25.6%
	产品功效满意/达到预期	25.6%	33.0%	24.3%	19.3%	24.8%	27.8%	20.6%	29.2%	22.7%
	百搭，可以和其他产品一起使用	21.9%	24.7%	21.6%	19.3%	19.5%	23.4%	25.0%	20.9%	22.7%
	好清洗	20.5%	19.1%	21.1%	21.4%	19.9%	21.8%	17.6%	20.6%	20.4%
	产品颜值高，包装喜欢	18.2%	15.5%	19.5%	19.8%	17.5%	19.4%	16.2%	18.2%	18.2%
	味道好闻/喜欢	18.0%	19.1%	16.2%	18.7%	18.7%	17.5%	17.6%	19.8%	16.6%
BASE (n=)		566	194	185	187	246	252	68	253	313

市场洞察-蓝绷带1.0TA人群画像

专为敏感肌肤研制

以高线城市及美容护肤意识更显著的中轻年群体为主
GEN Z是潜力增长市场
忠于颜值，热爱时尚

性别	蓝绷带购买	涂抹面膜行业
男	6.6%	12.6%
女	93.4%	87.4%
年龄	蓝绷带购买	涂抹面膜行业
18-24岁	41.1%	23.5%
25-29岁	32.4%	23.0%
30-34岁	15.0%	21.5%
35-39岁	5.6%	14.3%
40岁以上	5.9%	17.7%
城市等级	蓝绷带购买	涂抹面膜行业
一线	17.2%	13.1%
二线	35.4%	30.8%
三线	19.0%	19.9%
四线	8.6%	10.5%
五线	12.9%	15.9%
六线	7.0%	9.8%

购买力等级	蓝绷带购买	涂抹面膜行业
L1	3.7%	21.3%
L2	19.7%	24.8%
L3	28.8%	21.1%
L4	27.5%	17.7%
L5	20.4%	15.2%

大快消策略人群	蓝绷带购买	涂抹面膜行业
小镇中老年	7.6%	20.8%
小镇青年	23.6%	17.3%
新锐白领	20.8%	13.4%
都市蓝领	6.4%	12.0%
Gen Z	22.1%	11.2%
资深中产	4.8%	8.0%
精致妈妈	4.2%	5.4%
都市银发	0.8%	2.0%

		TOTAL	人群			年龄		
购买次数			GENZ	小镇青年	新锐白领	18-24	25-29	30+
	一次客	41.3%	36.1%	47.0%	41.2%	42.7%	36.9%	52.9%
	多次客	58.7%	63.9%	53.0%	58.8%	57.3%	63.1%	47.1%
BASE (n=)		566	194	185	187	246	252	68

