



2024曼秀雷敦新碧
「夏日就要SUNPLAY」
音乐节营销



营销背景

1

中国防晒市场竞争激烈，行业产品同质化

需打造差异化，沉淀人群资产，提高品牌声量，带动生意增长

2

兴趣圈层多样化，需找到可巩固品牌形象的营销场景

2024希望深挖GEN-Z兴趣场景，户外防晒+音乐节+开心玩乐情绪共感，扩散触达更多目标TA。

营销目标

01 实现拓圈

打造营销大事件

扩圈TA

沉淀更多品牌沟通/种草资产

02 巩固心智

传递“夏日就要SUNPLAY”

的品牌主张

持续巩固品牌年轻好玩

的潮流形象

营销策略

找准圈层

从TA出发，找到年轻人感兴趣的圈层爱好、生活方式，结合热点趋势及品牌/产品特性，打造新碧独特的户外社交+防晒的沟通场景，让TA在兴趣场景中能更好地对品牌/产品产生认知和记忆

借力打力

以圈层爱好的垂类平台及代表人物作为切入口，借此扩大影响力，同时更精准触达TA

表达态度

将品牌态度以创意形式表现出来，与TA共振、共鸣，提升好感和认可，加深TA对品牌专属印象



市场洞察

2023年以来，演出经济异常火爆，复苏即狂热。
音乐节的全面井喷，让我们看到了新碧与年轻人互动的新机会

音乐节营销



2024夏天，音乐节狂热依旧.....

我们希望和高举“no music no life”大旗的年轻人一起
玩一场酣畅淋漓的阳光音乐游戏！

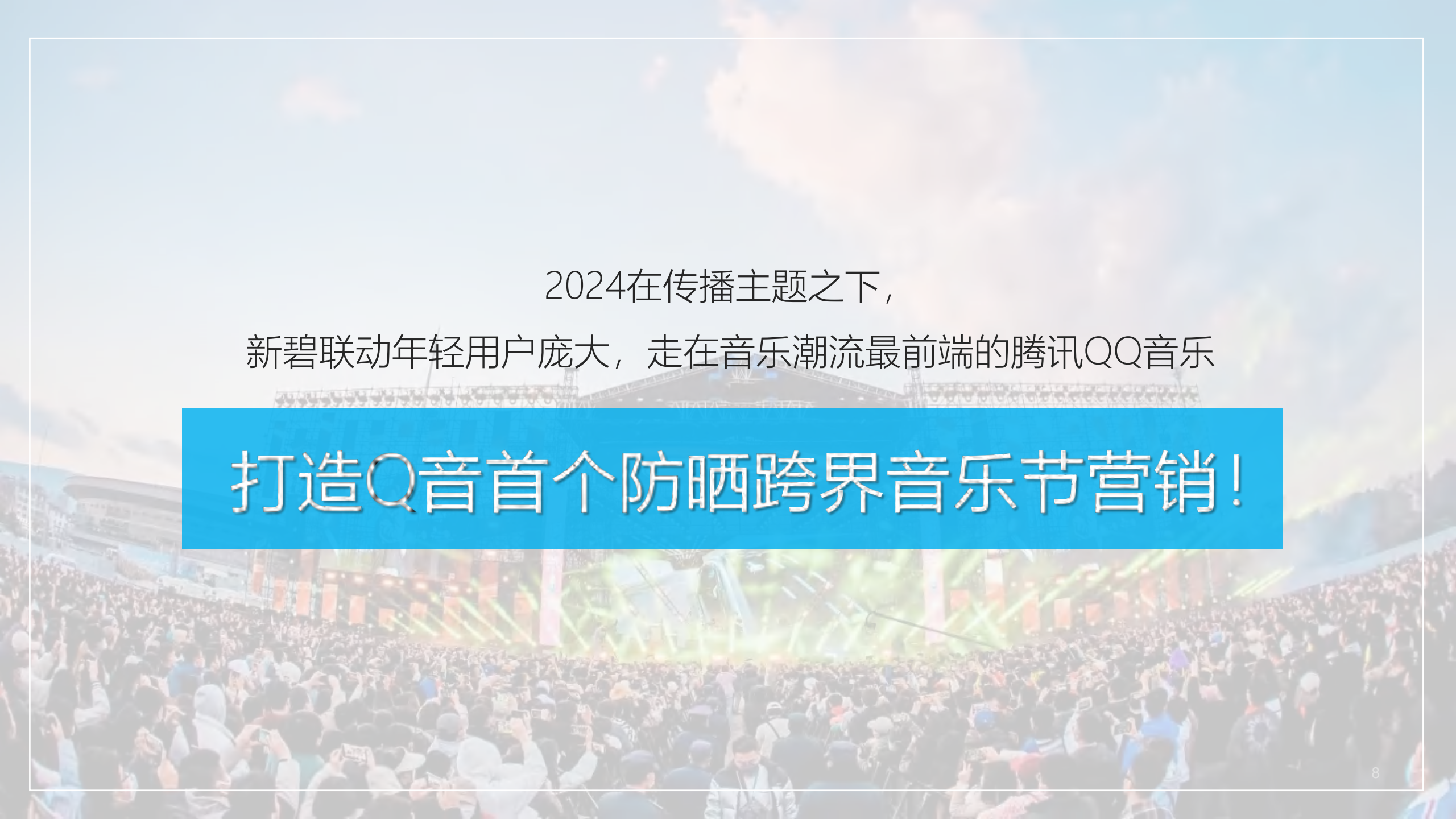
新碧品牌理念从【我喜欢和阳光玩游戏】到【玩转太阳】
2024，新碧年轻快乐的品牌内核依然，表达却更加鲜明有力！

