

雪王IP营销策略： 甜蜜星球大作战

——以“用户共创”为核心，打造沉浸式IP宇宙



我爱你，你爱我 蜜雪冰城甜蜜蜜





卷首语

雪王的奇妙冒险，开启啦！
蜜雪冰城的雪王要去地球实习啦
带着甜蜜使命一头扎进生活的奇妙世界
它是穿梭现实与奇幻的冒险家
乐观中二又热心肠
在地球完成100个甜蜜任务的路上
魔法失控，笑话百出，状况不断
这可不只是雪王的独角戏
你也能参与其中！
从剧情走向到周边设计
你的想法都能变成现实
快来和雪王一起开启这场充满欢乐、
惊喜的旅程在雪王的地球实习日记里
留下属于我们的甜蜜回忆吧



创意概述

以蜜雪冰城标志性IP“雪王”为主角，打造一场跨越次元的“地球实习”冒险，通过“用户共创”模式，将雪王从静态视觉符号升级为有血有肉的“养成系电子宠物”，用中二、社死、翻车的年轻化叙事，传递品牌“低成本快乐”的核心价值，开辟茶饮IP的“土味情感经济”新赛道。故事共分为三个篇章，三个篇章分别是地球体验篇、正义之战篇、终极考核篇。

篇章设计逻辑

1. 用户成长映射：从“个体闯祸”到“群体共情”，匹配年轻人从校园到社会的身份转变
2. 营销节奏适配：篇章一（预热期搞笑引流）→ 篇章二（引爆期价值观输出）→ 篇章三（收尾期情感沉淀）
3. 商业链路闭环：正篇绑定产品场景（如4元奶茶战），番外篇孵化第二IP（橘猫），拓宽变现路径。



目录 CONTENTS



背景分析



故事策划



IP故事
传播与推广
策略



资源分配与
风险控制



1 背景分析





IP现状



形象基础与认知度

视觉符号：雪王以“雪人+王冠+冰淇淋权杖”为核心设计，红白配色辨识度极高，线下门店渗透率超90%，但形象延展性不足（如缺乏季节限定皮肤、联名变装）。

01

内容资产

现有传播以《你爱我我爱你》主题曲、魔性舞蹈短视频为主，B站二创视频播放量超500万，但缺乏主线故事支撑，用户认知仍停留在“标志物”而非“角色”。

02

数据短板

第三方调研显示，仅12%的消费者能描述雪王性格特征（对比Line Friends布朗熊“呆萌暖男”认知率达68%）。

03

周边开发与体验缺失

以低价实用品为主（如5元盲盒、15元保温杯），但缺乏故事赋能，天猫旗舰店周边复购率仅为茶饮产品的1/3。线下门店缺少IP互动设计（如主题店占比不足2%）。

04



竞争分析



竞争对手	IP策略	可借鉴之处	雪王机会点
喜茶小男孩 	走“治愈文艺”路线，联名《梦华录》等古风IP，主打“东方美学茶饮”	通过文化符号提升品牌调性	反向强化“土味欢乐”，做茶饮界“可达鸭”
奈雪NAYUKI 	虚拟偶像+元宇宙营销，发行NFT数字艺术品	用科技感吸引Z世代	以“反虚拟”破局：突出雪王“社牛现充”人设
瑞幸鹿角杯 	以杯身设计为核心，弱化角色，强打“职场陪伴”场景	场景化营销降低IP开发成本	用雪王故事绑定“学生党/打工人刚需场景”
LINE FRIENDS 	通过角色关系网（布朗熊+可妮兔）构建故事宇宙	角色互动创造剧情张力	为雪王设计“冤种搭档”（如橘猫）制造冲突

核心结论：

- 茶饮IP普遍陷入“高冷同质化”陷阱，雪王可凭借“低成本快乐”差异化破圈；
- 需补齐“故事资产”短板，将IP从视觉符号升级为情感联结器。



消费者分析



消费者分析

人群画像

学生党（16-22岁）：价格敏感，热衷梗文化，是二创传播主力军

新晋打工人（23-30岁）：追求“性价比治愈”，需要情感解压出口

行为洞察

内容偏好：72%受访者表示“愿为有趣IP内容停留30秒以上”（据《2023年轻人茶饮消费报告》）

互动需求：65%消费者希望“IP能回应我的留言/玩梗”（如蜜雪冰城抖音“雪王摇尾巴”高赞评论：“摇这么卖力给你5毛”）

消费动机：购买IP周边时，48%用户选择“情感认同>实用性”（如“香菜冰淇淋徽章”因猎奇成爆款）

痛点映射

对现有IP的不满：57%用户认为“茶饮IP只会卖萌，缺乏灵魂”

