

The background of the image is a composite illustration. On the left, a large, red, bean-like character with a determined expression and a mechanical arm is shown. On the right, a yellow bean-like character with large eyes and a blue headset is depicted. Both characters are set against a backdrop of a futuristic city skyline at night, featuring various skyscrapers and a large, glowing circular structure in the center. The overall color palette is dominated by dark blues, purples, and reds, with bright highlights from the city lights and the characters' features.

m豆 x KPL 整合营销案例

目录

CONTENS

01

KPL嘉年华项目简介

02

营销洞察

03

营销目标

04

营销策略

05

营销效果及市场反馈



The background of the slide is a dark, stylized illustration. On the left, a large red character with a mechanical arm and a yellow ring is visible. On the right, a large yellow character with blue headphones and a mechanical arm is shown. In the center, a large, glowing purple sphere is prominent. The bottom of the image features a cityscape at night, with various buildings and a bridge. The text "01 KPL嘉年华项目简介" is overlaid in the center, with "01" enclosed in a yellow box.

01 KPL嘉年华项目简介



KPL全明星嘉年华简介

KPL全明星突围夜

KPL全明星突围夜是什么？



10月27日 周六



上海静安体育中心

我们将征召KPL中人气最高的24名选手
与斗鱼、虎牙、企鹅电竞各自人气最高的2名主播，
参与到KPL首届全明星突围夜中，边境突围哪家强，突围夜告诉你！



KPL全明星嘉年华简介

KPL全明星突围夜C位出道，你的偶像需要你！

电竞主播VS电竞选手

人气选手我们将采用投票的方式选出

>>> 10月1日12:00-10月13日23:59 第一阶段
投票时间：10月1日 12:00开启



六大队长带队

>>> 10月14日12:00-10月26日 12:00
第一阶段票数清零 开启第二阶段投票

本轮将投票产生KPL全明星票王和六名队长



赛制

KPL全明星突围赛队伍组成



积分赛制：

边境突围赛共4局，分为单排*1，五排*3，五排比赛名次占积分90%，击杀数占20%，积分最高队伍获胜。

赛事奖励：

单排获胜者奖金66666元；五排获胜团队瓜分233333元。获胜团队队长将获得票王权益，一同获得艺术家人像拼图，并落地展示

如何决出票王？

如何投票



途径一

每个普通王者荣耀玩家（10级以上）每天可投1票，VIP2以上的KPL会员根据等级每天可多投对应的票数（VIP2每天多2票，VIP3每天多4票，以此类推）

KPL会员体系梯度投票权益

会员等级	VIP2	VIP3	VIP4	VIP5	VIP6
每天额外投票数	2	4	8	16	32

途径二

购买m豆KPL特别款包装的用户，可凭包装上的串码兑换投票次数

m豆特别款包装	克重	投票权
	40g	5票
	100g	15票
	160g	20票



KPL全明星嘉年华简介

KPL全明星嘉年华亮点

第一次和赞助商联合定制重大节日活动



第一次采用选秀模式竞选人气选手



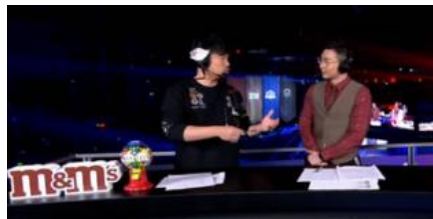