传播主题

夏日就要SUNPLAY

包含品牌名称，承载品牌精神
迎合现代年轻人价值观

年轻有态度，与追求肆意的年轻人隔空共振
形成全新可持续的品牌资产



2024在传播主题之下，
新碧联动年轻用户庞大，走在音乐潮流最前端的腾讯QQ音乐

打造Q音首个防晒跨界音乐节营销！

夏日就要SUNPLAY KV

联动QQ音乐巅峰音乐节和明星段奥娟，共同诠释品牌主题

新碧SUNPLAY



曼秀雷敦



QQ音乐·巅峰榜

巅峰音乐节

官方防晒合作伙伴

01

传播与执行

Execution

1个国内领先音乐APP+1个潮流音乐节IP

QQ音乐+巅峰音乐节，品牌联动Buff叠满

巅峰音乐节首个官方防晒合作伙伴



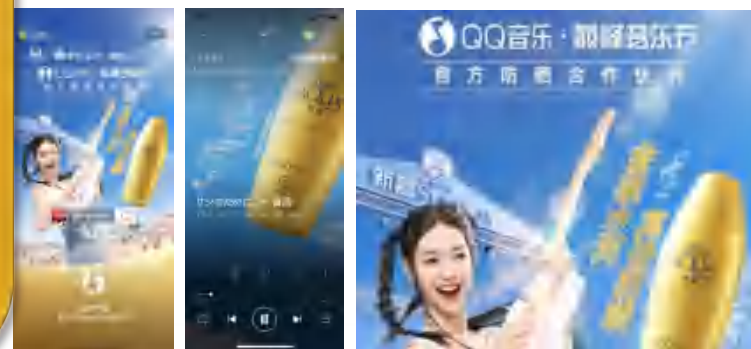
曼秀雷敦

QQ音乐·巅峰音乐节

巅峰音乐节

官方防晒合作伙伴

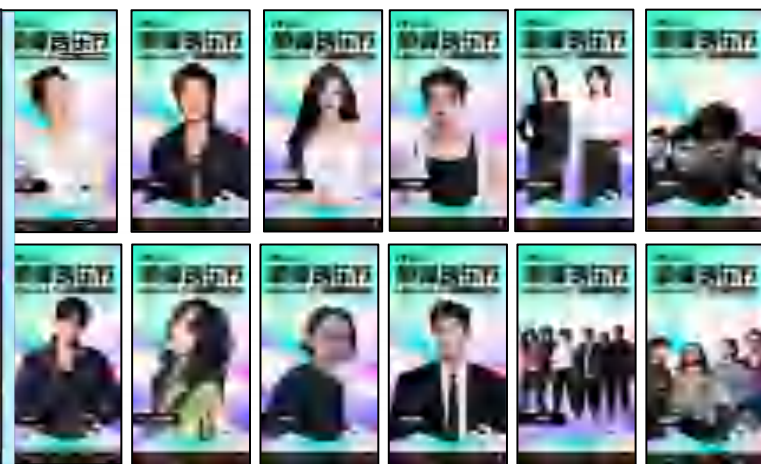
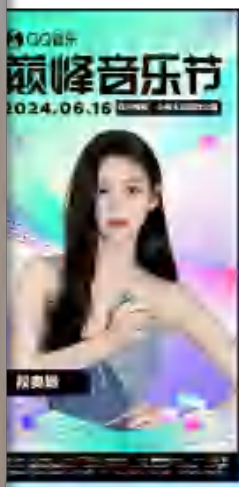
跨界联动Q音实现超强曝光



