

CHANDO

自然堂

郑恺72小时挑战喜马拉雅
防晒项目结案报告



72小时 

挑战喜马拉雅

挑战晒不黑 晒不老 晒不伤



雪域美白倍护防晒霜
SPF30 PA+++

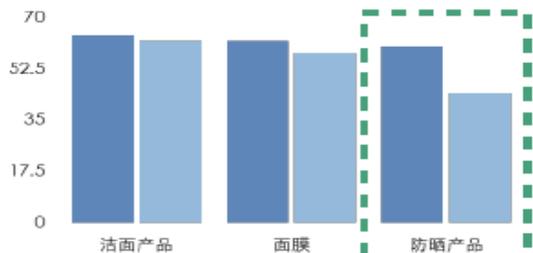


代言人：郑恺

项目背景——市场洞察

- 防晒霜是日常护肤必不可少的一部分，也是消费者使用最多的面部护肤品之一，18-29岁女性中，50%以上是防晒高频使用者
- 100元左右的中端防晒在市场中更受欢迎
- 但防晒品市场同质化严重，缺乏创新

使用多的面部护肤品之一



每一个品牌都有防晒，而每一款防晒产品都在讲相似的内容

不晒黑
抗老化
多效UV防护
美白
补水

防护承诺

Clinique
L' Oreal
Neutrogena
Olay
Biore
Shiseido
ANESA

质地承诺

Lancome
Estee Lauder
Herborist
Biore
Chando

不油腻
滋润肌肤
轻薄无负担
不过敏

项目背景——执行时间、地域

- 基于消费者对于中低端防晒的需要，以及防晒市场同质化严重的现象，自然堂采用富含高剂量遮光剂的喜马拉雅雪莲花作为原料，推出全新防晒系列，迎合消费者在日常通勤、出游旅行、户外运动等不同场景下的需求。自然堂希望借此打造“最强防晒”的产品形象，扩大防晒系列口碑，促进消费者购买。
- 防晒新品推广活动定于4月春季美白防晒季，这是消费者最关注防晒、为夏日做准备的时机，推广地点选在拥有地表最强紫外线、同时也是自然堂品牌源头、材料原产地的喜马拉雅



项目产品



雪润皙白防晒精华霜SPF50+PA+++



雪域冰肌晒后修护露雪



雪域美白倍护防晒霜SPF30 PA+++



雪域美白轻盈身体防晒乳(喷雾型) SPF30 PA++



水感防晒冰凝乳SPF30 PA++

自然成份：



雪莲花精华

生长在终年积雪且紫外线辐射极其强烈的雪域高原，蕴含强大而神秘的生命能量而美丽绽放的珍稀极地之花。萃取其纯净精华，帮助肌肤细胞实现自我修复，减少氧化损伤，抵御紫外线侵袭。



雪绒花精华

生长在海拔4000米高原地区的神圣之花，在恶劣环境中的风雪侵袭依然屹立不倒。富含旺盛的生命力及抵抗肌肤老化的自由基，可以舒缓肌肤，持久保湿，促进肌肤自我修护。

目的、目标

目的

- 打造“最强防晒”的产品形象、扩大自然堂防晒系列口碑，促进购买，提高销售转化
- 通过“首个明星真人极地实测”的明星活动吸引关注，扩大品牌曝光量和声誉度
- 深化消费者对喜马拉雅是自然堂品牌源头的认知

目标

传播目标：达成1.5亿曝光量

目标公众

- 有防晒习惯的消费者
- 18-29岁的年轻消费者
- 郑恺的粉丝群体
- 自然堂固有粉丝群体



自然堂最强防晒 72小时挑战喜马拉雅紫外线

产品

最强防晒 挑战地表最强紫外线

通过防晒系列不同产品组合搭配，借助明星及KOL在极地挑战亲测使用，传递自然堂防晒产品在极地环境中能有效帮助肌肤**晒不黑、晒不老、晒不伤**

品牌

源自喜马拉雅 自然自信，无惧阳光

通过挑战喜马拉雅的活动，自然堂鼓励活出健康，阳光的生活方式，以强大的产品为女性自信拥抱大自然提供美丽保护伞。自然自信，无惧阳光

活动

首个明星真人极地实测

- 最强—通过挑战紫外线最强的喜马拉雅，郑恺亲自测试产品防晒力
- 超长—72小时户外挑战，评测产品续航力，建立信任感
- 多维—郑恺完成UV TAT00，种草，射箭三项挑战，360度全方位检验

自然自信，无惧阳光，自然堂72小时挑战喜马拉雅

活动策略

关键人物

代言人郑恺：结合郑恺的性格特点将活动打造为“真人秀”形式的挑战之旅

关键事件

史上首个明星真人极地实测：郑恺亲赴喜马拉雅亲身实测，证言最强防晒

关键产品

最强防晒：结合品牌源头，用喜马拉雅地表最强紫外线验证最强防晒功效

关键平台

与ELLE达成深度合作，依托新媒体，配合微信大号、电商、户外广告等多平台，由内而外传播



传播策略



自有媒体 自然堂微博、腾讯账号全程首发；自然堂、集团、自然堂渠道各微信号跟进传播；自然堂官网、百度品牌专区、员工及代理商、经销商逐层扩散

深度合作 ELLE：视频、图文内容产出，全平台传播；

微博话题 新浪微博热门话题、热推视频、粉丝通推流，郑恺、ELLE、自然堂官微、娱乐营销号等大号跟进；

视频平台 腾讯视频种子视频推流、B站、爱奇艺、美拍等，覆盖更多受众

微信大号 明星八卦、美妆、旅游、营销、行业媒体五类微信公众号，分阶段多角度创造内容，覆盖不同类型的目标消费者；

网络电商 100家时尚/美妆/媒体发稿全网覆盖；天猫、京东、唯品、聚美优品四大电商平台

线下户外 户外LED屏广告、电梯电视广告；

执行创意

3天，每天一挑战——

UV TATTOO——直观表现晒不黑、检验72小时挑战结果

藏族工布射箭——直面烈日挑战，高倍防晒

种草喜马拉雅——持久防晒，同时呼应7月公益项目

骑行、夜宿星空完善72小时概念——

以骑单车的形式串联3天的旅程

以透明帐篷露营的形式，以100%户外模式来突显直面紫外线的重点

一天多支短视频，补充细节——

每日发布多则30秒短视频直击，打响72小时的概念



作品创意

- 结合郑恺综艺咖的特点，将活动打造为“真人秀”形式的挑战之旅，利用综艺化的后期处理，呈现**9集短视频微综艺**；
- 结合最新热点抖音“**托脸萌**”**预热短视频**，吸引年轻消费者和郑恺粉丝；
- 结合B站年轻粉色特点，剪辑“**郑恺在喜马拉雅晒太阳之BGM有毒**”的鬼畜视频，迎合B站受众喜好；
- 配合ELLE种草机的**产品评测视频**，通过科学的检测手段展现产品在防晒力、清爽度、抗水性、延展性等方面的优势特色；
- 选取旅游、明星八卦、娱乐营销、行业媒体等**微信大号从不同的维度传播**事件，丰富传播内容与传播角度；
- 通过脚本的设计传递出夜晚需要晒后修复、飞机上也要防晒、户外运动不仅需要带水瓶也需要带防晒等理念，**教育消费者**。



- 活动回顾 -



项目执行

• 实施细节及项目进度：

- 2018年2月，项目正式启动。活动前期由**奥美广告公司与自然堂市场部**进行创意，在经过反复讨论和提案后，确立了“72小时挑战喜马拉雅”的**主题**、明星真人极地实测的**关键事件**、以及将代言人郑恺作为**关键人物**；
- 自2018年3月起，活动进入执行阶段后，由**集团公关部承接创意的细化、落地执行与传播工作**。公关部选取ELLE作为深度合作媒体来负责产出内容。同时，同步确认艺人档期、与西藏当地政府沟通协调，与集团首席创意官Amanda Yang共创，最终在3月底确认了执行方案、脚本及传播计划。
- **4.1-4.4日**进行视频拍摄，经过后期剪辑与特效处理，**4.8-4.9日**预热，**4.10-4.13日**按照72小时挑战的节奏在自然堂和ELLE的微博、APP客户端等**全平台发布**，**4.16-4.29**陆续在其余视频平台和线下LED屏、电梯电视广告等渠道**持续扩散**，**5.10日**郑恺个人大片和产品大片在ELLE6月刊**上刊**。

项目执行

- **控制与管理：**项目前期由自然堂市场部来对接创意，之后移交到集团公关部来落地细化创意并执行、传播，项目由公关部统筹管理，涉及集团媒介部、战略采购部、自然堂市场部、品牌创意整合部、电商部门等集团各部门协作，同步把控内容的产出与传播，各部门分工如下：

