

2020



西式快餐行业典型品牌 营销洞察

芝恩出品 2020年5月

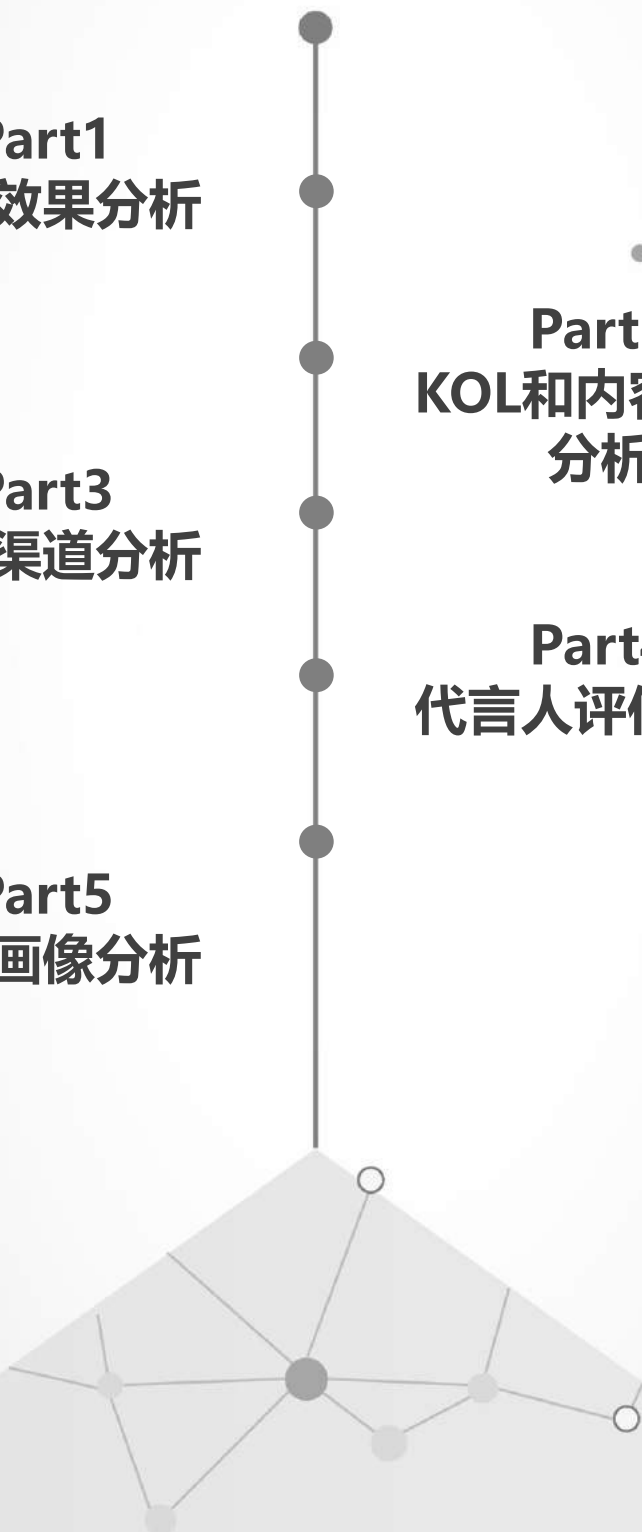
Part1 营销效果分析

Part3 营销渠道分析

Part5 受众画像分析

Part2 KOL和内容营销 分析

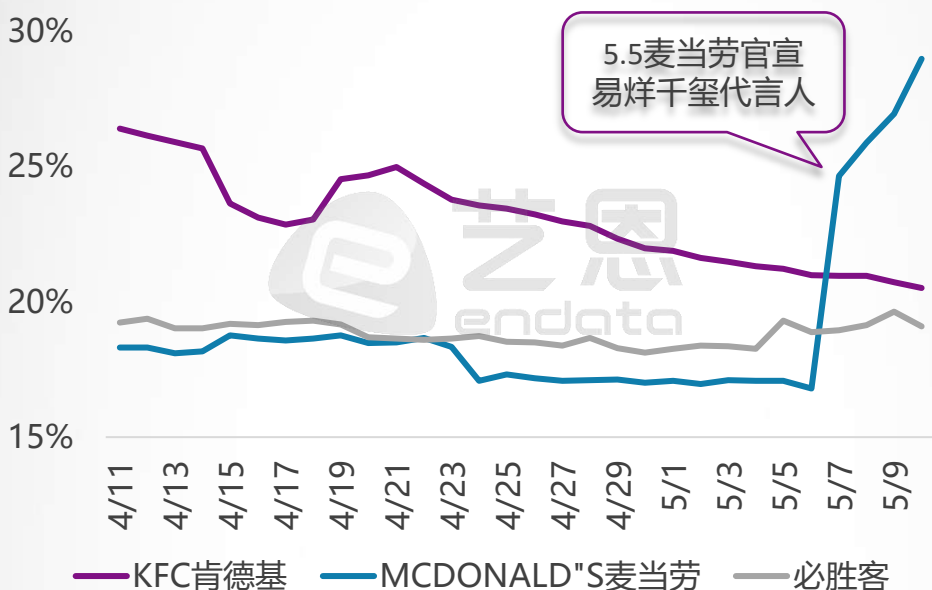
Part4 代言人评估分析



麦当劳官宣易烊千玺成为新 代言人后曝光率急速攀升



西式快餐品牌广告曝光率对比

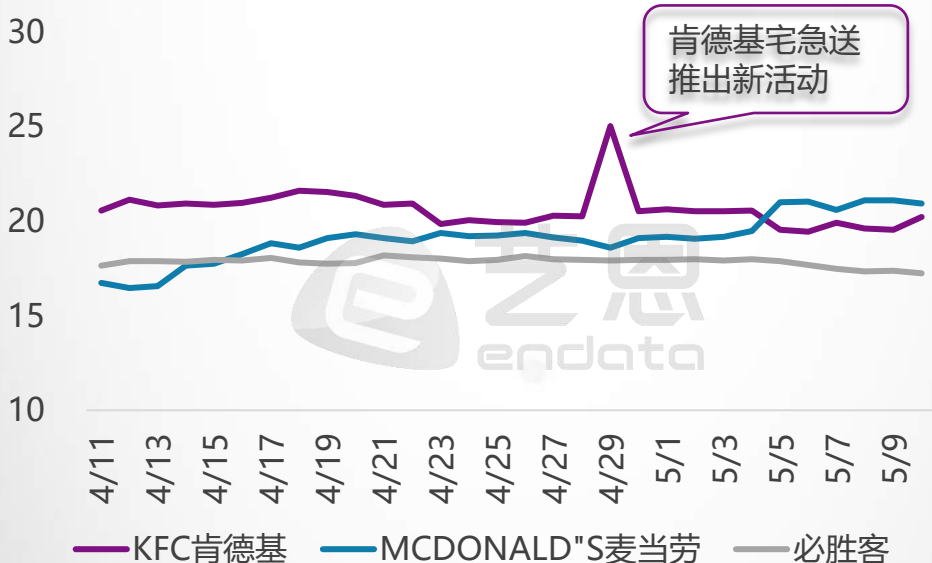


source: 艺恩营销智库 截止到5月11日

©2020.5 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

西式快餐品牌广告的传播力对比



source: 艺恩营销智库 截止到5月11日

©2020.5 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

肯德基KOL总体数量较多



肯德基 V

5月6日 13:00 来自 微博 weibo.com

#肯德基甜品站花开满城#花开在即惊鸿一瞥，翩翩银蝶觅甜而来。肯德基甜品站携手@天官赐福漫画 即将开启惊喜联动！5月8日一起簇拥万花盛放，尽享一花一口甜！



☆ 收藏

25025

12719

91660

☆ 收藏

52052

45118

81980

2020西式快餐品牌媒介选择策略对比

品牌名称	微博KOL数量	相关微博数量	抖音KOL数量	相关视频数量
KFC 肯德基	3186	10701	10	10
MCDONALD'S 麦当劳	1624	3140	2	2