1个国内领先音乐APP+1个潮流音乐节IP

QQ音乐+巅峰音乐节，品牌联动Buff叠满

多维度艺人矩阵强强聚势，品牌权益高频露出



巅峰官方防晒合作伙伴：曼秀雷敦 | 新碧SUNPLAY

1位全新阳光大使段奥娟

积极的形象，种草曼秀雷敦新碧防晒&最大化呈现传播主题



不断成就更好
与品牌理念相得益彰



盘活明星粉丝，纷纷晒单

卷小新

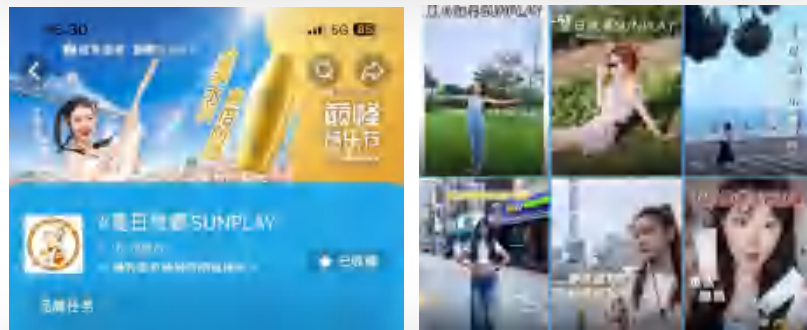
1首主题曲贯穿活动始终

全新改编，打造新碧专属品牌曲，线上线下一起《夏日就要SUNPLAY》

段奥娟号召大家一起
夏日就要SUNPLAY



网友花式演绎主题曲
新碧阳光旋律“蔓延”全国！



巅峰现场段奥娟首场音乐节
清亮献唱品牌主题曲



主题曲广泛传播增强了品牌认知度与好感度



1场抖音全民任务，点亮阳光地图

抓住大热文旅流量，联动KOL&KOC覆盖16个城市，引发全民参与热潮



全民任务-话题页



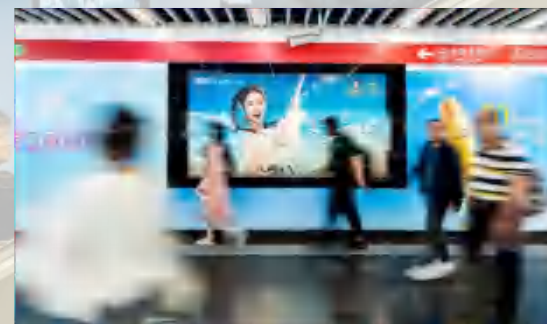
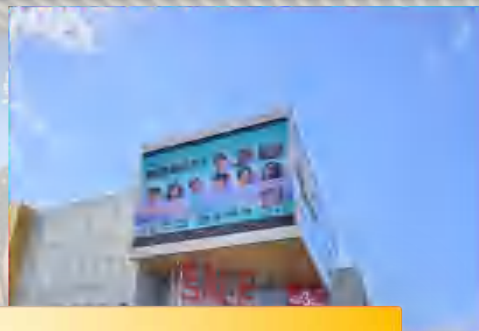
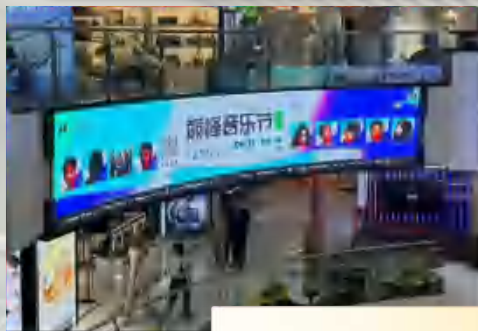
全民任务-任务页