自然堂市场部：

- 把控方案符合品牌调性、提供产品背景、科技、定位等支持

集团媒介部：

- 采购媒介资源，与ELLE、新浪微博、腾讯视频、抖音等洽谈广告资源

战略采购部：

- 确认艺人档期及资源、采购微信营销号

品牌创意整合部：

- 参与头脑风暴，提供脚本亮点的创意

电商部门：

- 配合在四大电商平台同步推广，建立产品专题页面，扩大线上销售

时间轴



预热



4.8-4.9日
花絮照
微信朋友圈预热



4.9日
郑恺托脸萌视频
郑恺官方微博发布
自然堂、ELLE官微、微信
朋友圈

托脸萌视频:

https://weibo.com/1275280670/GbjuKhx7A?refer_flag=1001030103

DAY 1 机场接机



脚本：

藏族欢迎仪式、宣告72小时挑战开始

阐述地表最强紫外线，引出自然堂防晒家族助力挑战的概念

视频链接：郑恺挑战喜马拉雅01初到高原（2018/04/10）

https://weibo.com/1863495000/GbrEty70B?from=page_1006061863495000_profile&wvr=6&mod=weibotime

植入产品：
防晒家族



DAY 1 潮晒纹身



脚本：

肌肤检测记录挑战初始数值

任务一潮晒纹身：解释UV TATTOO

视频链接：郑恺挑战喜马拉雅02潮晒纹身（2018/04/10）

https://weibo.com/1863495000/GbssU9CW5?from=page_1006061863495000_profile&wvr=6&mod=weibotime

植入产品：
防晒喷雾



DAY 1 夜宿星空下



脚本：

泡泡帐篷外宿，完善72小时概念

涂抹晒后修护

视频链接：郑恺挑战喜马拉雅03夜宿星空下（2018/04/10）

https://weibo.com/1863495000/Gbtqznm1?from=page_1006061863495000_profile&wvr=6&mod=weibotime

植入产品：
晒后修护



DAY 2 晨起骑行



脚本：

帐篷里翻找防晒、骑行必带防晒的科普

藏香猪空镜

视频链接：郑恺挑战喜马拉雅04晨起骑行（2018/04/11）

https://weibo.com/1863495000/Gbywf0ezZ?from=page_1006061863495000_profile&wvr=6&mod=weibotime

植入产品：
水感防晒



DAY 2 工布响箭



脚本：

任务二后羿射日：挑战工布响箭，9次中靶

郑恺多次射不中，挫败，防晒喷雾拯救暴晒下的郑恺

视频链接：郑恺挑战喜马拉雅05工布响箭（2018/04/11）

https://weibo.com/1863495000/GbAuWqQ3h?from=page_1006061863495000_profile&wvr=6&mod=weibotime

植入产品：
防晒喷雾



DAY 2 高原捉鸡



脚本：

捉鸡的空镜体现鸡飞狗跳的综艺感

郑恺捉鸡屡次失败，休息中补防晒，补完防晒战斗力升级

视频链接：郑恺挑战喜马拉雅06高原捉鸡（2018/04/11）

https://weibo.com/1863495000/GbCBMB3EV?from=page_1006061863495000_profile&wvr=6&mod=weibotime

植入产品：
30倍主推防晒



DAY 3 种草喜马拉雅



脚本：

任务三种草喜马拉雅：独立完成3亩公益种植园播种

花字体现任务艰巨、暴晒时间长，体现综艺感；变色防晒提醒补涂

视频链接：郑恺挑战喜马拉雅07种草喜马拉雅（2018/04/12）

https://weibo.com/1863495000/GbJ8JFNWk?from=page_1006061863495000_profile&wvr=6&mod=weibotime

植入产品：

30倍主推防晒



DAY 3 时尚大片



脚本：

拍摄大片的花絮

50倍防晒做底妆的化妆镜头、拍大片的过程中补涂防晒

视频链接：郑恺挑战喜马拉雅08时尚大片（2018/04/12）

https://weibo.com/1863495000/GbJVrjc8g?from=page_1006061863495000_profile&wvr=6&mod=weibotime

植入产品：

50倍防晒精华霜

水感防晒

防晒喷雾



DAY 3 再见！喜马拉雅



脚本：

UV TATTOO 效果展示

肌肤检测不DAY1的检测对比 验证防晒功效

去而复返再次引出防晒，科普飞机上也要防晒

视频链接：郑恺挑战喜马拉雅09再见喜马拉雅（2018/04/12）

https://weibo.com/1863495000/GbLuR9fGG?from=page_1006061863495000_profile&wvr=6&mod=weibotime

植入产品：
30倍主推防晒



DAY 4 集合视频



脚本：

72小时视频的汇总，通过星空和日出的延时变幻来体现3天的时间概念，选取每段视频中精彩的瞬间做成花絮汇总

视频链接：郑恺挑战喜马拉雅集合视频（2018/04/16）：

https://weibo.com/1863495000/Gck40gGRz?from=page_1006061863495000_profile&wvr=6&mod=weibotime

植入产品：
防晒家族



DAY 4 种草机评测视频

最强防晒
王牌PK



脚本：

将三款主推防晒从防水度、水润度、粘腻度、搓泥度、

温和度、泛白度、防晒度、流动性8个维度评测；

通过示范简单科普三款产品的使用方法

视频链接：ELLE种草机视频（2018/04/13）

<https://weibo.com/1684446114/GbU0V4SgC?type=comment>

植入产品：

30倍主推防晒

水感防晒

防晒喷雾



郑恺在喜马拉雅晒太阳之BGM有毒系列



脚本：

根据B站的调性，迎合鬼畜类视频很受欢迎的趋势，与娱乐营销媒体合作剪辑了偏鬼畜风格的视频，用不同的常见BGM结合视频，“恶搞”视频。

视频链接：郑恺在喜马拉雅晒太阳之BGM有毒系列

http://www.iqiyi.com/v_19rrc6pc9s.html

植入产品：
30倍主推防晒
水感防晒
防晒喷雾





拍摄花絮精彩露出一人物大片

拍摄花絮精彩露出一静物大片



-效果评估-



自然堂72小时挑战喜马拉雅传播总结

现场效果：集团公关部的工作人员提前一周前往喜马拉雅踩点，完成场地搭建工作，同时亲测自然堂防晒家族防晒力，确保拍摄的可行性，并为可能出现的状况准备预案。活动现场拍摄顺利，虽然一度下雪中断拍摄，但由于**预案的充分准备**，提前完成了大量空境的拍摄，从而确保了拍摄的顺利完成。

受众反应：舆情层面，郑恺粉丝反馈良好，尤其是微博粉丝通的投放精准触达郑恺的粉丝，粉丝通的曝光量达标率月105%，溢出1248个CPM，**粉丝互动成本仅0.59元，远低于大盘视频类互动参考成本1元**。同时，在活动拍摄中，路人的围观晒图得到了郑恺粉丝的积极反馈，**#西藏偶遇郑恺#甚至自发登上微博热搜**，在传播正式开始前就吸引了大量关注。

自然堂72小时挑战喜马拉雅传播总结

市场反应：防晒全品类的市场表现远超出预期，30倍防晒、防晒喷雾和50倍防晒作为升级版防晒均达成去年同期约两倍的销量。新品水感防晒以轻薄水润的特性深受消费者欢迎，成为全新防晒家族的明星产品。同时，通过ELLE种草机的产品评测视频，从粘腻度、延展性、防水性、防晒力等各种角度展示了产品，产品的高性价比赢得消费者的好评。

传播效果：通过传播内容的精心策划和传播平台的合理选择，本次活动传播效果远超预期，本次活动项目预算为600万，活动曝光量KPI为1.5亿，最终媒体总曝光量达3.38亿，超过目标225%，媒体总价值达1.25亿；微博总声量达到201,517,288，超出预期217.4%；腾讯视频KPI预计为25461个点击，实际点击为77151，点击达标率300%。



- 媒体传播效果 -

投放汇总

郑恺72小时挑战喜马拉雅，真人实测自然堂最强防晒

媒体总曝光量：**337,875,792**

媒体总价值：RMB **125,488,500**

媒体曝光：总计 **398** 家媒体报道

平面媒体 2 篇
价值：RMB 4,060,000
曝光量：3,105,000

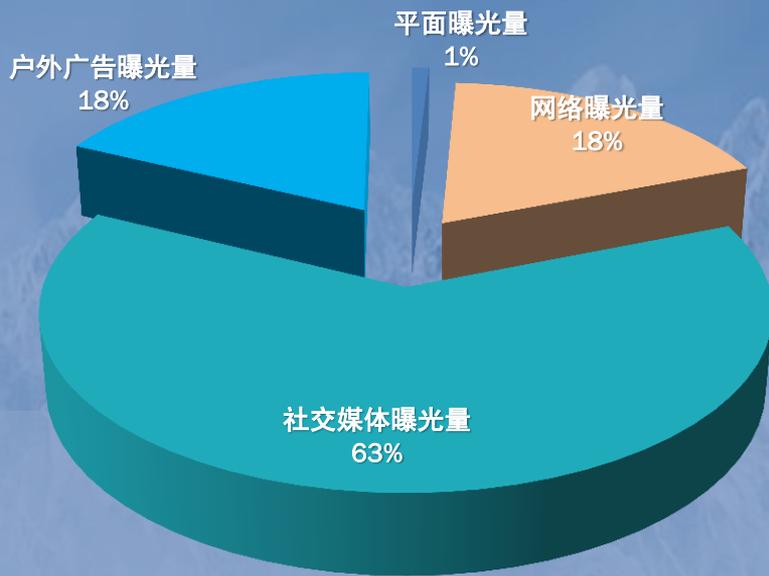
网络媒体 146 篇
价值：RMB 7,068,000
曝光量：61,465,253