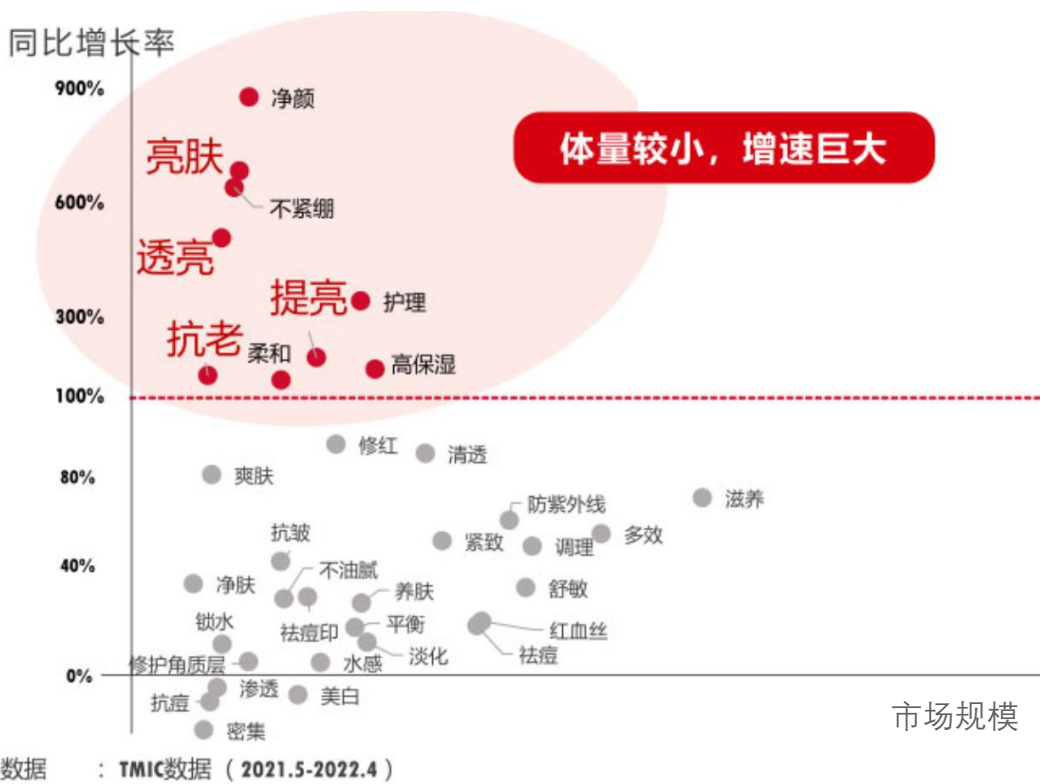
		TOTAL	人群			年龄			购买次数	
蓝绷带每瓶使用时间			GENZ	小镇青年	新锐白领	18-24	25-29	30+	一次客	多次客
	第一瓶还在使用中，没用完	20.3%	13.9%	25.4%	21.9%	26.0%	14.3%	22.1%	39.7%	6.6%
	不到1个月	4.9%	2.6%	5.4%	7.0%	5.3%	4.8%	4.4%	2.6%	6.6%
	1个月到2个月之间	24.4%	26.3%	20.0%	26.7%	23.2%	25.8%	23.5%	15.4%	30.7%
	2个月到3个月之间	23.9%	27.8%	25.4%	18.2%	22.8%	25.0%	23.5%	19.7%	26.8%
	3个月到4个月之间	15.4%	19.1%	15.1%	11.8%	13.8%	15.5%	20.6%	11.5%	18.1%
	4个月到5个月之间	6.2%	6.2%	4.9%	7.5%	5.7%	7.5%	2.9%	6.0%	6.3%
	5个月到6个月之间	1.4%	0.5%	2.2%	1.6%	0.4%	2.4%	1.5%	2.1%	0.9%
	半年以上	3.5%	3.6%	1.6%	5.3%	2.8%	4.8%	1.5%	3.0%	3.9%
	我是买来送人的，自己没有用过	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
BASE (n=)		566	194	185	187	246	252	68	234	332