看点1: KPL前职业选手齐聚



看点2: 人气主播与职业选手同台角逐



看点3: 明星陈赫现场解说



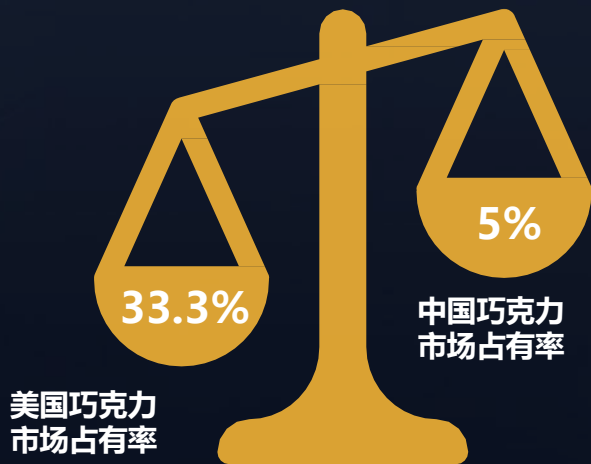


02 营销洞察



营销洞察

m豆营销现状



美国巧克力
市场占有率

中国巧克力
市场占有率

巧克力市场份额衰退

中国大众食品面临健康和消费升级两大困境，在大众巧克力市场份额明显在衰退，消费升级的大趋势使得大众巧克力份额下滑。



线下门店单一
场景营销

广告投放单一，
集中于电视硬广

用户对品牌缺少热情和认知

深耕线下场景营销，线上广告投放单一。门店电商销量低，无法激发消费者购买欲。



营销洞察

**m豆作为大众巧克力品牌
如何重启消费者燃起吃m豆的欲望？**





营销洞察

人群定位分析

M豆

- 年龄：20-35岁人群占**60%**
- 网购行为：手机数码、食品
- 收入：5千-1.5万
- 消费倾向：消费目的性极强



竞品分析

- 德芙主要消费群体为年轻可爱、幻想浪漫的女性消费者



- 士力架主打“抗饿”的形象



- 金帝走温情品牌路线“只给最爱的人”



针对年轻且消费目的极强的目标受众

m豆需要把品牌“逗趣”、“年轻活力”的形象一击即中的出现在消费者心中

赢回年轻人的心



营销洞察

KPL是第一移动赛事

2018年观赛量

130亿

2018年总比赛时长

500h

每天观赛用户

71%

- KPL职业联赛观看量翻倍增长
- KPL总比赛时长加倍
- 用户线有良好的线上观赛习惯

KPL是第一商业阵地

70%

70%观赛用户记住赞助商

66%

66%观赛用户关注赞助品牌

62%

62%观赛用户认同广告营销内容

把握年轻用户的屏前时光—— KPL



03 营销目标



营销目标



提升品牌认知度，让m豆“逗趣”、“年轻活力”、“好玩”的形象重回年轻人视野。

提高m豆销量转化，扩大适销范围，提高品牌线上场景销量。



04 营销策略



营销策略

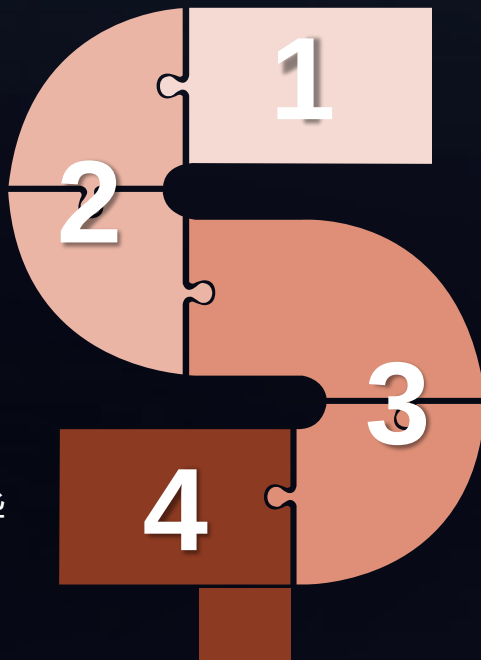
打造首例电竞跨界真人秀
使m豆成为粉丝竞争队员人气的“硬通货”

Step2

周边节目投放，维持持续热度

Step4

落地赛事直播-全明星嘉年华



Step1

投票话题启动，带动传播节奏

Step3

线上-m豆豆人微博战队打call

线下-打造路演活动，制造传播热点



Step1 投票话题启动，带动传播节奏

#逗趣王者 荣耀之争#

#m豆入口，胜利在手#

#KPL全明星嘉年华#



Step2

周边节目投放，维护持续热度





Step3

线上-m豆豆人微博战队打call



我为黄队打call

我为红队打call



Step3

线下-打造路演活动，制造传播热点

m豆 x KPL全明星嘉年华粉丝打call主题快闪活动



各粉丝为选手打call



决出最强打call王

录制打call视频送至选手手中



评选最有创意打call粉丝



2018年10月19日-10月21日北京华联购物中心（万柳店）





Step4

落地赛事直播,营造活动高潮



粉丝应援, m豆为助其打call



Step4

落地赛事直播,营造活动高潮

m豆软植入赛事, 和观众互动

豆人线下参与互动



豆人参与打call主持



kisscam 吃豆互动



豆人参与全家福拍摄



05 营销效果及市场反馈





营销效果及市场反馈



超预期KPI,多电商渠道脱销

**电商销量转化明显, 联名获好评,
扩大适销范围**

项目获高度关注, 加深品牌印象

**顺利加深品牌粘度、喜爱度; 认知度、推
荐度、喜爱度、预购度均为第一**

项目受到广告主好评





营销效果及市场反馈

超预期KPI,多电商销售渠道脱销

10.01—10.28 开启投票期间
仅m豆天猫旗舰店销售额: **624,000元** 10月21日之后 **一度脱销**

时间	10/1-10/7	10/8-10/14	10/15-10/21	10/22-10/28	合计
2018年销售额	80,254	114,022	323,327	106,397	624,000
2017同期销售额	48,290	57,399	227,972	113,262	446,923
同比增长	66.19%	98.65%	41.83%	-6.06%	39.62%
9月同期销售额	40,359	135,691	90,296	68,341	334,687
同比增长	98.85%	-15.97%	258.07%	55.69%	86.44%