社交媒体 246 篇
价值：RMB 108,782,000
曝光量：213,005,539

户外广告 4 篇
价值：RMB 5,578,500
曝光量：60,300,000

备注：社交媒体含（微信，微博，视频）媒体

投放汇总



□平面曝光量 3,105,000

□网络曝光量 61,465,253

□社交媒体曝光量 213,005,539

□户外广告曝光量 60,300,000

备注：社交媒体含微信，微博，视频媒体，其中视频总曝光量为**37,319,783**次，但因秒拍播放量部分与微博重复，所以未计入其中

- 平面媒体露出概况 -

媒体曝光：总计

2

家媒体报道

平面曝光量：

3,105,000

部分平面媒体露出分享

环球时报

在2018年4月23号刊
得到1P的曝光，价值
达81.2万，发行量
138万

2018年4月23日 星期一
第1385期 第1版 总第1385期

品牌 B5

郑恺 72小时挑战喜马拉雅 真人实测自然堂最强防晒

挑战喜马拉雅 真人实测自然堂最强防晒

郑恺，一位演员，一位综艺咖，一位综艺咖，一位综艺咖... 在喜马拉雅山脉，他挑战了72小时的极限挑战。在这过程中，他测试了自然堂最强防晒产品的效果。在海拔5000米的高原，紫外线强度是海平面的10倍。自然堂最强防晒产品，能够有效抵御强紫外线的侵害，保护肌肤免受晒伤。郑恺在挑战过程中，多次使用该产品，并分享了他的使用心得。他表示，这款产品不仅防晒效果好，而且质地轻薄，易于涂抹，非常适合户外运动使用。自然堂最强防晒产品，是您户外出行的最佳选择。

郑恺成为最佳骑行者，挑战登顶反欧欧欧欧欧

郑恺在挑战过程中，不仅测试了防晒产品，还完成了多项极限挑战。他成为了最佳骑行者，挑战了登顶反欧欧欧欧欧。在挑战过程中，他遇到了许多困难，但他始终没有放弃。他凭借顽强的毅力和不懈的努力，最终完成了挑战。他的成功证明了自然堂最强防晒产品的卓越性能，也证明了人类挑战极限的决心和勇气。

郑恺在挑战过程中，多次使用自然堂最强防晒产品。他表示，这款产品不仅防晒效果好，而且质地轻薄，易于涂抹，非常适合户外运动使用。自然堂最强防晒产品，是您户外出行的最佳选择。

平面媒体杂志露出-ELLE

beauty promotion

72小时挑战喜马拉雅

72小时挑战喜马拉雅，这是一场挑战极限的旅程。在海拔5000米的喜马拉雅山麓，面对刺骨的寒风和强烈的紫外线，如何保持肌肤的水润与光泽？SHANBO防晒霜成为你不可或缺的护肤利器。它采用天然植物成分，质地轻薄，一抹即化，能迅速形成保护膜，抵御紫外线侵害，让你在壮丽山河中尽享自然之美。

beauty promotion

72小时挑战喜马拉雅

防晒不伤，晒不伤。SHANBO防晒霜，让你在壮丽山河中尽享自然之美。它采用天然植物成分，质地轻薄，一抹即化，能迅速形成保护膜，抵御紫外线侵害，让你在壮丽山河中尽享自然之美。

beauty promotion

72小时挑战喜马拉雅

防晒不伤，晒不伤。SHANBO防晒霜，让你在壮丽山河中尽享自然之美。它采用天然植物成分，质地轻薄，一抹即化，能迅速形成保护膜，抵御紫外线侵害，让你在壮丽山河中尽享自然之美。

beauty promotion

72小时挑战喜马拉雅

防晒不伤，晒不伤。SHANBO防晒霜，让你在壮丽山河中尽享自然之美。它采用天然植物成分，质地轻薄，一抹即化，能迅速形成保护膜，抵御紫外线侵害，让你在壮丽山河中尽享自然之美。

ELLE 世界时装之苑

➢在2018年6月刊得到8P的曝光，价值达324.8万，发行量172.5万

在这场别开生面的极地真人实测后，其实是一次关于自然之美的奥秘解锁。

- 网络媒体露出概况 -

媒体曝光：总计 **146** 家媒体报道

网络曝光量：**61,465,253**

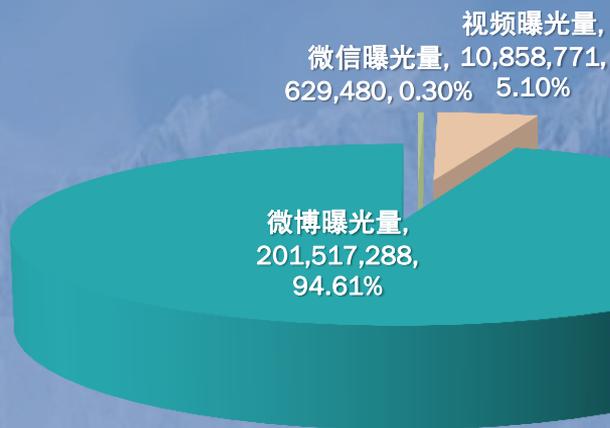
- 社交媒体露出概况 -

媒体曝光：总计 **246** 家媒体报道

网络曝光量：**213,005,539**

社交媒体总曝光量分析

社交媒体含（微信，微博，视频）媒体



□ 总曝光量 213,005,539

□ 微博曝光量 201,517,288

□ 视频曝光量 10,858,771

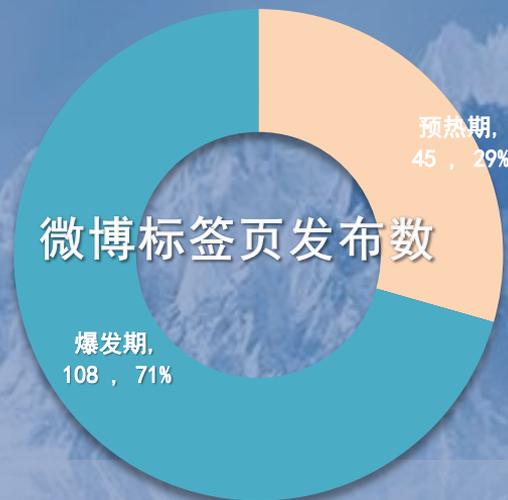
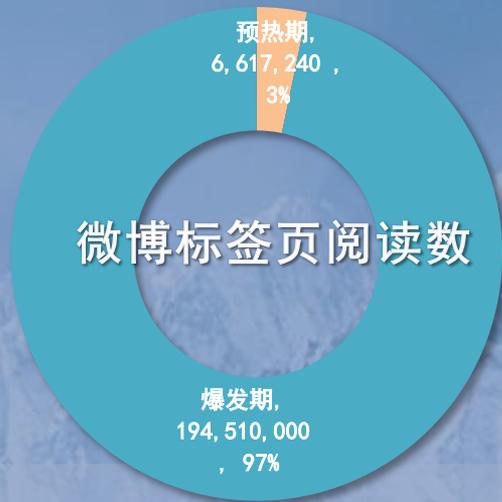
□ 微信曝光量 629,480

备注：视频总曝光量为**37,319,783**次，但因秒拍播放量可能与微博重复，所以未计入其中

01 微博媒体露出情况

微博曝光量达到：**201,517,288**

微博标签页72小时防晒挑战喜马拉雅项目阅读数分析



- 预热期：微博发布：45条，标签页阅读数：6,617,240
- 爆发期：微博发布：108条，标签页阅读数：194,510,000

微博标签页曝光量数据截图分享

郑恺72小时挑战喜马拉雅防晒项目#郑恺挑战喜马拉雅#话题页数据 **140,029,000**

The screenshot shows the Weibo topic page for '#郑恺挑战喜马拉雅#'. At the top, there is a banner for '72小时挑战喜马拉雅' (72-hour challenge of Himalayas) featuring a CHANDO sunscreen product and a photo of actor Zheng Kai. Below the banner, the topic name '#郑恺挑战喜马拉雅#' is displayed with options to '发微博' (post), '+ 关注' (follow), and '分享' (share). Navigation tabs include '话题主页' (topic home), '精华' (essence), '视频' (video), '相册' (album), and '话题榜' (topic ranking). At the bottom, a statistics box is highlighted with a red border, showing: 1.4亿阅读 (140 million reads), 2.9万讨论 (29,000 discussions), and 307粉丝 (307 followers). The topic host is listed as '话题主持人'.

1.4亿 阅读	2.9万 讨论	307 粉丝
------------	------------	-----------

- 微博总转发数：28,385
- 微博总评论数：21,743
- 微博总赞数：124,398

微博标签页曝光量数据截图分享

郑恺72小时挑战喜马拉雅防晒项目#自然堂防晒家族#话题页数据 **54,481,000**

The screenshot shows the Weibo topic page for #自然堂防晒家族#. At the top, there is a banner image with text. Below the banner, the topic name is displayed along with buttons for '+ 创建超话', '+ 发微博', '+ 关注', and '申请主持人'. A navigation bar includes '话题主页', '精华', '视频', '相册', and '话题榜'. A statistics box is highlighted with a red border, showing: 5439.5万 阅读, 8.6万 讨论, and 7 粉丝. Below this is a '添加粉丝群' button.