市场洞察-蓝绷带1.0TA人群需求

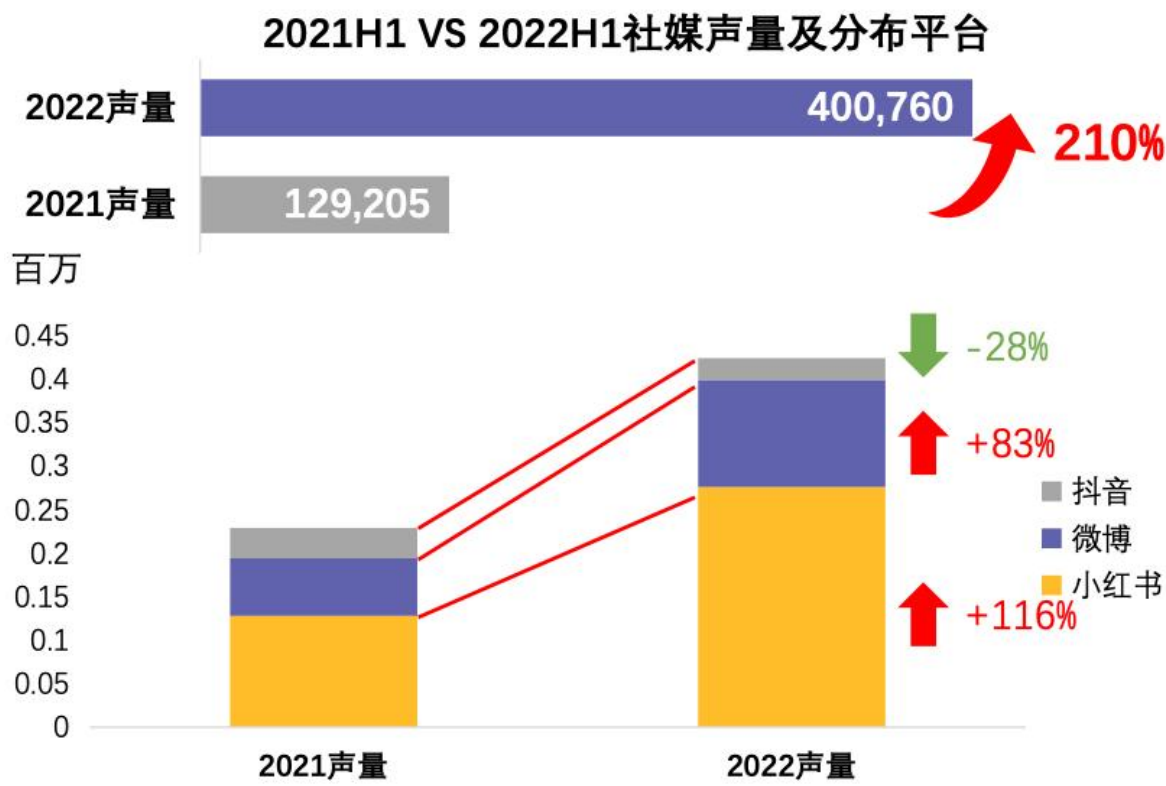
专为敏感肌肤研制

敏感肌对细分抗老需求日益增长

趋势1：抗老等进阶功效的产品快速增长



趋势2：社媒渠道抗老话题相关声量大幅增加



Data source: 《2022H1抗衰老专题深度研究报告》、《2022敏感性皮肤精细化护肤趋势白皮书》

市场洞察-蓝绷带1.0TA人群洞察

专为敏感肌肤研制

FINDING 1: Z世代对元宇宙兴趣深厚 热爱数字藏品

62.9%的人群对数字藏品表现出强烈的兴趣偏好

2021年7月-2022年6月 元宇宙相关内容
稿件互动量



元宇宙相关内容KOL 去重活跃用户
量级占比



FINDING 2: Z世代喜爱艺术 愿意为高颜值买单

2022年中国新青年消费者更倾向于购买生活日用品类型 Prefer Type of Consumers between Normal and Design /IP Co-branded Daily Necessities in 2022



购买设计款/IP联名款

63.3%

购买普通款

27.4%

视具体商品决定

9.3%



中国消费者中

94%

认为商品颜值对消费影响较大

数据来源: 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

样本来源: 草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量: N=3059; 调研时间: 2022年3月-4月