借势清明&五一小长假
掀起假期出游分享热潮

1波商场户外大屏&地铁广告投放

户外广告在热门商圈和地铁频繁露出品牌信息，增加品牌可见度



覆盖城市主流消费的热门商圈



人流密集的地铁站



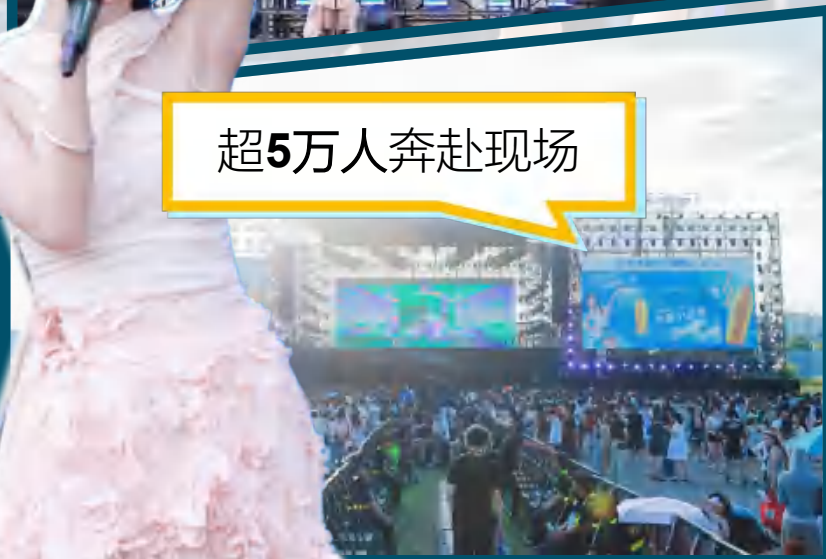
1场线下音乐节持续拓圈，成功触达圈层TA

从运动圈到滑板圈，再到今年的音乐节圈层，新碧持续触达年轻潮流人群

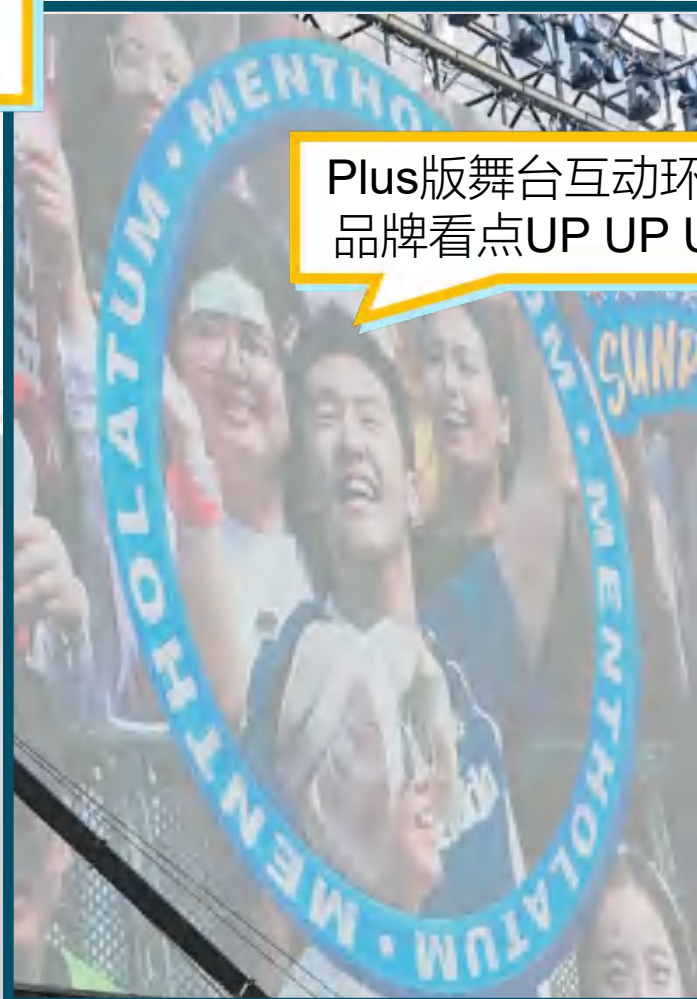
段奥娟音乐节首秀



超5万人奔赴现场



Plus版舞台互动环节
品牌看点UP UP UP



明星微博额外曝光
粉丝饭拍 刷足存在感



轮播TVC次数远翻原计划21倍





阳光自由 巅峰开晒

LET'S SUNPLAY 和阳光玩游戏

曼秀雷敦 | 新碧SUNPLAY

夏日就要SUNPLAY

SUNPLAY 阳光自由吧

SUNPLAY 阳光自由吧

夏日就要SUNPLAY

MENTHOLATUM • MENTHOLATUM • MENTHOLATUM

1个音乐节现场的“爆款”摊位

汇集打卡出片&福利周边&产品试用的宝藏展区

两日互动人数超1万+人

入场观众参与率达20%

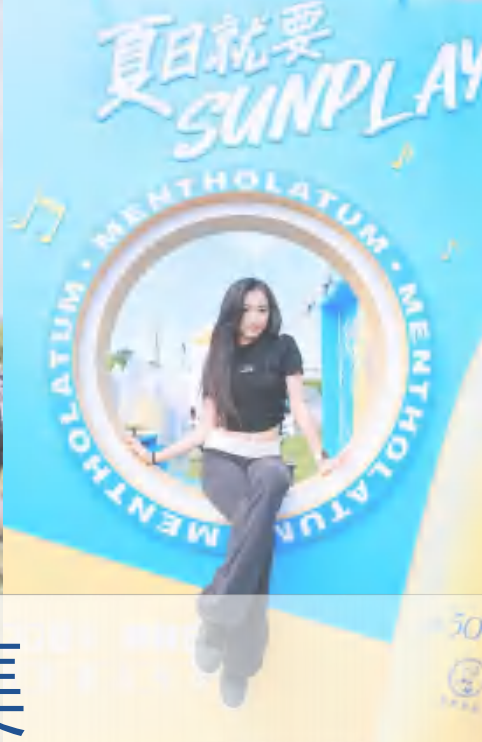
SUNPLAY 阳光自由吧

50倍高倍防晒 防晒+补水

物理防晒 物理防晒产品

防晒+补水

MENTHOLATUM • MENTHOLATUM • MENTHOLATUM