5439.5万	8.6万	7
阅读	讨论	粉丝

- 微博总转发数：3,384
- 微博总评论数：3,345
- 微博总赞数：1,302

预热郑恺72小时挑战喜马拉雅防晒项目#西藏偶遇郑恺#话题页数据 **6,617,240**

The screenshot shows the Weibo topic page for #西藏偶遇郑恺#. It features a banner image, the topic name, and buttons for '+ 创建超话', '+ 发微博', '+ 关注', and '竞争主持人'. The navigation bar includes '话题主页', '精华', '视频', '相册', and '话题榜'. A statistics box is highlighted with a red border, showing: 661.6万 阅读, 1240 讨论, and 3 粉丝. Below this is a '话题主持人' button.

661.6万	1240	3
阅读	讨论	粉丝

- 微博总转发数：9,283
- 微博总评论数：9,345
- 微博总赞数：188,863

投放概述-郑凯72小时挑战喜马拉雅

投放时间
1天 (4.9)

粉丝头条



投放形式：文字+外链

投放时间
1天 (4.9)

娱乐营销账号原发 (配送)



投放形式：文字

投放时间
1天 (4.10)

热门话题



曝光量：3539.79万次

投放时间
1天 (4.16)

热推视频



曝光量：3134.19万次

投放时间
1天 (4.16)

粉丝通



投放形式：视频

微博投放-郑恺粉丝头条

PC+移动

预计覆盖人次: 1,100 万
实际阅读人次: 27,541.3 万
达标率约: 250%

你为TA购买的博文头条推广已完成

04-10

推广微博所属: @郑恺

推广开始时间: 2018-04-09 19:12:11

推广结束时间: 2018-04-10 19:12:11

推广微博阅读量: 27541306

[点击查看详情](#)



移动端 ios



移动端安卓



PC端

微博投放-热门话题

预估PV: 32,500,000

实际完成PV: **33,879,527**

达标率: **104.24%**

预估点击量: 50,500

实际完成点击量: **64,032**

达标率: **126.80%**

投放平台	PC端	手机端
预估日均PV	2,500,000	30,000,000
实际日均PV	2,850,722	31,028,805
预估日均点击	2,500	48,000
实际日均点击	2,795	61,237



微博投放-热推视频



手机端

预估PV: 20,000,000
实际完成PV: **28,471,273**
达标率: **143.36%**

分项数据	预估	实际
PV	20,000,000	28,471,273
视频播放数	-	5,439,791
短链点击数	-	79,429
互动数	40,000	5,531,036
互动率	-	19.43%

微博投放-粉丝通



移动端IOS



移动端安卓

KPI 预计为 25,587 个 CPM

实际完成 **26,835** 个 CPM

达标率约 **105%**

广告互动数 **732,276** 次

总互动率 **2.73%**

微博精彩露出分享-@自然堂

自然堂 CHANDO 4-8

这里是#郑恺挑战喜马拉雅#了解一下：史上第一个明星真人极地实测，夜宿喜马拉雅雪山脚下的透明帐篷泡池屋，开弓藏族传统工布响箭，独立完成2000平米的公益草场播种，在海拔4000多米的高原追逐藏香鸡，72小时无间断花式暴晒，完成三大“虐身虐心”挑战，看恺恺在自然堂防晒霜的保护下，连续72小时... 全文



挑战喜马拉雅

郑恺 【新鲜事】 郑恺最新动态追踪

2万次观看

74 67 155

自然堂 CHANDO 4-10 来自专业版微博

作为演员靠“颜值”吃饭的@郑恺，将要在拥有地表最强紫外线的喜马拉雅接受连续72小时的花式暴晒？他究竟能否经受住这花式“烤”验？看自然堂#防晒#究竟有怎样神奇的功效？一场前所未有的明星真人极地实测#郑恺挑战喜马拉雅#正式上演，让我们一起屏息期待~

自然堂CHANDO的秒拍视频



挑战喜马拉雅

郑恺 【新鲜事】 郑恺最新动态追踪

2万次观看

57 41 162

自然堂 CHANDO 4-10 来自专业版微博

“嗨、嗨、嗨.....”记录下肌肤的初始状态、贴上酷炫的UV Tattoo，#郑恺挑战喜马拉雅#第一项挑战任务——潮濕纹身开始啦，猜猜恺恺的#纹身#72小时后会怎样的图案呢？

自然堂CHANDO的秒拍视频



挑战喜马拉雅

郑恺 【新鲜事】 郑恺最新动态追踪

2万次观看

51 29 121

自然堂 CHANDO 4-12 来自微博 weibo.com

欢乐的时光总是短暂的，经过了72个小时的花式暴晒，也经历了各种“虐身虐心”的挑战。史上首个明星真人极地实测#郑恺挑战喜马拉雅#终于进入尾声了，在#自然堂防晒家族#的加持下，恺恺依然活力满满帅气逼人呢，别说才72小时，再来720小时都不怕，有了最强防晒，就是这么自信！

自然堂CHANDO的秒拍视频



挑战喜马拉雅

郑恺 【新鲜事】 郑恺最新动态追踪

1万次观看

62 38 147

自然堂 CHANDO 4-11

早安！又是阳光明媚的一天，今天又有哪些好玩的挑战在等待着#郑恺#呢？#郑恺挑战喜马拉雅#花式暴晒还在继续，赶紧跟上脚步！P.S.恺恺友情提示，户外运动，水壶、#防晒#都要记得带哦~

自然堂CHANDO的秒拍视频



挑战喜马拉雅

郑恺 【新鲜事】 郑恺最新动态追踪

1万次观看

52 49 136

自然堂 CHANDO 4-16 来自微博 weibo.com

明星真人极地实测#郑恺挑战喜马拉雅#已用9段视频引爆全网，恺恺顺利完成72小时花式暴晒终极挑战，超强防晒对抗地表超强紫外线！星空下唯美的泡泡屋，尖叫不断的高原射箭预戏，小猎豹#郑恺#贡献太多精彩瞬间还没看够？@自然堂 再送上一条福利，快来围观吧！



郑恺72小时挑战喜马拉雅

自然堂代言人郑恺在喜马拉雅花式暴晒72小时，亲身证言超强防晒！

参与

729 785 17

自然堂 CHANDO 4-11 来自微博 weibo.com

想欣赏“小猎豹”#郑恺#英俊潇洒、帅气逼人、气势磅礴、神勇无匹的“射箭”技术吗？想了解超酷炫、超拉风、超有民族特色的藏族传统工布响箭吗？快来围观#郑恺挑战喜马拉雅#，笑点不断，精彩不停！

自然堂CHANDO的秒拍视频



挑战喜马拉雅

郑恺 【新鲜事】 郑恺最新动态追踪

16万次观看

51 43 157

自然堂 CHANDO 4-10 来自微博 weibo.com

璀璨的星河流光溢彩，夜宿在#喜马拉雅#雪山脚下的透明帐篷泡泡屋，“晒晒”月亮，还是有点小浪漫呢~经过一天的旅途劳顿和烈日暴晒，皎洁清冷月光显得格外迷人，睡前别忘了做个@自然堂 晒后修护，明天，#郑恺挑战喜马拉雅#72小时真人极地实测，继续整装出发！

自然堂CHANDO的秒拍视频



挑战喜马拉雅

郑恺 【新鲜事】 郑恺最新动态追踪

1万次观看

85 38 125

自然堂 CHANDO 4-12 来自微博 weibo.com

喜马拉雅孕育着地球上最大生命力，也有世界上最美的万干色彩。2017年，为了减缓生态恶化，自然堂#种草喜马拉雅#，在日喀则亚东县种下了66万平米的绿草草防风固沙、保持水土。2018年，公益之旅还将延续，恺恺在#郑恺挑战喜马拉雅#之旅中播下了今年的第一批种子，让我们一起期待盛夏来临时，自然... 全文

自然堂CHANDO的秒拍视频



挑战喜马拉雅

郑恺 【新鲜事】 郑恺最新动态追踪

3万次观看

25 20 102

自然堂 CHANDO 4-11 来自专业版微博

#郑恺挑战喜马拉雅#精彩继续放送！在4000多米的高原，快走都要喘息，还要抓住有活力的藏香鸡？天呐，这绝对是不可能完成的任务，不过有自然堂防水防汗的雪域美白防晒防晒霜，即使大汗淋漓，防晒功效也绝不下线，活蹦乱跳的藏香鸡？地表最强紫外线？尽管放马过来！！

自然堂CHANDO的秒拍视频



挑战喜马拉雅

郑恺 【新鲜事】 郑恺最新动态追踪

3万次观看

25 20 102

微博精彩露出分享-@ELLE

ELLE 4-8 来自iPhone客户端

看过无数美妆测评? 那有没有看过在世界第三极——喜马拉雅的真人防晒实测? 4月10日起, ELLE将带你第一时间直击#郑恺挑战喜马拉雅#。带上#自然堂防晒家族#直面地表最强紫外线, 用好玩有趣的真人挑战模式为你解开最强防晒的自然奥秘!