数据来源: 《2022 Z世代消费指数报告》、艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

BIG IDEA

米蓓尔蓝绷带2.0 15min救急敏感肌

换季的泛红易敏，熬夜的暗沉松垮

在这些敏感肌更需要救急的场景里，蓝绷带迎来了它的全新升级

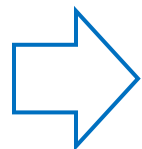
时代节奏太快，总有某些时刻急需满血复活

全新的蓝绷带2.0，为敏感肌救急而生

借高热度产品讨论，强化产品与品牌的敏感肌心智

透传敏感肌，带动品牌印象力扩圈传播

蓝绷带2.0



米蓓尔



年轻活力的
敏感肌功效护肤专家

产品侧

品牌侧

目的



策略

继承蓝绷带1.0口碑度
强化敏感肌专研

由产品热度带动品牌热度
打造敏感肌功效专家的品牌心智

深度内容种草
蓝绷带2.0实力背书

多维度建立
年轻活力的敏感肌功效专家的品牌心智

蓝绷带2.0深度内容种草

01 口碑&情感双背书

「蓝绷带2.0敏肌救急」体验
新品强种草



02 专业强背书

品牌自有内容建设
核心功效强科普



03 产品创意视频

不同维度种草产品
蓝绷带2.0专为敏肌救急研发



多维度建立年轻活力的敏感肌功效专家的品牌心智

01 超头直播间重磅上新

Z世代信赖的超头主播
重磅上新敏感肌强关联



02 医生做客达人直播间

专业维度进阶敏感肌教育
赋能销售转化



03 权威媒体深度报导

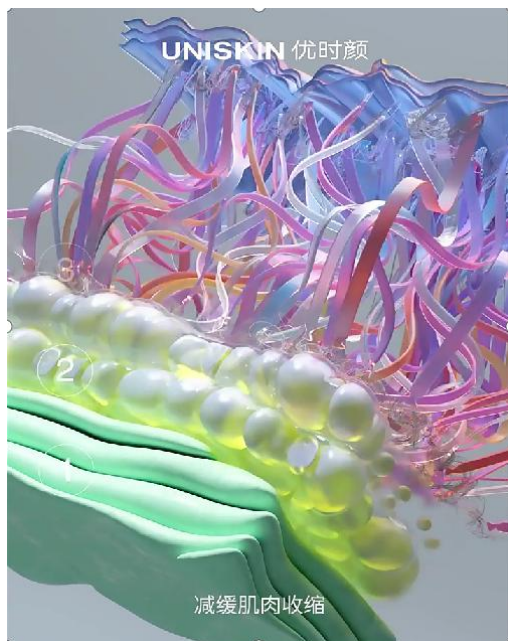
搭建高公信力的传播矩阵
延续产品专业口碑热度



针对GEZ，打造年轻活力的品牌形象

可视化的艺术跨界营销

数字艺术可视化蓝绷带2.0
深化敏感肌功效护肤专家品牌形象



#米蓓尔蓝绷带2.0 15min救急敏感肌#

阶段		蓄水期 (5月4日-5月13日)	爆发期 (5月14日-5月20日)	延热期 (5月21日-5月25日)
品牌	节奏	官宣上新，产品深度种草		产品&品牌口碑，持续发酵
	营销事件	老客福利派样 超头上新 品牌自有内容建设	先锋数字艺术跨界 场景化创意视频发布	
	传播	全平台发起米蓓尔新品尝鲜计划 试用笔记发布/老客自来水笔记发布		线下广告 (电梯&地铁 户外) PR二次传播
	推广	新品种草预热	多维跨界曝光 全渠道大量曝光，开箱测评	产品&品牌口碑 持续发酵
站内		站内预热+新品上市	站内种草&收割 医生做客达人直播间 产品科普种草	