高人气聚集

潮酷有趣的年轻人打卡新碧展区





新碧“显眼包”无处不在

观众争相领取，现场火爆

#夏日就要SUNPLAY#

3月底

4-5月

5-6月

6月底

段奥娟官宣预热
-FUN享防晒态度-

- KV官宣
campaign KV, 诠释品牌主题
- 明星种草ID视频发布
段奥娟种草新碧
- Q音硬广
QQ音乐资源上线

抖音全民任务 掀翻互动爆点
-FUN享玩乐游戏-

- 品牌主题曲
花式演绎新碧阳光旋律
- 段奥娟抖音视频发布
段奥娟发起话题, 鼓励参与
- 抖音全民任务
#夏日就要SUNPLAY 话题互动
- 抖音KOL
抖音KOL优质内容持续输出

巅峰音乐节 全面爆发
-FUN享防晒关怀-

- QQ音乐巅峰音乐节宣发
音乐节时间地点&阵容官宣
- 新碧XQQ音乐巅峰音乐节
新碧x音乐节x段奥娟活动传播
- 商场户外大屏&地铁广告投放
投放音乐节海报, 品牌信息露出

二次发酵
-FUN享高光时刻-

- kol&营销号
释放活动内容, 传播品牌信息
- 官方物料二次传播
内容二次发酵, 持续吸引关注
- 段奥娟粉丝应援支持
卷入粉丝群体, 打造口碑内容

02

推广效果

E f f e c t s

传播效果总览

线上线下资源整合助力
成功将音乐属性x防晒场景x品牌形象 强关联，创造独特品牌体验和情感联系

4.6亿+

项目周期累计曝光

(包含QQ音乐硬广+微博粉丝通曝光+抖音全民任务话题页播放量+抖音KOL+抖音星聚力+抖加+微博话题阅读量+小红书话题浏览量)

