

百雀羚 Re-Branding

SAATCHI & SAATCHI



科技新草本

Manifesto Video



SAATCHI & SAATCHI



Manifesto

是向上生长的积极 是天地能量的精萃

草本，在我们眼中无限潜能

百雀羚以锐新科技 赋能草本

在安全的象限内

将草本体内的潜能最大化激活

让美肌的奢愿

更高效 更安全地实现

我们以“高效不刺激”的强大功效

开启科技新草本时代

从草本到你

百雀羚愿同时赋能每位中国女性

你并不是被生活推着走，你是生活的推手

偶尔的沉默，是换一种方式为自己发声

这 已然是超乎想象的强大

从见证肌肤的高效改变 意识到自身的优秀

相信自己 拥抱强大

去实现更多可能吧

百雀羚

比你想象的更强大

SAATCHI & SAATCHI



品牌主张的多角度诠释

比你想象的更强大

消费者角度

比你想象的更强大

- 日常平淡无奇，也不放弃为美坚持；就算你被全世界低估，也不能看不起自己。
- 不断满足周围的期待，还要智慧地为自己做主；只要不放弃，你可以比想象得更强大。

产品角度

草本护肤功效比你想象的更强大

- “高效不刺激，科技新草本”，科技与草本有机融合，以科技释放草本的真正高功效表现，

品牌角度

百雀羚很强大而不被知道：

- 90年历史，历久弥新；
- 中国护肤品市场销售额与欧莱雅并列第一；
- 基础研究居世界前列，世界顶级供应商和实验室合作。

比你想象的更强大

被推荐的理由：对标Olay“无惧年龄”的品牌主张，上接消费者洞察，下接产品的功能特点以及品牌角色。同时更适合百雀羚的现状。

评估维度	Olay “无惧年龄”	百雀羚 “比你想象的更强大”
上接消费者洞察	年轻阻碍了女性在追求独立自主人生中的关键抉择	她们强大而不自知，只因周围的期待和束缚，而不得不暂时将自己遗忘或隐藏。
下接产品的功能特点	聚焦抗老以及与抗老有关的功效利益点	突破草本弱功效的刻板印象，以科技释放草本更强大功效
紧扣品牌角色	帮助女性摆脱年龄的束缚，勇敢追求自己想要的人生	支持打破旧观念束缚，鼓励和陪伴每一位中国女性不断进步，拥抱比想象中更强大的自己。