02

The second
chapter

蓄水期-蓝绷带2.0深度内容种草

- 「蓝绷带2.0敏肌救急」体验
- 超头直播间重磅首发

专 为 敏 感 肌 肤 研 制

专为敏感肌肤研制

小红书

01「蓝绷带2.0敏肌救急」体验1—新品试用，素人口碑背书

全平台全链路定向种草，聚焦蓝绷带2.0核心卖点，口碑实力认证

蓝绷带2.0敏肌救急

体验计划

体验官招募



体验官筛选



笔记brief



笔记发布

参与规则示例：

新品体验官带#蓝绷带2.0##米蓓尔蓝绷带2.0 15min救急敏感肌#话题，以文字+图片（不少于6张）形式发布真实使用肌肤状态

打卡记录笔记，综合笔记质量及互动情况选取优质图文内容，有机会赢得终极福利

01 「蓝绷带2.0敏肌救急」体验2—老客惊喜派样，用户情感背书

线上全渠道筛选忠实用户，派样蓝绷带2.0，自发传播提升产品好感度

一、老客筛选



天猫渠道

老客数量：

200-300位高价值高忠诚度老客

筛选条件：

- 1、2020-2023年不间断且规律性购买蓝绷带的老客
- 2、高频次购买过蓝绷带的高客单价老客
- 3、购买过一次的高客单价老客

二、短信投放

确认老客地址
降低拒收概率

三、产品派发

礼盒寄送



四、二次传播

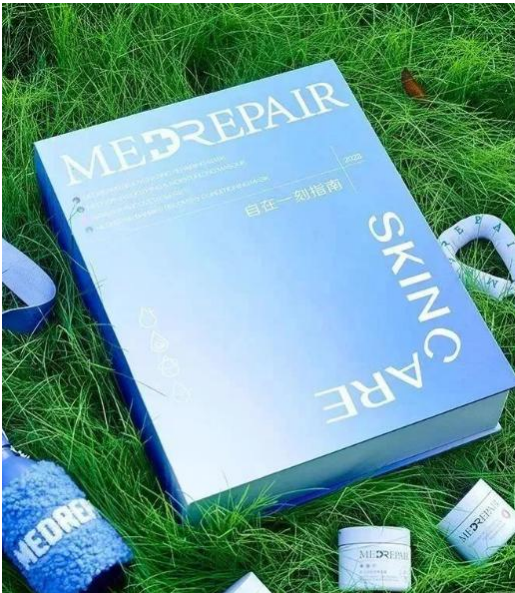


专为敏感肌肤研制

01「蓝绷带2.0敏肌救急」体验2—老客惊喜派样，用户情感背书

产品派样demo

品牌礼盒



内含物料

蓝绷2.0
165g×1



品牌手册×1



升级信×1



02 超头直播间重磅上新蓝绷带2.0

专为敏感肌肤研制

Z世代信赖的超头主播，敏肌救急涂抹面膜传播到新品促销销售助推一站式完成

李佳琦 Austin 10-23

所有女生快奔走相告！
李佳琦超级双11正式开始啦！
24号（周一）下午4点开播！晚8点付定金！
超级美妆节，200+爆品来咯！

关+转，抽11人每人11111元现金红包！
点击右方蓝字... 全文



李佳琦自媒体
超前预告

李佳琦 小课堂 WORKSHOP

护肤答疑课

TIME 11月20号 22:30

今日小课堂大纲

- 1 双11买了好多，哪些产品应该快点使用？
- 2 外油内干、内油外干怎么办？
- 3 既想要美白又想要抗肌肤初老怎么办？
- 4 痘印怎么处理？
- 5 早晚护肤步骤是怎么样的？