对雪王的期待：希望看到“更贱萌、更敢自黑”的鲜活形象





市场分析



1

茶饮IP化趋势

市场规模：2023年中国现制茶饮市场规模预计突破**2000亿元**，其中IP联名产品贡献超15%营收。

增长逻辑：消费者对**“情感附加值”**的需求增速（年增长率21%）已超过对口味创新的需求（12%）。

成功案例：沪上阿姨**“复古小旗袍”** IP通过**“国潮+剧情短视频”**，带动区域销量提升30%。

2

IP内容赛道机会点

短视频红利：抖音**“剧情类IP账号”**平均涨粉速度是产品号的2.3倍。

圈层化传播：Z世代对**“土味文化”**的包容度极高（如**“华莱士喷射文学”**梗传播量超3亿）。

线下反哺线上：**主题店打卡**内容二次传播率为普通门店的5倍，但成本可控（轻量级改造即可）。

3

蜜雪冰城市场卡位

下沉市场壁垒：三线以下城市门店占比超60%，可借**IP故事**渗透县域青年文化。

供应链优势：**低价**周边生产成本低于竞品50%，适合高频推新（如每月1款剧情关联周边）。

2

故事策划





雪王角色设定



穿梭于现实与奇幻世界的
甜蜜冒险家



雪王生活在“甜蜜星云”，
可通过“冰淇淋权杖”打开传送
门，随时降临地球街头、校园、
办公室等场景，用魔法（或搞笑
方式）解决年轻人的“小确丧”。

核心定位

人格设定

世界观

性格：乐观中二、热心肠、偶尔呆萌（如走路撞到冰淇淋山）。

标签：社牛症患者、甜品发明家、隐藏技能（如用权杖瞬间冰镇饮料）。

口头禅：“甜蜜超标警告！”“本王请你吃！”。



核心情节



主线故事

《雪王的地球实习日记》

1

角色设定

2

雪王：因在甜蜜星云考试不及格（“暴风雪魔法总把同学冻成冰雕”），被派到地球学习“如何正确传递甜蜜”。 搭档：一只吐槽担当的流浪橘猫（设定：被雪王用冰淇淋收买，但常嫌弃他“太浮夸”）。



3

核心冲突

雪王需在地球完成100个“甜蜜任务”（如让吵架的情侣和好、给加班族送惊喜），但总因魔法失控闹出笑话（如本想变出玫瑰，却召唤出香菜冰淇淋）





雪王故事核心板块



篇章一

《菜鸟魔法师の地球初体验》

主题：新手闯祸与意外治愈

包含故事：《雪王の社恐拯救

计划》（PPT黑历史助攻社交）

《时间魔法暴走事件》（全城

循环背同一页书

核心冲突：魔法能力不足引发的身份焦虑

篇章目标：建立雪王“努力但笨拙”的菜鸟人设，绑定学生党/职场新人刚需场景

篇章二

《甜蜜星云の正义之战》

主题：价值观对抗与土味逆袭

包含故事：《4块钱奶茶VS40块

贵族茶》（黑糖伯爵的奶茶杯

对决）

《盗版本王还涨价？你完

了！》（雪王大战AI分身）

《捡糖纸换冰淇淋环保行动》

（用土味方式拯救地球）

核心冲突：低价真诚VS高价虚荣的消费观博弈

篇章目标：深化“4元治愈哲学”，强化蜜雪冰城性价比心智。

篇章三

《全宇宙の终极考核》

主题：成长责任与集体共鸣

包含故事：《雪王の元宇宙大

危机》（香菜雨召唤用户反击）

《全宇宙の终极面试》（一杯

奶茶装下人类情感）

《雪王述职大会》（用户心愿改编的逆袭庆典）

核心冲突：个体价值证明与群体情感联结

篇章目标：升华IP精神内核，将用户共创数据转化为剧情高潮。



雪王故事具体实例



《雪王：这届人类太难带了》

剧情

雪王发现地铁上女孩因丢手机哭泣，决定用魔法帮她，但念错咒语导致全车人手机弹出蜜雪冰城优惠券。

01

结局

女孩因优惠券被同事请客，破涕为笑：“虽然你菜，但你是我的神！”。

02

彩蛋

雪王偷偷把手机塞回女孩包里，但屏幕上多了个雪王APP（图标是歪戴王冠的Q版头像）。

03



雪王故事具体实例



《4块钱的奶茶，装得下全宇宙！》

剧情

雪王掏出被压变形的奶茶杯，里面装着：

- ✓ 学生藏在书里的情侣小纸条
- ✓ 打工人加班后的眼泪结晶
- ✓ 环卫工阿姨帮他捡过的糖纸
- ✓ 橘猫挠他的第1024道爪印

01

结局

考官喝完嚎陶

大哭：“这不是奶茶，
是地球人的精神解
药！”。

02

彩蛋

雪王偷偷在杯
底写了“建议零售
价4元，但真心无
价”。

03

3

IP故事 传播与推广





核心主题



“雪王の地球实习日记——你的脑洞，本王的KPI！”