5万+

音乐节进场人数

Q音硬广
总曝光

6076万+

微博粉丝通
曝光量

3207万+

微博话题
阅读量

7179万+

免费曝光

抖音全民任
务播放量

2.7亿+

小红书话题
浏览量

188万+

免费曝光

抖音KOL
曝光

2831万+

新碧联合QQ音乐巅峰音乐节IP
多点位全方面覆盖

在 **曝光-认知-人群** 三大核心指标均实现大幅提升



强势曝光

>

心智渗透

>

人群扩容

6076万+

QQ音乐硬广总曝光

54.69%

投放后防晒场景关注度提升

112.65%

投放后品牌关注度提升

硬广投放 微博粉丝通

精准锁定目标星粉&音乐节受众，助力电商引流

曝光量：3207万+

互动量：430万+



硬广投放 抖音全民任务

借势文旅流量，开启抖音全民任务，助力传播曝光

播放量：2.7亿+ 投稿量：3.7万+

点赞量：471万+ 评论量：52万+ 分享量：25万+



达人传播 抖音

多维度合作达人&营销号 31位，深度释放品牌&音乐节内容

曝光量：2831万+，互动数：55万+

全国多城KOL发布
优质种草视频

爆文



户外&情侣&颜值类KOL
线下打卡



腰部娱乐营销号
持续扩散



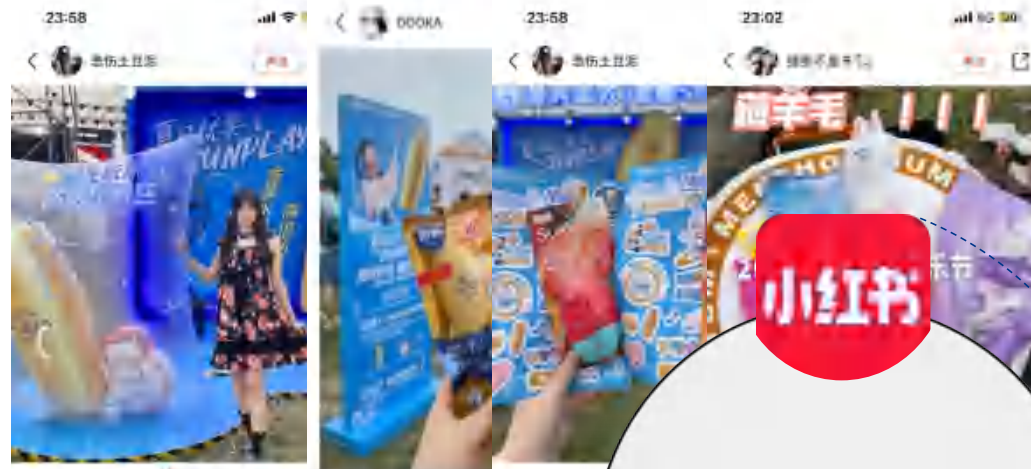
明星物料最大化利用，音乐节内容精心策划，
成功地将品牌、音乐节和明星效应融合在一起，提升了品牌的知名度和好感度