source: 艺恩营销智库 截止到5月11日

©2020.5 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

2020肯德基更集中选择现代都市剧集进行广告投放



肯德基



麦当劳

节目名称：还没爱够

播映指数：50.8

属性：电视剧

一月

节目名称：谁都渴望遇见你

播映指数：60.6

属性：网络剧

二月

节目名称：重生/冰糖炖雪梨/
如果岁月可回头

播映指数：73.4/76.7/73.2

属性：网络剧/电视剧/电视剧

三月

节目名称：危险的她/坠爱

播映指数：49.4/34.6

属性：网络剧/网络剧

节目名称：我是余欢水/全世界最好的你

播映指数：72/65.8

属性：网络剧/网络剧

四月

五月

节目名称：创造营2020

播映指数：71.5

属性：网络综艺

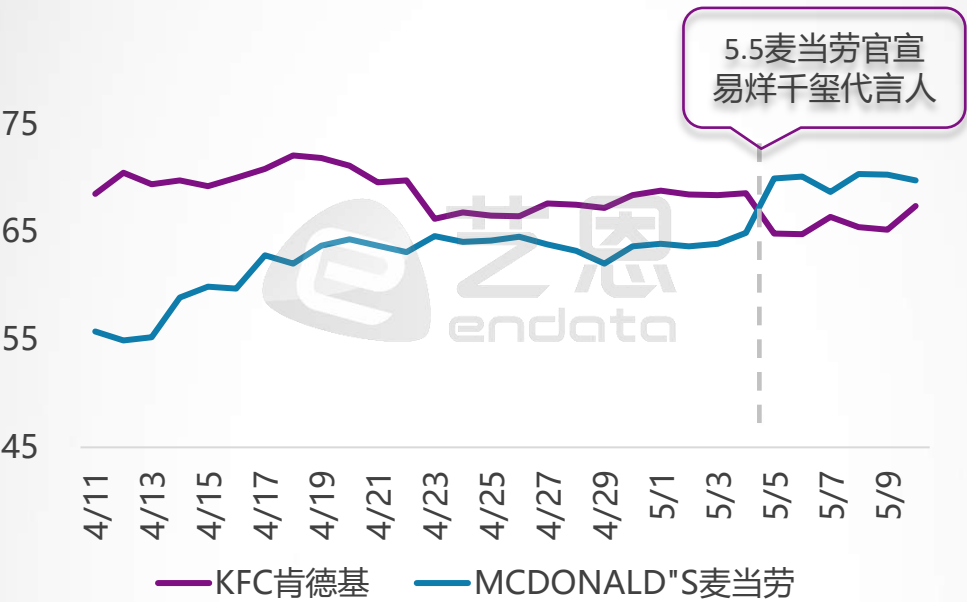
投放节目数量：7
广告投放类型数量：1
总频次：13

投放节目数量：3
广告投放类型数量：2
总频次：73

麦当劳的微博影响力呈持续上升趋势



西式快餐品牌的微博影响力趋势对比



source: 艺恩营销智库 截止到5月11日

©2020.5 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

西式快餐品牌提及量对比

品牌名称	总提及量	正面提及量	正面提及量占比
KFC肯德基	188313	128745	68.37%
MCDONALD'S麦当劳	90962	61905	68.06%

source: 艺恩营销智库 截止到5月11日

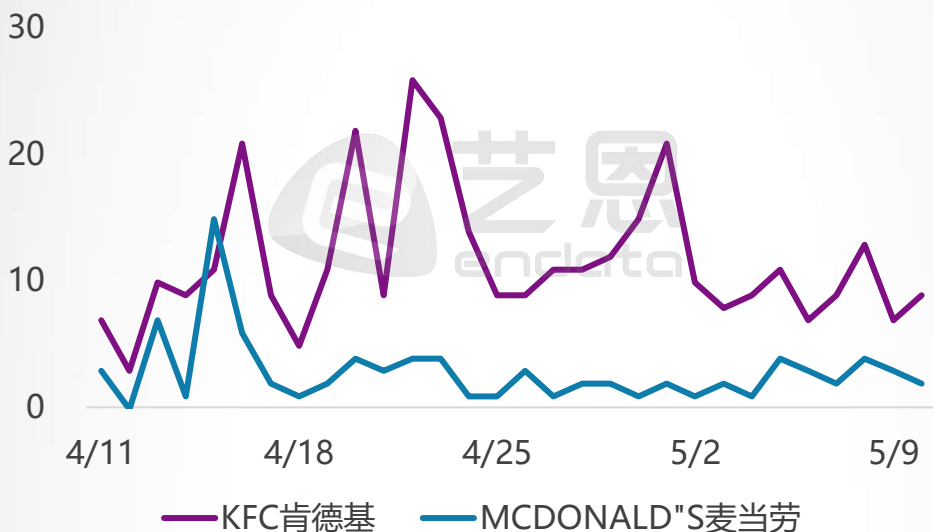
©2020.5 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