- 天猫旗舰店2018年10月销售额同比增长: **39.62%**
- 天猫旗舰店2018年10月销售额环比增长: **86.44%**

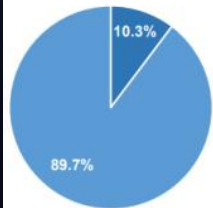
数据来源: 京东官网



营销效果及市场反馈

电商销量转化明显，联名获好评，扩大适销范围

评论内容分析

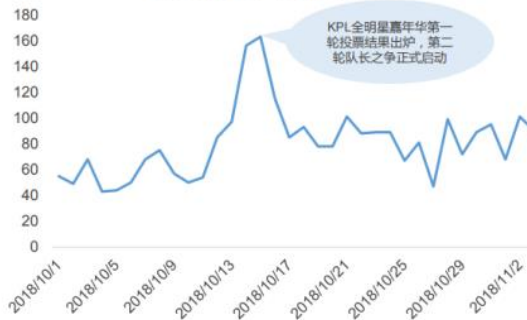


■ KPL&投票 ■ 其他

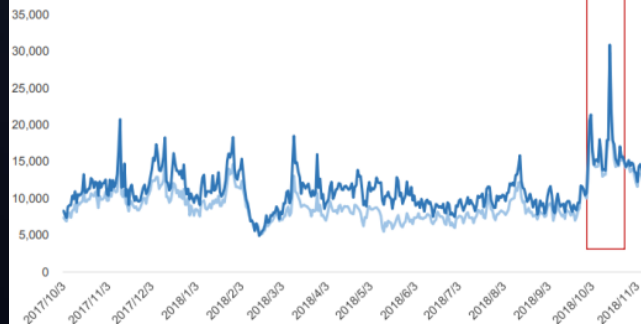
商品平均评分
(满分5)

4.94

相关评论数量变化趋势-京东



M豆相关词热度变化



通过分析京东上KPL与M豆联名商品评论，提及KPL、为KPL选手投票的评论约占**10%**。
在发售KPL与M豆联名产品后，淘宝搜索与点击热度相比往期有大幅提升，产品转化效果显著。

数据来源：艾瑞



营销效果及市场反馈

项目获**高度关注**，加深品牌印象



秋季赛期间百度指数均值约是2018年六月以来KPL百度指数均值的**1.3倍**
数据来源：百度指数

环节	资源名称	广告形式	资源VV数	资源线上曝光数	资源实际曝光数	资源曝光完成率
特辑节点资源：10月27日 全明星嘉年华						
场景资源	KPL官方解说时队定档广告植入M豆M豆互动口播	口播	33,634,739	2	2	100.00%
场景资源	嘉年华当天当天M豆M豆植入	产品露出	54,249,573	1	1	100.00%
场景资源&BP环节	嘉年华当天当天M豆M豆植入现场互动	内容植入	123,218,540	1	1	100.00%
直播资源	嘉年华当天当天M豆M豆植入直播画面	内容植入	50,432,101	1	1	100.00%
开团环节	艺人参与现场互动M豆M豆植入M豆互动	内容植入	19,098,874	1	1	100.00%
BP环节	BP环节M豆植入	内容植入	61,609,270	1	1	100.00%
场景资源	解说员M豆M豆植入露出	内容植入	54,249,573	1	1	100.00%
场景资源	Kisscam 地区互动	内容植入	16,817,367	1	1	100.00%
大场资源	嘉年华当天当天M豆M豆植入“全明星”海报	内容植入	19,098,874	1	1	100.00%
大场资源	胜利队/冠军队M豆M豆植入	内容植入	19,098,874	1	1	100.00%