5万+观看

377 370 310

ELLE 4-10 来自微博 weibo.com

#郑恺挑战喜马拉雅# 蓝天、白云、草原、阳光.....这就是美丽的喜马拉雅!“全副武装”的郑恺可不是来这里度假, 一场前所未有的明星真人极地实测正在等着他! 靠脸吃饭的他, 将在这里接受连续72小时不间断地表最强紫外线的挑战! 在#自然堂防晒家族#的“贴身”保护, 他究竟能否经受住这花式“烤”验? ...全文



5万+观看

362 360 135

ELLE 4-10 来自微博 weibo.com

#郑恺挑战喜马拉雅#“嗨、嗨、嗨.....”记录下肌肤状态、贴上酷炫的UV Tattoo, @郑恺的极地实测真人秀已上线! 面对地表最强紫外线不间断的花式暴晒, 恺恺还将完成怎样“虐身虐心”的挑战? #自然堂防晒家族#又是否能够“守护”住@郑恺的肌肤? 不要离开, 好戏已经开始! @ELLE的秒拍视频



5万+观看

316 315 95

ELLE 4-12 来自微博 weibo.com

#郑恺挑战喜马拉雅# 面对壮观的山峰和藏地风光, 景与人浑然天成, 不拍几张大片岂不是辜负了喜马拉雅的自然风景和@郑恺的颜值? 是时候让#自然堂防晒家族#雪润皙白防晒精华霜登场了! 优异的防晒技术, 带来更好的稳定性和耐光性; 精纯矿物粒子配方, 减少肌肤受损的同时, 还能带来自然持久的修颜...全文



4万+观看

307 312 79

ELLE 4-13 来自微博 weibo.com

蓝天、白云、雪山、田野、河流.....在喜马拉雅美丽的藏地风光之下, ELLE见证了一场前所未有的明星真人极地实测#郑恺挑战喜马拉雅#! 有了最强防晒#自然堂防晒家族#的贴身保护, @郑恺自信直面地表最强紫外线, 72小时不间断在各种“虐身虐心”极限挑战的花式暴晒之后, 颜值依旧在线, 为最强防晒证...全文



5万+观看

308 308 65

ELLE 4-11 来自微博 weibo.com

#郑恺挑战喜马拉雅# 神话中, 后羿曾用箭射下了9个太阳, 但在喜马拉雅高原上, 仅存的那个太阳也让人备受“烤”验。@郑恺的射箭姿势帅气逼人, 却也无法逃脱挑战失败的命运, 无线3小时的阴凉时光, 只能喷上#自然堂防晒家族#的雪域美白轻盈身体防晒乳, 独特细腻的微粒喷雾, 为肌肤撑起天然防晒...全文



5万+观看

325 331 68

ELLE 4-11 来自微博 weibo.com

#郑恺挑战喜马拉雅# 刚完成射箭挑战, @郑恺又在海拔近4000米的高原与藏香鸡展开了“亲密接触”。烈日之下, 激烈的追逐战迎来了中场休息, 我们的恺恺也拿出了他的#自然堂防晒家族#雪域美白倍防晒霜, 即使大汗淋漓, 防晒功效也绝不下线。涂完防晒, 战斗力满满! 地表最强紫外线? 尽管放马过...全文



5万+观看

比利·林恩的中场战事

362 363 108

ELLE 4-12 来自微博 weibo.com

#郑恺挑战喜马拉雅#为了让喜马拉雅一直美下去, @郑恺的此次挑战还将在烈日之下, 独立完成2000平米的自然堂公益草场播种。日光变幻、云走云游, 忙碌的身影播撒着绿色的希望, #自然堂防晒家族#相伴一旁, 包装上的智能UV识别标签——紫色笑脸时刻提醒着他, 72小时的极限挑战还在进行中, 要继...全文



5万+观看

312 309 77

ELLE 4-10 来自微博 weibo.com

#郑恺挑战喜马拉雅#深蓝色的天空, 浩瀚星河变换着不同的模样, 躺在透明的“水晶球”中, @郑恺的挑战之夜还真有点浪漫! 睡前涂上@自然堂雪域冰肌晒后修护露, 冰冰凉凉的水漾质地, 舒缓皮肤的干燥不适, 一夜安睡过后, 皎洁迷人的月光将“变身”为最严酷热辣的紫外线, 72小时极地实测, 进行时~ ...全文



5万+观看

379 337 116

ELLE 4-12 来自微博 weibo.com

#郑恺挑战喜马拉雅# 史上首次明星真人极地防晒实测终于进入尾声, @郑恺 是否经受住了“烤”验? 答案不言而喻! 72小时不间断地与地表最强紫外线“过招”之后, 恺恺还是那个恺恺! 晒黑? 晒伤? 晒老? 在#自然堂防晒家族#的强大保护之下统统走开! 阳光、炙晒从此不再是“挑战”, 即使720小时都不怕! ...全文



5万+观看

324 322 117

微博娱乐营销号露出分享

当时我就八卦了
4-11 21:23 来自 iPhone 8 Plus
#郑恺挑战喜马拉雅# 明星极地实测！居然参与72小时实地挑战回来白！
@郑恺 看来防晒做的不错



新浪女性
4月9日 11:06 来自 微博 weibo.com
这里是#郑恺挑战喜马拉雅# 拉雅雪山脚下的透明帐篷公益专场播种，海拔4000成三大“虐身虐心”挑战，战地地表最强户外线！



八卦鲜报
4-16 20:57 来自 iPhone 6 Plus
#郑恺挑战喜马拉雅# @郑恺 72小时挑战喜马拉雅！明星极地真人实测来，晒不黑的郑恺宝宝花式被虐还笑容满满哟

娱乐有话说
4月11日 21:28 来自 iPhone客户端
#郑恺挑战喜马拉雅# 明星极地实测！居然参与72小时实地挑战回来白！
@郑恺 看来防晒做的不错



收藏 227 159 115 49

郑恺挑战喜马拉雅
4月11日 15:58 来自 微博 weibo.com
这是郑恺的户外挑战直播了！了解一下！史上第一个明星真人极地实测，挑战喜马拉雅雪山脚下的透明帐篷公益专场播种，海拔4000成三大“虐身虐心”挑战，战地地表最强户外线！



热门微创意
4-16 19:41 来自 OPPO智能手机
#郑恺挑战喜马拉雅# @郑恺 72小时挑战喜马拉雅！明星极地真人实测！看来，晒不黑的郑恺宝宝花式被虐还笑容满满哟



134

搜狐娱乐
4月3日 21:43 来自 搜狗高速浏览器

【西藏偶遇郑恺】今天，有网友晒出在西藏偶遇郑恺的照片，照片中郑恺身穿蓝色冲锋衣搭配黑色马甲，手拉弓箭，十分帅气。而在路人偶遇郑恺的同时，郑恺的粉丝却在偶遇江疏影，果然偶遇的都是路人，就是遇不到自家宝贝啊~