2022 11/20 22:30

新品护肤答疑课
深度解答敏肌抗老困惑

25岁以下 年轻油皮护肤流程

常见问题

25岁↓
出油较多
出油后易暗沉、角质
T区易冒黑头粉刺痘痘等等

@直播间预告课代表

护肤思路

②
①控油+改善脂质过氧化
+调节肌肤微生态平衡

痘痘肌 ↑ ↓

课堂笔记社媒二次传播

03

The third
chapter爆发期-建立年轻活力的敏感肌功效专家的品牌心智

- 米蓓尔自有内容建设
- 数字艺术家跨界合作
- 蓝绷带2.0创意视频

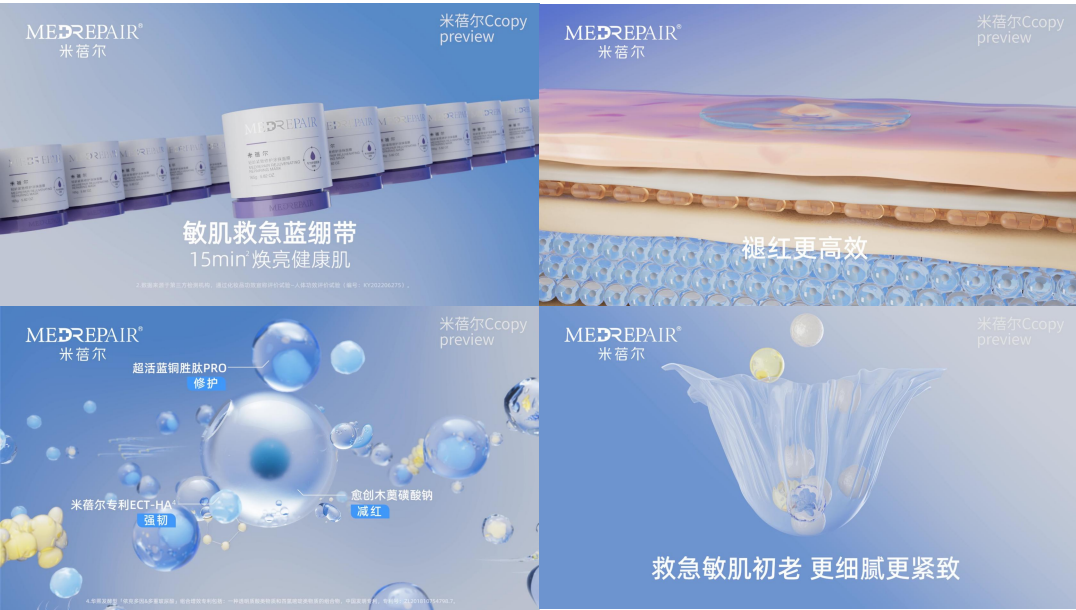
专 为 敏 感 肌 肤 研 制

01 米蓓尔自有内容建设，品牌专业背书