关键词：中二、社死、翻车、共创

核心逻辑：将雪王IP升级为“用户养成系”角色，
通过持续互动让消费者从观众变成“剧情导演”，强化情感联结。



策划阶段与执行



阶段	时间	目标	主题和策略	关键动作
预热期： 黑料大曝光	第1-2周	制造悬念， 引发好奇	“雪王の社死档案馆” (自黑式预热，强化“中二翻车”人设)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 发布雪王黑历史混剪视频：魔法失败合集（香菜冰淇淋攻击、奶茶珍珠泥石流等） 2. 上线调查问卷：包装成“雪王拯救计划”，投递至社群/门店，填问卷送券 3. 发起#雪王求职失败原因#微博投票：选项均为一些离谱理由（如“在甲方头上种草莓”）
引爆期： 地球出道战	第2-4周	内容破圈， 激发共创	“本王听你的！” (根据问卷数据定制首期内容，凸显用户决策权)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 官宣《雪王地球实习日记》短视频系列，首集剧情由问卷高票选项决定（如“帮打工人用珍珠雨砸秃甲方”） 2. 同步启动#雪王魔法翻车挑战赛：用户模仿雪王施法翻车，点赞TOP10获“社死勇士奖”（全年奶茶免单） 3. 联名高德地图：上线“雪王魔法导航语音包”（导航时触发“前方左转，甜蜜超标警告！”）
持续期： 全民造梗季	第4-7周	维持热度， 深化互动	“本王的黑红也是红！” (借势UGC，放大“梗文化”传播)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 每周更新剧集片尾彩蛋任务：例如“下集让雪王帮谁？A 被催婚的闺蜜 B 流浪猫”，用户官微投票决定 2. 发起雪王台词二创大赛：用户改编原片台词，最佳文案制成门店弹幕墙 3. 推出“雪王魔法翻车周边”：橘猫骂人手机壳、香菜冰淇淋徽章（仅限问卷参与者兑换）
收尾期： 逆袭庆功宴	第7-8周	情感升华， 长效沉淀	“谢谢人类导师， 本王转正了！” (数据可视化，强化用户成就感)	<ol style="list-style-type: none"> 1. 发布《雪王地球实习成绩单》H5：展示问卷数据+UGC精选（如“87%用户选择让雪王继续社死”） 2. 线下门店举办“雪王述职大会”：播放用户二创视频，颁发“最笋地球导师奖” 3. 预告雪王2.0计划：启动“甜蜜星云重建工程”长期共创（每月1个用户提案落地）



策划阶段与执行



预热期：（第1-2周）**黑料大曝光**

目标：制造悬念，引发好奇

主题和策略：**“雪王の社死档案馆”**（白黑式预热，强化“中二翻车”人设）

关键动作：

1. **发布雪王黑历史混剪视频**：魔法失败合集（香菜冰淇淋攻击、奶茶珍珠泥石流等）
2. **上线调查问卷**：包装成“雪王拯救计划”，投递至社群/门店，填问卷送券
3. **发起#雪王求职失败原因#微博投票**：选项均为一些离谱理由（如“在甲方头上种草莓”）

引爆期：（第2-4周）**地球出道战**

目标：内容破圈，激发共创

主题和策略：**“本王听你的！”**（根据问卷数据定制首期内容，凸显用户决策权）

关键动作：

1. **官宣《雪王地球实习日记》短视频系列**：首集剧情由问卷高票选项决定（如“帮打工人用珍珠雨砸秃甲方”）
2. **同步启动#雪王魔法翻车挑战赛**：用户模仿雪王施法翻车，点赞TOP10获“社死勇士奖”（全年奶茶免单）
3. **联名高德地图**：上线“雪王魔法导航**语音包**”（导航时触发“前方左转，甜蜜超标警告！”）