全娱乐沸点
4-16 21:04 来自 iPhone客户端

#郑恺挑战喜马拉雅# @郑恺 72小时挑战喜马拉雅！明星极地真人实测来，晒不黑的郑恺宝宝花式被虐还笑容满满哟



107 48

全娱乐榜
4-11 21:23 来自 iPhone客户端
#郑恺挑战喜马拉雅# 明星极地实测！居然参与72小时实地挑战回来后还那么白！
@郑恺 看来防晒做的不错



卫视收视率
4-16 21:14 来自 iPhone客户端
#郑恺挑战喜马拉雅# @郑恺 72小时挑战喜马拉雅！来，晒不黑的郑恺宝宝花式被虐还笑容满满哟

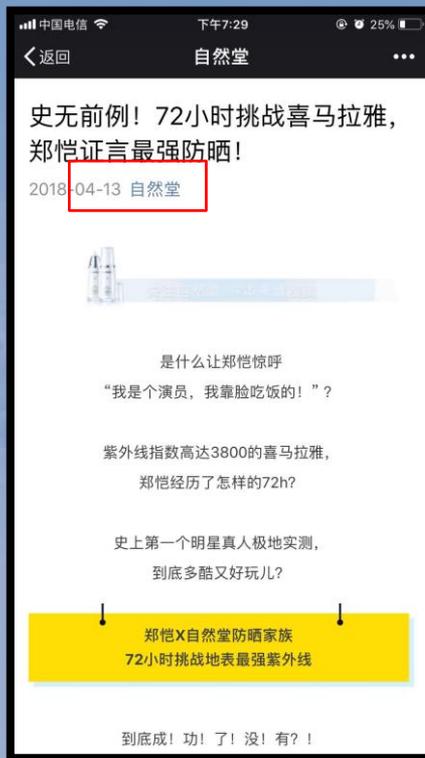


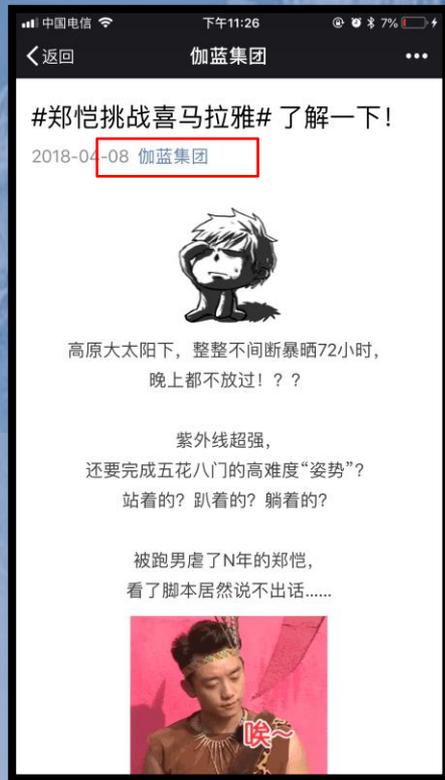
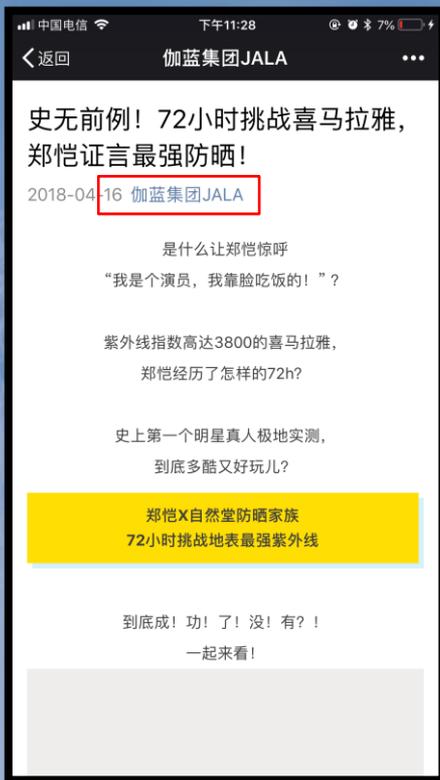
147

02 微信露出情况

微信曝光量达到：**629,480**

自然堂官方微信露出





ELLE露出分享



行业媒体露出分享



► 化妆品报、化妆品观察、化妆品财经在线、聚美丽、C2CC、青眼、媒介360、美通社、中国广告、广告导报、麦迪逊邦，共计发稿11篇，阅读量共计34,679

微信大号-八卦、旅游微信投放



➢ 执行周期：2018年4月10日-4月12日

➢ 投放内容：自然堂72小时挑战喜马拉雅活动

➢ 投放金额：13万元整

➢ KPI完成率：149%

➢ 小结：八卦类的账号从流量明星郑恺的荧屏热播角色、星路历程、综艺表现切入；旅游类的账号从喜马拉雅的自然风光着手，符合KOL自身粉丝的阅读兴趣，推广效果良好，总阅读量超44万次。

娱乐营销微信投放



代理经销商微信发布分享



➢自然堂经销商俱乐部、自然堂美妆店BA微课堂、自然堂南通泰州事业部、自然堂培训部、鹏越商贸、悦美名妆城、浙江金庄、新丰联百货、董氏妆园、东城化妆品有限公司、鑫人公司、精彩尚宜、金华天羽、吉林省大宫商贸有限公司等自然堂官方或代理商经销商官方微信号同步发稿，共计发稿**282**篇，阅读量共计**57,591**

部分朋友圈分享



首次尝试剪辑10s小视频在朋友圈逐层传播，以新颖的传播方式以及郑凯带来明星效应，为此次活动带来不少的曝光率。

03 视频露出情况

视频曝光量达到：

37,319,783

备注：视频总曝光量为**37,319,783**次，但因秒拍播放量26,461,012可能与微博重复，所以前面未计入总曝光量中

腾讯视频投放分享



➢ 投放曝光量KPI预计为 8,547,000 个曝光, 实际**9,778,740**个曝光, 曝光达标率约 **114%**
➢ KPI预计为 25,641 个点击, 实际点击为 77,151, 点击达标率为 **300%**

腾讯视频自然堂官方账号发布分享



腾讯视频自然堂官方账号
首次建立视频专辑页面
与自然堂微博同步首发，
10支视频共计达到
266,201次曝光

< 返回专辑列表

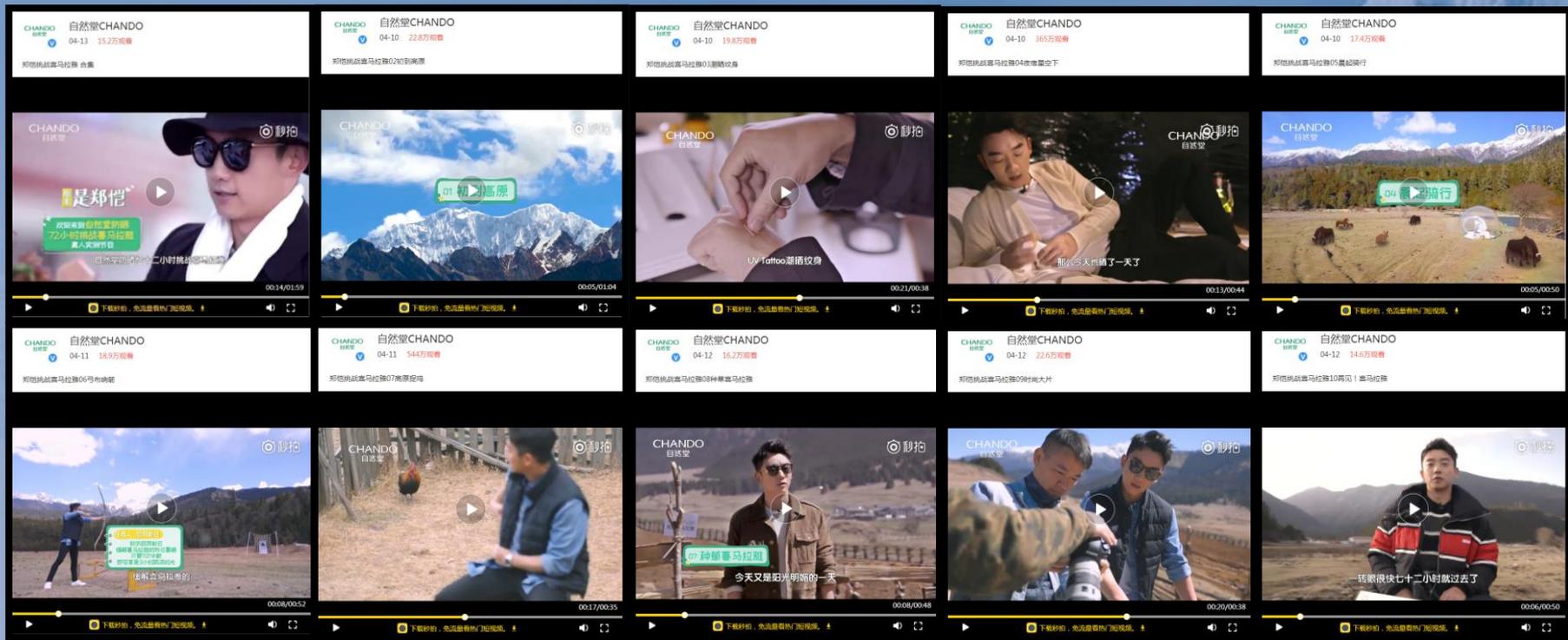
郑恺72小时挑战喜马拉雅

共10个视频

史上第一个明星真人极地实测活动，自然堂代言人郑恺前往拥有地表最强紫外线的世界第三极喜马拉雅，夜宿雪山脚下的透明帐篷泡泡屋、开弓工布响箭、播种自然堂公益草场，72小时不间断花式暴晒，亲身实测自然堂防晒产品的功效，证言最强防晒。

- | | | | | | |
|--|--|---|--|---|--|
|  <p>01:04
#郑恺挑战喜马拉雅#02
初到高原
6203 2018-04-10</p> |  <p>00:38
#郑恺挑战喜马拉雅#03
潮晒纹身
4874 2018-04-10</p> |  <p>00:44
#郑恺挑战喜马拉雅#04
夜宿星空下
4435 2018-04-10</p> |  <p>00:50
#郑恺挑战喜马拉雅#05
晨起骑行
7599 2018-04-11</p> |  <p>00:52
#郑恺挑战喜马拉雅#06
弓布响箭
7194 2018-04-11</p> |  <p>00:35
#郑恺挑战喜马拉雅#07
高原捉鸡
7522 2018-04-11</p> |
|  <p>00:48
#郑恺挑战喜马拉雅#08
种草喜马拉雅
5593 2018-04-12</p> |  <p>00:38
#郑恺挑战喜马拉雅#09
时尚大片
6435 2018-04-12</p> |  <p>00:50
#郑恺挑战喜马拉雅#10
再见！喜马拉雅
7324 2018-04-12</p> |  <p>01:59
#郑恺挑战喜马拉雅#
合集
20.9万 2018-04-13</p> | | |