嘉年华当日VV超**4亿**，活动资源曝光度高
数据来源：KPL赛事官方平台



“m豆入口，胜利在手”
微博话题阅读量突破**一亿**
数据来源：新浪微博



营销效果及市场反馈

项目获高度关注，加深品牌印象



希西晒xi

#KPL全明星嘉年华# 10.27

终于如愿以偿来现场看了一次比赛

笑点与泪点并存

痛苦面具实在是太搞笑了！晨太可爱了！

一直到看到这么多职业选手一起出现在台上的那

最好的样子

每个人都要加油呀



努力的小仙女陶

as仙阁辰鬼#2018KPL秋季赛##KPL全明

今天真的暴风哭泣

看到那段视频 眼眶就红了

看到在黑暗中穿着仙阁队服走出来的辰鬼！

我没有在仙阁最好的时期遇见你

还好今天没有错过你

完全值回票价！

我也爱你！

@AS仙阁辰鬼



我是邵蕊涵

泪目，怀念，遗憾#KPL全明星嘉年华#



小瑞塔Rita

关注KPL一年多了

有欢笑有泪水的一次观赛

感谢@KPL王者荣耀职业联赛

路人花繁，主拖米

#KPL全明星嘉年华# KPL 小瑞塔Rita 的秒拍视频



CSJ、風鈴

#2018KPL秋季赛##KPL全明星嘉年华# 不知道再说啥，这段在录的时

所以一起放上来了。现场真的很感动，我和闺蜜都哭了！我们各自

很感动。CSJ、風鈴的秒拍视频



接接的哈七

KPL mgm暴风锐#KPL全明星嘉年华# 本来一场开开心心的嘉年华

搞些这么催泪的东西 真的泪目 看到锐锐一脸无辜又继续鞠躬真的笑

那么开心呢



沐沐沐沐

#KPL全明星嘉年华# 前期搞笑，后期跟着一波眼泪啊。当年的AS

Estar, WeFun, Siper.....共同组成了我大学时期的回忆。看到小

泪什么时候也能回来。还有小兰恩我看到你深深地鞠躬，其他人

满满的欢乐来源，什么时候带上我们 展开全文



柚柚柚子茶1

#KPL全明星嘉年华#

今天很多喜欢的人都在

辰鬼无赖小渝诺言一碗豆潇洒

还有拖小妹

但是最后莫名其妙的泪点怎么回事



八味草莓

#KPL全明星嘉年华# qghappy

kpl今天是怎么了

为啥这么催泪

电竞选手真的每一位都不容易

希望他们能走向自己的巅峰之路

打出自己的成绩，不枉自己的付出

不论输赢 你仍是我最爱的少年



亚特兰蒂斯的十音

这一次的全明星真欢乐，有感动

第一次看到ry打hurt

第一次看到阿泰和猫神一起解说

看到了无赖和辰鬼再一次重聚

看到了小瑞时隔那么久回到了kpl

看到了你们对kpl的爱和对粉丝的爱#KPL全明星嘉年华#





营销效果及市场反馈

认知度、推荐度、喜爱度、预购度均为**第一**，顺利加深品牌粘度、喜爱度



数据来源：艾瑞



营销效果及市场反馈

项目受到广告主好评

今日头条 首页 / 其它 / 正文



转发

微博

Qzone

微信

电竞赛事商业价值凸显 已成快消品牌“新宠”

21世纪经济报道 2018-12-03 14:52:11

经过多年的发展，电竞已然从一个小众文化逐步演变成成为大众文化，今年的电竞加入亚运会，以及多个电竞赛事刷屏都是最好的例证。

与此同时，电竞赛事的商业价值也得以迸发，与以往的赞助商大多是传统硬件厂商不同，如今有更多主流品牌开始对电竞赛事表现出青睐。

近日，21世纪经济报道记者采访到了玛氏箭牌市场部M&M's品牌副总监赖建波。据悉，m豆刚刚在电竞领域进行了一次尝试，它赞助了2018 KPL秋季赛。

赖建波表示，一直以来，m豆主要深耕于视频领域的合作，包括电影、连续剧以及综艺节目，希望通过“屏前时光”的场景化营销，让m豆成为年轻人观看视频时的零食伴侣。

而受众、影响力以及内容调性等因素，则是m豆选择合作伙伴的主要参考标准。

但近两年，整个市场环境发生了巨大变化。尤其是伴随着内容消费的升级，消费者的注意力被更细分化的内容所吸引，这种变化在年轻人身上表现得更为明显。

赖建波告诉记者，m豆通过大量的消费者调研和洞察，发现除了一般的电影综艺视频节目外，电竞已然成为增速最高的一类屏前时光娱乐内容。不仅如此，电竞的受众人群属于高消费的年轻人，更愿意为游戏、赛事相关的产品买单。

玛氏箭牌市场部M&M's品牌副总监赖建波：

“无论是品牌的曝光度，社交媒体的话题度，还是线上线下销售的转化都取得了令人欣喜的成绩。”

The background is a dark blue gradient with various geometric shapes like triangles, squares, and circles scattered across it. A central white-bordered box with rounded corners contains the word "THANKS" in a bold, white, sans-serif font.

THANKS