自媒+粉丝拱热，话题热度UP↑



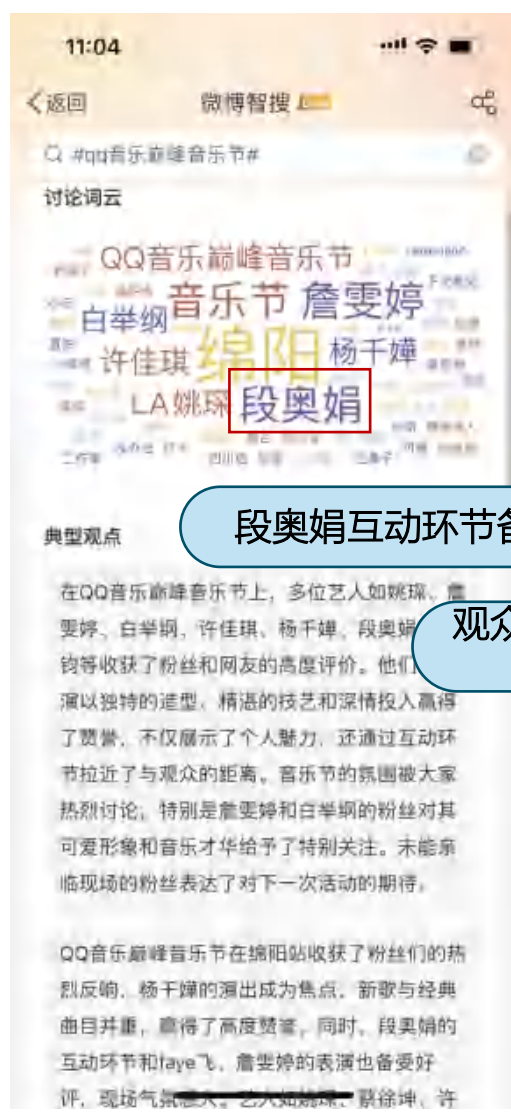
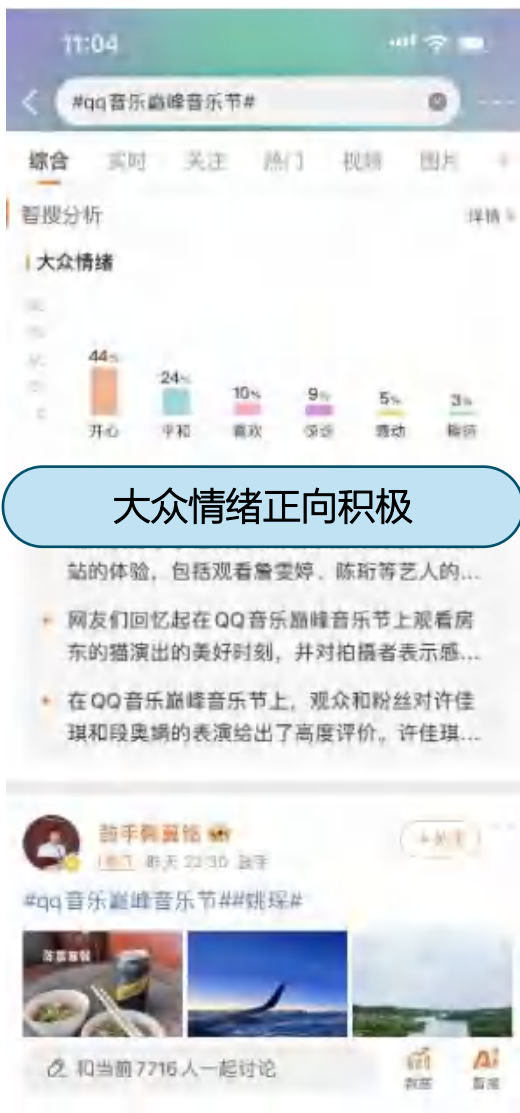
话题阅读量：
7179.5万
互动量：3.3万

现场互动反哺线上传播



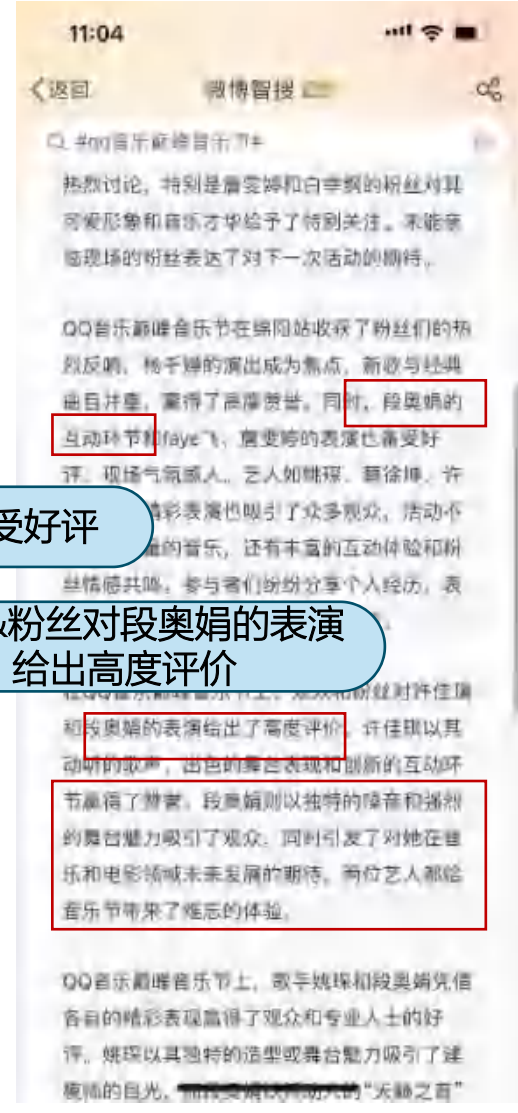
话题浏览量：
188.7万





段奥娟互动环节备受好评

观众&粉丝对段奥娟的表演给出高度评价



THANK YOU
感谢聆听！