秒拍自然堂官方账号发布分享



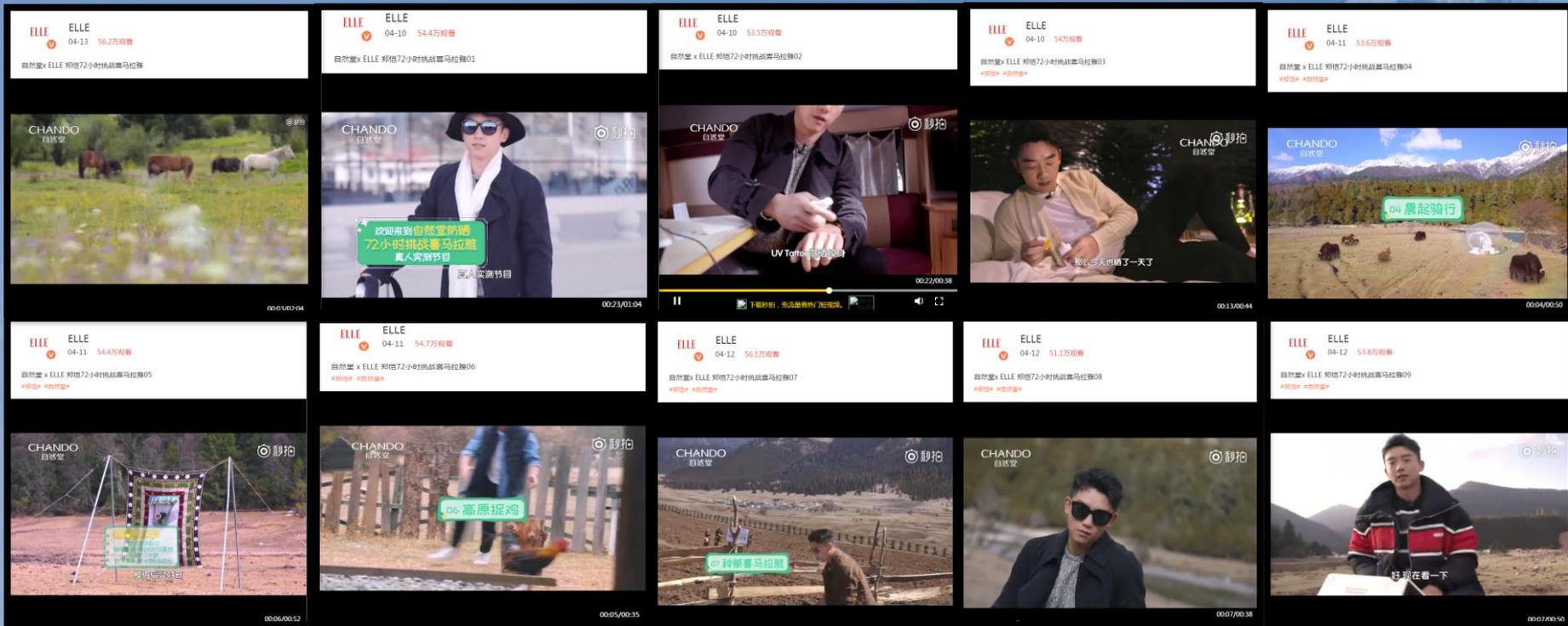
➢ 1支完整版视频 (2min) + 10支短视频 (30s-1min)

➢ 发布日期为4月10-4月13日

➢ 秒拍播放次数共计 **20,516,000**

*因可能与微博阅读量重复统计，所以未算到总曝光量中

秒拍ELLE官方账号发布分享



- 1支完整版视频 (2min) + 9支短视频 (30s-1min)
- 发布日期为4月10-4月13日
- 秒拍播放次数共计**5,399,000**

美拍SuperELLE官方账号发布分享

SuperELLE Lv15
美拍ID: 1022025896

SUPER ELLE

被赞 246.9万次

77.3万 粉丝 38 关注

粉丝榜 + 关注

ELLE旗下的超媒体平台：视频、音频、杂志、社交网络。

美拍 813

SuperELLE 3分钟前

CHANDO 自然堂

#郑恺挑战喜马拉雅# 蓝天、白云、草原、阳光.....这就是美丽的喜马拉雅！“全副武装”的郑恺可不是来这里度假，一场前所未有的挑战正在等着他！

61587播放 04-27 16:13
#郑恺挑战喜马拉雅# 蓝天、白云、草原、阳光.....这就是美丽的喜马拉雅！“全副武装”的郑恺可不是来这里度假，一场前所未有的挑战正在等着他！一场前所未有的挑战正在等着他！一场前所未有的挑战正在等着他！

68539播放 05-01 11:58
迎难而上，郑恺的射箭姿势尽显帅气逼人，却也无法逃脱挑战失败的命运，无谓3小时的阳光暴晒，还好有#自然堂防晒家私#的雪域美白轻盈身体防晒霜！

66821播放 04-30
沐浴在金色的阳光下，新一天的挑战正在等待着郑恺！出门第一件事，当然是#自然堂防晒家私#的水部防晒冰霜了，以喜马拉雅高原的天然冰肌散霜雪花霜大而又神秘的修复能量，为肌肤带来水润轻盈、冰肌水润的呵护。

76410播放 04-29 11:59
深蓝色的天空，浩瀚星河变换着不同的模样，躺在透明的水晶球中，郑恺的挑战之夜还真有点浪漫！睡梦中自然堂雪域冰肌防晒修护霜，一夜安睡过后，皎洁迷人的月光将“变身”为最严酷的紫外线，72小时挑战实录，敬请期待！

52134播放 04-28 11:59
回家下高铁状态，戴上墨镜的AV Chando，郑恺的帅气真是#已上线！面对郑恺家私家私不同的方式挑战，但怎么会有这样是身心空空的挑战？#自然堂防晒家私#又是谁帮你“守护”郑恺的挑战？

11557播放 05-02 11:59
南方的挑战挑战，郑恺又在海拔近4000米的高原与雄鹰展开了“亲密接触”，烈日之下，我们的信仰也拿出了他的#自然堂防晒家私#雪域美白倍护防晒霜，挑战极限，战斗力满满！挑战最强前线？尽管放马过来！

50313播放 05-04 11:59
面对壮观的山峰和藏地风光，真与天无二，不怕几张大片也不是重点了，喜马拉雅的自然风光和郑恺的颜值？是时候让#自然堂防晒家私#雪域美白倍护防晒霜#高倍倍了！

43779播放 今天10:59
史上首次明星真人实地挑战进入到尾声，郑恺是否已经坐住了“烤”验？答案不言而喻！72小时不间断地与地球最强前线“过招”之后，他依然是那个相信！晒黑？晒老？在#自然堂防晒家私#的强大保护之下统统击退！

- 10支短视频（30s-1min）
- 发布日期为4月27-5月05日
- 美拍播放次数共计**736,676**

- 2支长视频（完整版72小时、种草机）于ELLEPlus上线
- 上线日期4月13日-4月14日



#短片 / 02'04"

自然堂x ELLE 郑恺挑战喜马拉雅

蓝天、白云、雪山、田野、河流……在喜马拉雅美丽的藏地风光之下，ELLE见证了一场前所未有的明星真人极地实测#郑恺挑战喜马拉雅#! 有了最强防晒#自然堂防晒家族#的贴身保护，@郑恺 自信直面地表最强紫外线，为最强防晒证言!



#美容 / 01'16"

ELLE种草机 | 最强防晒 王牌PK

只有能扛过世界第三极喜马拉雅、地表最强紫外线的防晒霜，才能称得上真正的最强防晒。经过72小时挑战喜马拉雅的重重考验，顺利达标晒不黑、晒不老、晒不伤的自然堂雪域防晒系列，在ELLE种草机来一次大内斗，看看谁才是强者中的强者!

淘宝SuperELLE官方账号发布分享

- 1支短视频（K.O地表最强紫外线的防晒了解一下！）于淘宝app-SuperELLE上线
- 上线日期4月26日



04月26日 19:38

K.O地表最强紫外线的防晒了解一下！

提问：怎样的防晒才是最强防晒？回答：能扛过世界第三极喜马拉雅、地表最强紫外线的防晒霜，才能...



185阅读

0 0

04月26日 17:30

俘获小奶狗陈伟霆，看秦海璐女王霸气穿搭

在南方有乔木中，霸道女大佬安宁，公开狂撩陈伟霆，让人心肝脾肺肾都感觉到痒痒。在现实生活中，...