策划阶段与执行



持续期：（第4-7周）**全民造梗季**

目标：维持热度，深化互动

主题和策略：“本王的**黑红**也是红！”（借势UGC，放大“梗文化”传播）

关键动作：1. 每周更新剧集片尾**彩蛋**任务：例如“下集让雪王帮谁？A 被催婚的闺蜜 B 流浪猫”，用户官微投票决定

2. 发起雪王台词**二创**大赛：用户改编原片台词，最佳文案制成门店弹幕墙

3. 推出“雪王魔法翻车**周边**”：橘猫骂人手机壳、香菜冰淇淋徽章（仅限问卷参与者兑换）

收尾期：（第7-8周）**逆袭庆功宴**

目标：情感升华，长效沉淀

主题和策略：“谢谢人类导师，本王转正了！”（数据可视化，强化用户成就感）

关键动作：1. 发布《雪王地球实习**成绩单**》H5：展示问卷数据+UGC精选（如“87%用户选择让雪王继续社死”）

2. 线下门店举办“雪王**述职**大会”：播放用户二创视频，颁发“最笋地球导师奖”

3. 预告雪王2.0计划：启动“甜蜜星云重建工程”**长期共创**（每月1个用户提案落地）



策划亮点

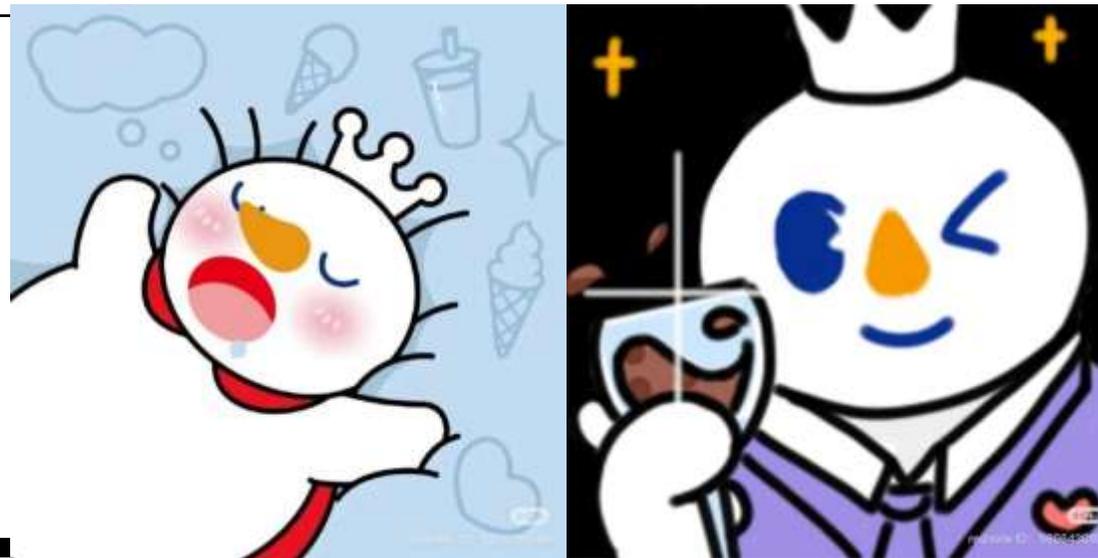
1. 用户主权最大化：从剧情走向到周边设计，全程参考**用户意见**，提升参与价值感。

2. 黑红营销法则：用**自黑、社死**等年轻化沟通方式，降低品牌距离感，激发传播欲。



3. 跨次元联动：导航语音包、H5成绩单等设计，**打破虚拟IP与现实的次元壁**。

4. 长效养成机制：2.0计划将单次活动升级为**长期IP共建项目**，持续激活粉丝。





策略衔接点



针对消费者“渴望鲜活人设”需求，强化雪王“中二热血+社死日常”的反差萌。

利用蜜雪冰城门店密度优势，将线下UGC转化为线上剧情素材，反哺传播链路。

IP人格化

内容场景化

参与感设计

结语

绑定学生备考、打工摸鱼等刚需场景，降低故事理解门槛。

通过“人设突围-故事绑定-用户共创”三步走，将雪王从品牌标识升级为“年轻人的电子嘴替”，在茶饮IP红海中开辟“土味情感经济”新赛道。



4

资源分配与 风险控制





数据收集与分析工具



蜜雪冰城
始于1997·冰淇淋与茶

资源倾斜：70%预算用于UGC奖励（如免单、周边），30%用于轻量级联名。

舆情预案：设置“橘猫AI吐槽官”账号，主动玩梗化解争议。



数据监控：实时追踪问卷反馈与剧集互动率，动态调整后续剧情（如环保剧情数据差则减少比重）。
让雪王从“品牌符号”变成“用户共创的电子宠物”，用一场“社死与逆袭”的真人秀，把营销变成大型追更现场。

谢谢观看



我爱你，你爱我 蜜雪冰城甜蜜蜜