Product TVC

随着女生张开双眼，她背后的草本叠影顺势而出；

女生: 趁年轻 强大自己

随后镜头推入叠影内，帧颜精华液隐没在一片草本中；

VO:百雀羚帧颜修护精华液

当帧颜精华液亮起，周围的草本瞬间被“唤醒”，我们看到草本中的脉冲以迅猛的速度 向外层层延展开；

VO:独创科技新草本 强力释放草本生长能

最终脉冲汇聚成一颗包裹着巨大能量的光球- Provta

VO: 凝翠抗老黑科技ProVTA™

推进Provta光球内部，人参与积雪草像行星一般在运转；

VO: 联合珍稀成分

super: 高纯度人参多肽 积雪草精粹

Provat光球在肌底细胞中穿梭，所到之处均被激活；

VO: 赋能每个肌底细胞

zoom out, 聚焦在女生脸部，能量光线被肌肤吸收后，展现整体修护后的肌肤。手指轻轻掠过眼尾，也丝毫没有细纹

VO: 强化年轻肌 强势淡细纹

zoom out, 女生叠影中各种生活形态：运动、职场、旅行等的展现；

VO: 年轻就是这样强大

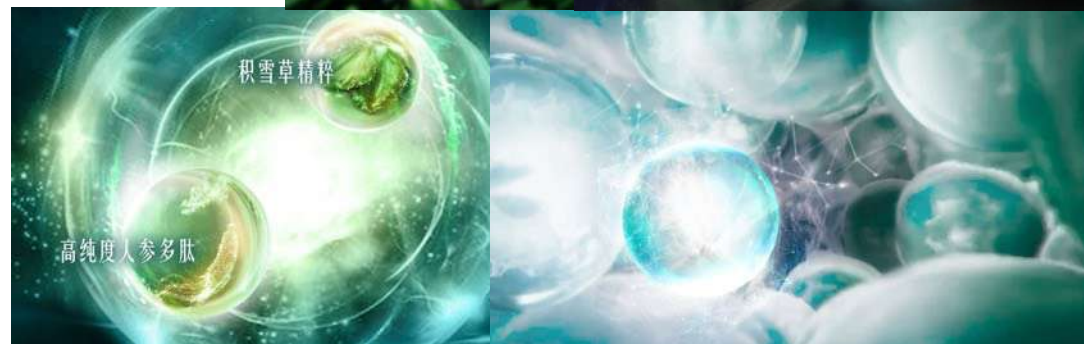
一颗Provta光球飞入瓶内，zoom out展现完整产品。出字幕

VO:百雀羚帧颜修护精华液

super: 3月8日 为你而来

Tagline: 比你想象的更强大

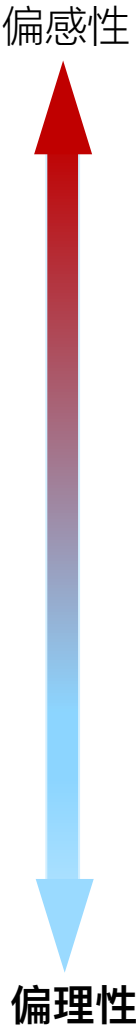
30s TVC for 百雀羚帧颜修护精华液. Storyline



4.

品牌金字塔与传播创意

“比你想象的更强大”与“高效不刺激，科技新草本”的应用关系



1.年度品牌整合 Campaign

重塑中国人对百雀羚的认知，焕新百雀羚历久弥新的国民品牌形象

百雀羚 90周年 Campaign



科技新草本

比你想象的更强大

— 高效不刺激，科技新草本 —

90 YEARS

SAATCHI & SAATCHI





从女性角度

每个个体 无论平凡还是星光闪耀 一定有某个方面的“强大”
只是，她们强大而不自知

从草本角度

每株植物 都是蕴含着整个生命周期的能量体
现代科技的加持下更加高效
只是，草本的强大被固有印象掩盖了

从品牌角度

百雀羚穿越时空 历经90年 来到我们面前
超乎想象的经历 塑造了她超乎想象的强大
也许年轻一代并不了解

颠覆之旅

90岁 周年之际
让我们一起经历一场颠覆

人文层面

让全体女性意识到 自己的强大
全社会以全新视角看待女性的力量与强大

产品 及草本层面

重新审视草本本身的价值与科技的作用
建立强草本认知

颠覆固有印象

女性 新草本 百雀羚 #比你想象的更强大

人文觉醒：女性#比你想象的更强大

落地传播思路



1.事件引爆:

用一场品牌大事件，打响第一枪



百雀羚首部院线电影
《90强大》



女性导演 女性题材 女性视角 不只拍给女性看





电影所获得收益 全部捐赠给妇女儿童发展基金会,扶植女性事业 及保障女童的资金。

引发主流媒体报道, 在全社会层面传播正能量,建立 “女性是强大的” 正向认知。



2.圈层扩散：

多圈层广泛渗透，一个品牌主张辐射全龄段



百雀羚首创中国女性强大画卷

从10到90岁，每个代际选择10位女性
与Vogue合作，
拍摄90位女性的以#比你想象的更强大
为主题的故事海报

人物选择横跨演绎明星、奥运运动员、健身类、时尚类KOL及主播、普通人及科研类、情感心理类、商业领域等等专业。



百雀羚
科技新草本

刘雯
32岁

业余时间
喜欢分享自己的穿搭。
强大就是从5个粉丝到现在
也还是只有300个粉丝，
我还在坚持着……

#比你想象的更强大



百雀羚
科技新草本

韩彬
71岁

71岁获得国际模特第一
我可以
优雅地战胜时间

#比你想象的更强大



百雀羚
科技新草本

跳跳
12岁

4岁开始学芭蕾，
但我更喜欢跳舞。
说跟妈妈学了15课时，
当我很小时，
妈妈说没想到小公主
也可以带风、帅气

#比你想象的更强大



百雀羚
科技新草本

王岳
23岁

我连大学都是在家乡上的，
毕业之后坚持要去异地实习，
亲手建立一个小程序
的感觉很辛苦大获骄傲

#比你想象的更强大



百雀羚
科技新草本

车间一枝花
25岁

学工科的车间女孩，
在脱口秀舞台上也是爆梗连连

#比你想象的更强大



百雀羚
科技新草本

秦岚
44岁

看女儿玩抖音，一开始友情出演
没想到很受欢迎，
现在有了自己的账号和一群粉丝，
中年人的快乐也很满

#比你想象的更强大



百雀羚
科技新草本

魏鑫华
56岁

去年生日去新西兰跳伞，
正式拉开乘风破浪的退休生

#比你想象的更强大



百雀羚
科技新草本

韩梅
65岁

网络购物不伤我，
周末泡壶茶，等
新西兰的帝王蟹
可以送上门，
给孩子们赢一手

#比你想象的更强大



百雀羚
科技新草本

王桂枝
82岁

剪窗花的手艺舍不得放下，
没想到越剪越有名，
剪成了民俗文化副会长

#比你想象的更强大



最终形成一幅 中国女性强大画卷 于美术馆中展示





现场设有互动环节：参观者可以当场上上传自己的照片及强大故事占据第91个强大版位。



生成自己的强大故事，转发朋友圈带动话题。

3月8日当天同时登陆各大城市地标

强势席卷全国
颠覆对女性的固有认知



强大画卷蔓延长城



强大画卷横贯车流



3D立体屏动态演示强大

3.口碑发酵：

产品卖点延续品牌主张，多平台KOL开启内容种草

全平台 多角度

种草明星产品，
延续品牌精神，宣导科技
新草本的高效不刺激。
引发购买试用



以“科技新草本”区别于其他草本品牌
28天有效凸显强大功效



借助专业美容公众号
从科学提取角度深度分析百雀羚的强大
文末链接 可申领试用



从肌肤耐受性角度切入
科技新草本是敏感弱肤质的救星
真正的强大，是有效而不刺激



年度品牌整合 Campaign 传播总结

百雀羚

比你想象的更强大

事件引爆

圈层扩散

口碑发酵

传播目标

宣告全新品牌主张
吸引市场最大关注

不同圈层广泛渗透
收获最多共鸣认同

塑造独特产品卖点
收割流量触发购买

核心信息

“中国女性，比你想象的更强大”

“每一个女人，都比你想象的更强大”

“科技新草本，比你想象的更强大”