世界第三极喜马拉雅、地表最强紫外线的防晒霜，才能称得上真正的最强防晒！听说#自然堂防晒家族#扛过了72小时挑战喜马拉雅的重重考验？#ELLE种草机#这就带你近距离了解一下~



自然堂雪域美白倍护防晒霜SPF30/PA++遮瑕防水防汗专柜正

¥89



自然堂雪域身体防晒乳喷雾型SPF30/PA++户外沙滩隔离防晒

¥118

遮瑕 CHANDO/自然堂 隔离防晒霜

防晒霜 化妆教程 专柜正品

我也有话说



评论



收藏



点赞

郑恺在喜马拉雅晒太阳之BGM有毒系列视频分享



播放量：6,390



播放量：3,528



播放量：2,816

-电商平台-



四大电商平台，全面曝光郑恺KV及郑恺挑战喜马拉雅活动



其中，自然堂天猫旗舰店3月1日起店铺首页焦点图上线

仅自然堂旗舰店首页及微淘曝光量：**2000万+**

数据统计时间段：3月1日-4月30日





01 天猫旗舰店宣传

自然堂天猫旗舰店 - 首页焦点图&品专

- 淘宝公域搜索自然堂，品牌专区
- PC&无线端 焦点图（3月1日开始上线）



自然堂天猫旗舰店 - 互动吧



自然堂天猫旗舰店 - 微淘 (4月7日-4月17日)



自然堂天猫旗舰店 - 商品页面

TFBOYS同款
补水保湿 防晒护肤

72小时
挑战喜马拉雅

防晒护肤 补水保湿 防晒护肤

夏季防晒尊享两重礼

一重礼
赠
一片面膜

全新升级
防晒科技

注：每天早晚涂一次，避免在过干环境中。

- > 多重隔离防晒乳SPF35详情页
- > 雪域倍护防晒霜SPF30详情页

自然堂雪域身体防晒乳喷雾SPF30/PA++ 学生户外防晒隔离防晒乳

¥88.00

立即购买

加入购物车

- > 多重隔离防晒乳SPF35
- > 水感防晒冰凝乳SPF30 PA++
- > 雪润防晒霜SPF50 PA+++
- > 雪域倍护防晒霜SPF30
- > 雪域身体防晒乳喷雾型SPF30 PA++

自然堂雪域身体防晒乳喷雾SPF35 户外防晒全身防晒 女学生隔离防晒

¥54.00

立即购买

加入购物车

自然堂雪域身体防晒乳喷雾SPF30 女学生户外防晒全身防晒 防晒水

¥88.00

立即购买

加入购物车

自然堂雪域防晒霜SPF50/PA+++ 学生补水保湿少女户外防晒隔离防晒乳

¥134.00

立即购买

加入购物车

自然堂天猫旗舰店—合辑&天猫超市产品详情页



➢ 无线端-自然堂旗舰店首页-合辑（左图）

➢ 自然堂天猫超市产品详情页（右图）



02 京东



➢ 京东店铺“动态”中呈现视频素材，并同步到“发现”频道中

➢ 将针对防晒产品设计一个二级页，将产品与视频联合

自然堂京东POP



➢ 店铺“动态”中呈现相关图片素材, 后续同步在“发现”频道中

03 唯品会&聚美优品露出



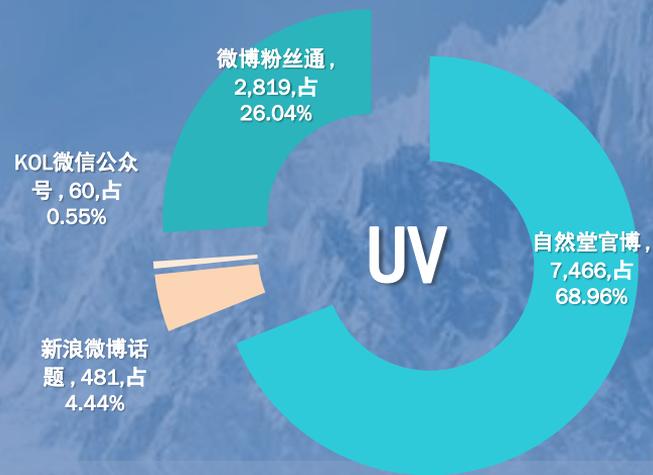
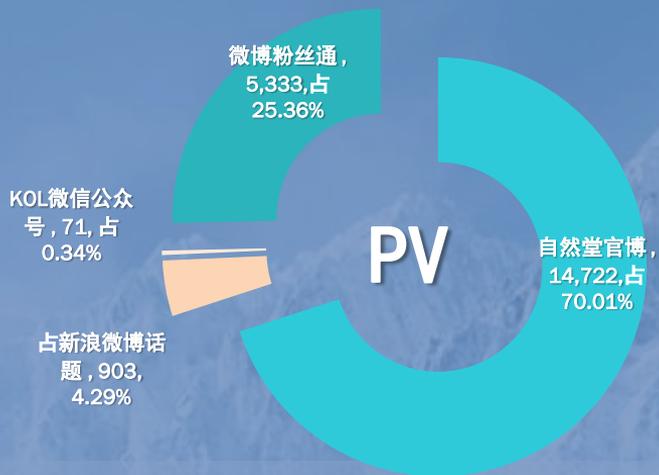
唯品会—从4月16号开始，APP档期页面呈现视频素材





聚美—“逛逛-潮友圈”中首推呈现视频素材

微博视频跳转天猫旗舰店防晒页数据



名称	外媒推广页面PV	外媒推广页面UV
自然堂官博	14,722	7,466
新浪微博话题	903	481
KOL微信公众号	71	60
微博粉丝通	5,333	2,819

-户外广告-

媒体曝光：总计

4

家媒体报道

户外广告曝光量：

60,300,000

户外广告—LED屏



深圳东门步行街
30秒/120次/天
4月23-29日 (1周)
曝光量: 1.4千万
刊例总价: 54万

LED

东门步行街LED
Luohu East Street

媒体位置	媒体形式	媒体规格	亮屏时间	2023
深圳市罗湖区东门街道东门中心城	P10全彩LED屏 (分辨率: 4800*11376(W))	5m(H)*14.33m(W)=72㎡	10:00-22:00	2023



点位优势

1. 位于深圳中、高端、品质商圈核心步行街——东门步行街。
2. 位于东门步行街南口与东门中心城。
3. 深圳第一个超大型LED户外广告。
4. 正对“深圳中最高品质”的“第一”大型百货商场。
5. 正对“深圳最高品质”的“第一”大型百货商场。



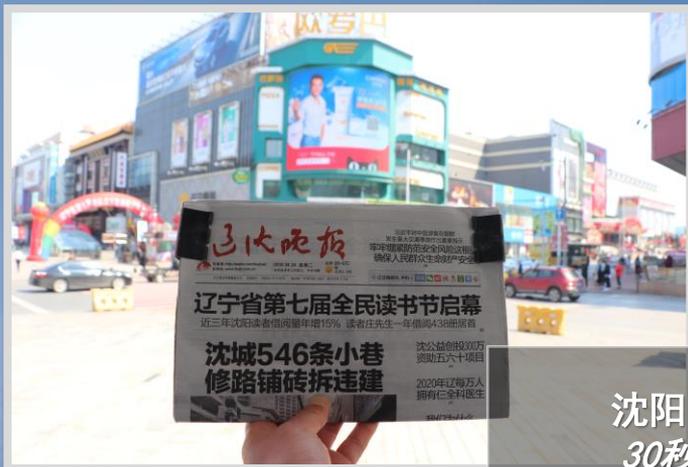
刊例价
18万/周 (15秒, 60次/天)
27万/周 (15秒, 120次/天)

点击查看全景地图

部分客户案例



户外广告—LED屏



沈阳中街步行街
30秒/120次/天

4月23-29日 (1周)
曝光量: 0.42千万
刊例总价: 4.25万

资源投放 20块户外大型LED

媒体编号	中国步行街以纯LED媒体	媒体形式	LED屏
媒体尺寸(单位cm)	12米 X 13.9米 = 166	楼宇	东北
媒体位置	中国步行街与朝阳桥交汇处——以纯专卖店楼后		
刊例价	4.25万 (12000/1800/周)	档期	随时
有效播放时段	1000h	人流量/车流量	60万/30万
交通/开播时间	9:00	使用时间	7:00-22:00

1. 中街路与朝阳桥交叉处路口, 中街步行街是沈阳最大步行商业街, 也是国内最长步行街, 购物商场林立, 人车流量大。
2. 该媒体位于步行道的中心位置, 呈中心最繁华的节点, 可覆盖熙熙攘攘日均数十万的过路人流量。
3. 媒体位置高, 视角基本保持平行, 视觉冲击力极强, LED大屏更显示广告内容每个画面时长的快速滚动, 完全满足企业品牌视觉冲击力, 该媒体无论是在位置, 效果和视觉冲击力上, 都是沈阳首屈一指户外媒体。



户外广告—LED屏



2018 04 20
上海徐家汇太平洋
018上海(国际)花展-花漾徐家汇 15秒/120次/天

上海徐家汇太平洋百货
 A-SH-SH-002

版本: 15" 发布次数: 120

4月23-29日 (1周)

曝光量: 1.71千万
 刊例总价: 51.6万



媒体优势

■ 位于上海最繁华商圈之一的徐家汇中心COCOA, 毗邻南京西路、淮海路, 辐射川路交汇处, 周边为政府机关、购物中心和东方商厦、港汇广场等

■ 位置醒目且通畅

■ 正对人、车行进方向, 视觉冲击力

媒体位置: 上海徐家汇太平洋百货

媒体规格: 14.08米(宽) x 16.32米(高) = 230平方米

播放时间: 9:00 - 23:00

日媒体接触人次: 2,446 + (单位:千人)

户外广告—分众电梯电视



沈阳电梯电视4屏联动

15秒/60次/天

15秒480次/1周

曝光量：25,000,000

刊例总价：448万





THANKS!