聚焦蓝绷带2.0救急概念与功效成分，产出相关内容物料

产品视觉

CG视频数字化呈现蓝绷带2.0修护+抗老成分，做到褪红、修护、提亮、细腻紧致的功效，全链路呈现蓝绷带2.0敏感肌救急概念



品牌专栏

蓝绷带2.0产品种草背书

新品官宣

敏感肌救急专研+成分功效

肤说新陈

修护+抗老，改善泛红、易敏、暗沉、松垮的问题

产品创意种草

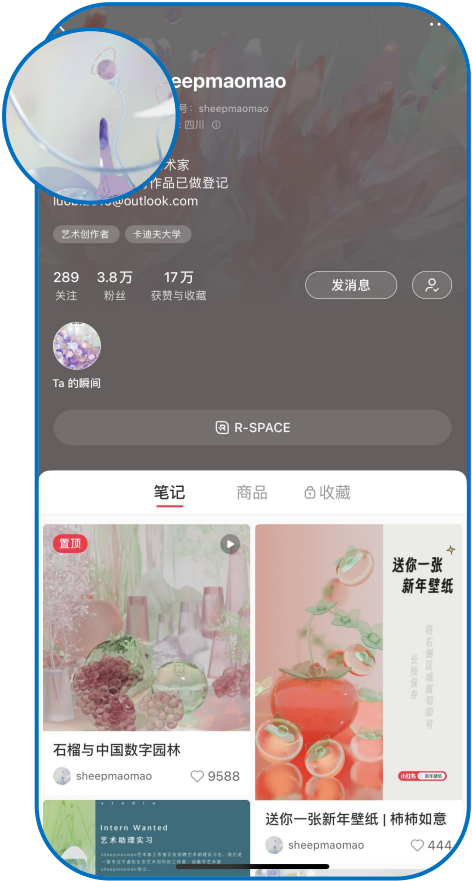
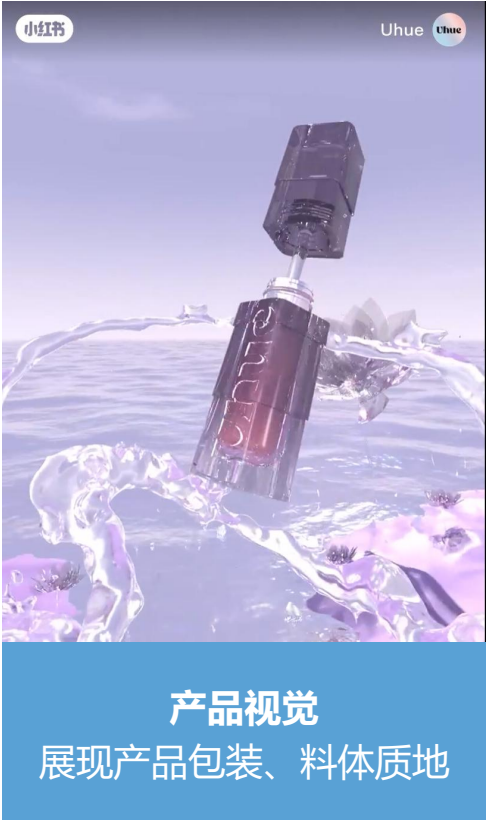
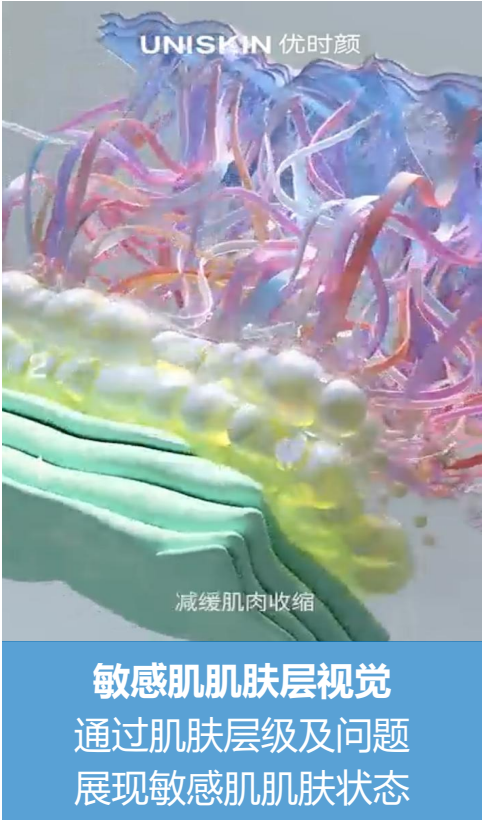
通过创意角度种草蓝绷带2.0成分功效与概念卖点