创意内容



品牌大电影/主流媒体及妇女发展基金会合作



强大女性画卷展/线上线下全媒体曝光/KOL内容扩散



多平台KOL内容种草/产品推荐试用

2.季度性产品 Campaign

延续品牌主张

百雀羚以科技草本之名，颠覆中国人对草本的陈旧认知

产品层面：新草本#比你想象的更强大

一切只为建立科技新草本领导力
引发万人体验、万人带货
全面颠覆对草本的固有认知

草
本
比
你
想
像
的
更
强
大

BBC 纪录片《揭秘强大草本》

与BBC联合拍摄9集纪录片，
从中国草本在生活、美食、美颜上的历史讲起，逐渐
带入现代草本新发现，借助科技的力量，我们如何让
一草一木发挥超乎想象的力量。

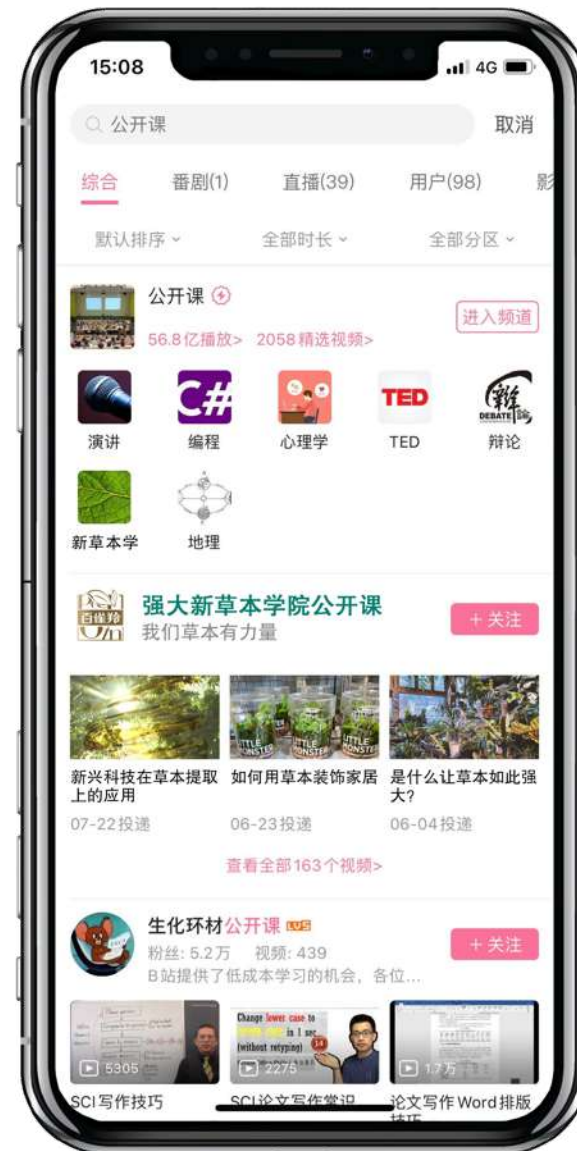


科技
比你想象的更强大

与中国农科院联手 创办强大新草本研究院

对公众 定期开放公开课程，
如：新兴科技如何解锁草本力、
草本装饰美学等；

对内，定期培养、吸收优秀的草
本人才，为企业所用。



体
验
比
你
想
像
的
更
强
大

百雀羚 强大草本美颜屋

在各大城市 选取高端生活地标区域 搭设 强大草本美颜屋

以草本做主要装饰、科技感辅助。

- 女性可在这里饮下午茶，并在产品试用区，试用百雀羚各产品
- 邀请kol店内直播，号召粉丝参加28天试用体验



裂
变
比你想象的更强大

在微信平台开设虚拟“强大新草本”美颜店。
每个人都可以为百雀羚带货。

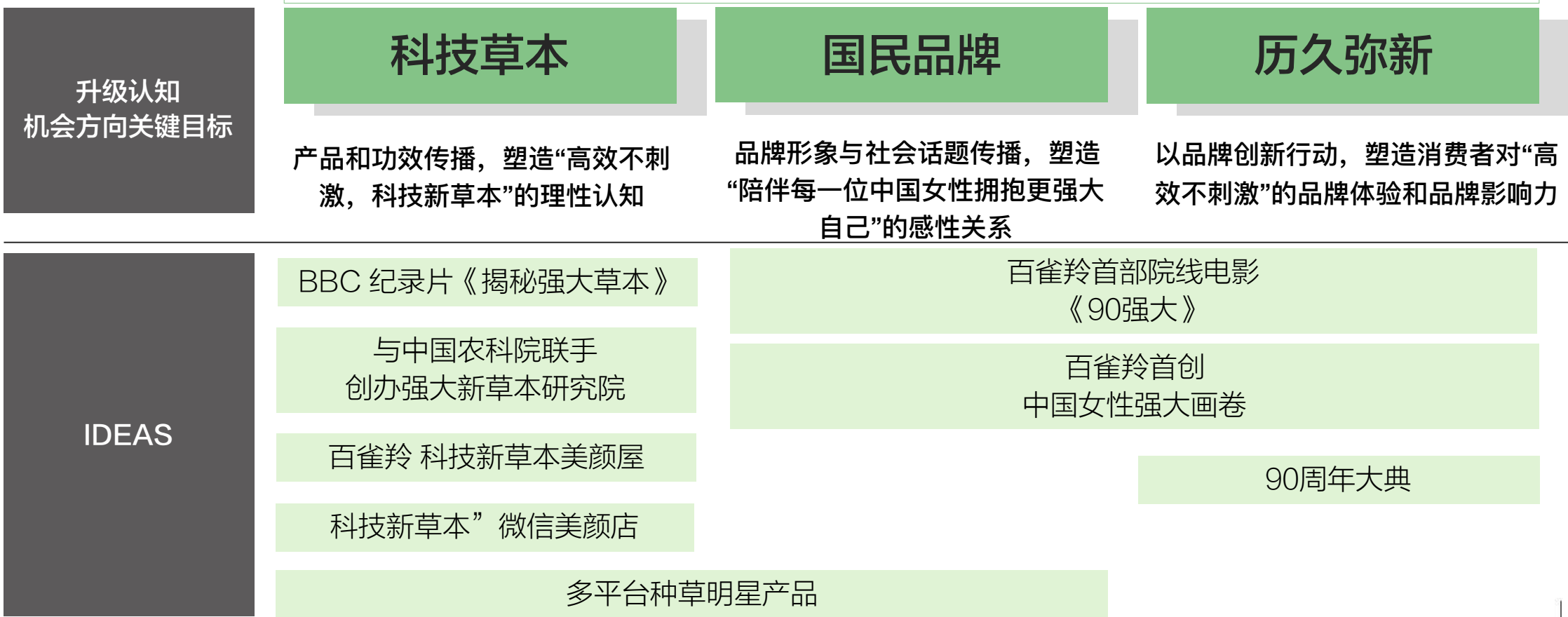


选择百雀羚的商品 进行虚拟进货，
生成自己的如：Zoey的强大小铺
转发到朋友圈 推荐产品，引发国人
试用潮。

预览：以90周年传播为契机的品牌传播框架

传播主题：比你想象的更强大

传播目的：以全新品牌主张和形象，焕新消费者对百雀羚的品牌认知



百雀羚下一个十年

比你想象的更强大！