02 联合先锋数字艺术可视化蓝绷带2.0

针对GENZ，跨圈层吸引TA人群，打造年轻活力的品牌形象

联合Z世代数字艺术家@sheepmaomao，结合敏感肌肌肤问题及蓝绷带2.0功效/成分
产出数字艺术产品视频及平面，更直观感受产品升级亮点。

专为敏感肌肤研制



02-1 数字艺术物料多渠道运用，辅助推广销售

多形式运用，多触点触达消费者

专为敏感肌肤研制

展会物料

5月美博会大屏展示



周边买赠

可结合618预热
前1000名买蓝绷带2.0
赠送限定周边

周边参考：气囊支架



信息流投放



朋友圈广告



03 蓝绷带2.0创意视频内容发布，口碑持续发酵

不同维度种草产品，持续输出蓝绷带2.0专为敏肌救急研发理念

专为敏感肌肤研制

内容方向

1

通过展现换季、熬夜等问题场景
阐述蓝绷带2.0救急概念

2

创意化展示肌肤问题
及蓝绷带2.0功效卖点

3

蓝绷带2.0肤感（清凉镇静、易涂易洗）
包装、颜色质地展示

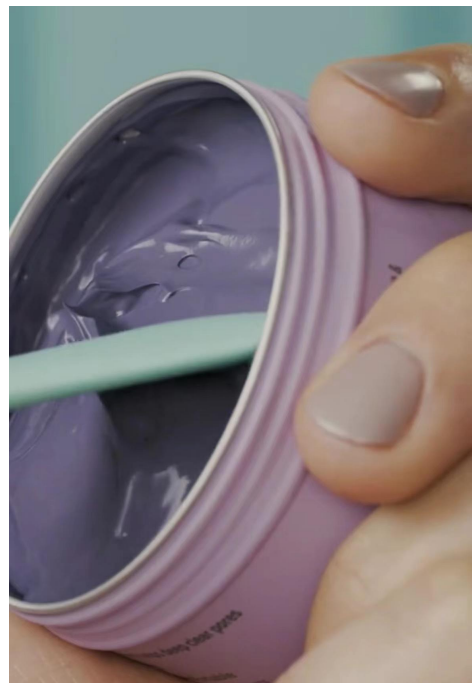
救急场景



肌肤问题



产品展示



04

The fourth
chapter

延热期-产品&品牌口碑持续发酵

- 医生做客达人直播间
- PR深度传播

专 为 敏 感 肌 肤 研 制

01 达人直播间×米蓓尔敏感肌护肤特训课

敏肌护肤特训·蓓护小课堂

专为敏感肌肤研制

从敏感肌皮肤问题洞察+护肤科普+针对性解决策略提供，
一站式完成护肤科普到产品种草到购买转化

1.米蓓尔X皮肤科专家X达人直播间
业内知名专家护肤科普课



2.针对性的敏感肌护肤解决策略
米蓓尔明星爆品



敏感肌修护+抗初老
(救急)

3.破圈的话题讨论 提升品牌声量



小课堂社媒二次传播
提升大单品热度

02 线上线下先锋媒介资源，PR二次传播

专为敏感肌肤研制

行业解读蓝绷带2.0实力升级/卖点功效，产品&品牌口碑实力认证

内容角度

米蓓尔蓝绷带2.0，引领敏感肌功效涂抹面膜

米蓓尔蓝绷带2.0领航敏感肌功效PRO时代

这款涂抹面膜，专为敏感肌救急而生

米蓓尔核心合作媒体



米蓓尔行业媒体矩阵

中国日报
CHINADAILY.COM.CN

中国青年报

新华网
www.xinhuanet.com

新世相

生活周刊

VISTA看天下

新周刊

SocialBeta

36氪

品牌星球

KIKS

HYPEBEAST

NOWRE

潮人

ELLE OFFICIEL

时尚COSMOPOLITAN

VOGUE

ELLE

amie claire

OK精彩

SUPER

青年周刊

NYLON

Rayll

FIGARO

InStyle

搜狐网
sohu.com

凤凰网 时尚

Tencent 腾讯

重点营销资源各渠道应用参考

专为敏感肌肤研制

重点营销资源	物料及物料延展		各渠道应用方式参考			
			天猫	抖音	分销	
产品视频	产品官宣cg视频		详情页应用	1、视频二剪投放 2、官号发布	/	
艺术家跨界合作	15-30s艺术向视频	1、视频画面二剪 2、动态gif	详情页面应用	1、信息流投放 2、官号发布	朋友圈发布	
	3-5张平面			/		
		部分透明成分素材	周边（手机支架）	618买赠配送	618买赠配送 (天猫买赠后)	
医生×达人直播间	1、直播预热海报 2、直播切片（tbc） 3、直播笔记小结		/	1、信息流投放 2、相关卖点仿拍素材		
产品创意视频	1、救急概念向 2、卖点功效向 3、肤感质地向		逛逛内容	1、信息流投放 2、相关卖点仿拍素材 3、视频二剪 4、官号发布	/	
老客福利派样	福利礼盒		/	/		
新客体验派样	1、体验官海报 2、产品小样派发					

专 为 敏 感 肌 肤 研 制

(Med)

(Repair)