肯德基微博宣传力度总体大于麦当劳



西式快餐品牌官方微博量对比

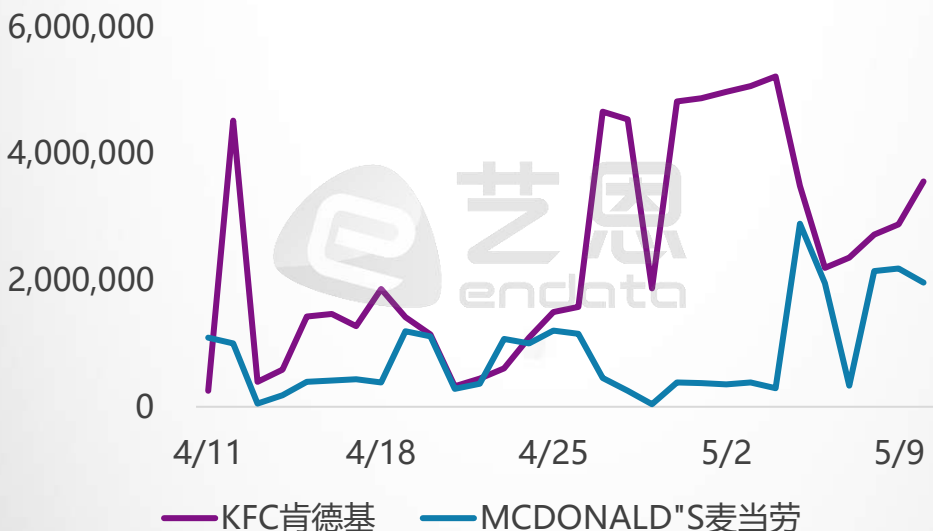


source: 艺恩营销智库 截止到5月11日

©2020.5 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

西式快餐品牌相关微博互动量对比



source: 艺恩营销智库 截止到5月11日

©2020.5 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

众多代言人中易烱千玺的 流量价值最高



品牌名：KFC肯德基

代言人：王俊凯
流量价值：85.24
代言时间：2019-5-2

代言人：朱一龙
流量价值：84.27
代言时间：2019-02-13

代言人：周冬雨
流量价值：75.95
代言时间：2018-11-16

代言人：王源
流量价值：74.14
代言时间：2018-7-26

代言人：鹿晗
流量价值：84.44
代言时间：2016



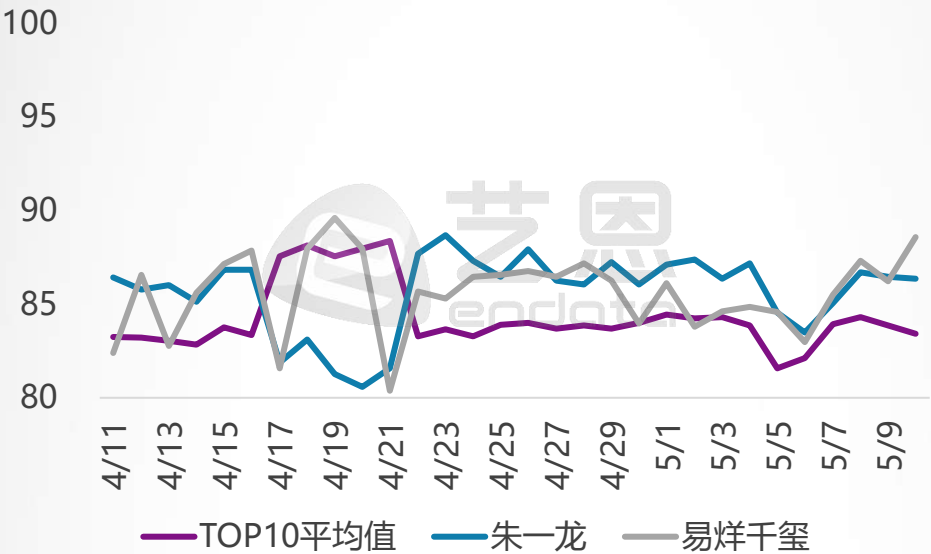
品牌名：MCDONALD'S麦当劳

代言人：易烱千玺
流量价值：88.79
代言时间：2020-05-05

易烱千玺商业价值四大指标 都比较突出



品牌代言人的商业价值指数趋势



source：艺恩营销智库 截止到5月11日

©2020.5 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

品牌代言人的商业价值四大指标对比

指标维度	朱一龙	易烱千玺
专业度	84.73	86.86
关注度	69.71	78.52
预测热度	78.72	81.13
带货力	86.31	94.43

source：艺恩营销智库 截止到5月11日

©2020.5 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

易烱千玺食品代言匹配指数更高



品牌代言人的商业价值四大指标对比

口碑对比	朱一龙	易烱千玺
微博铁粉	860961	1706353
超级话题粉丝量	600000	73200000
美誉度	69.77	83

source：艺恩营销智库 截止到5月11日

©2020.5 艺恩 ENDATA Inc. www.endata.com.cn

品牌代言人的产品匹配指数对比

代言产品	朱一龙	易烱千玺
食品	3.96	4.8
饮料	4.66	4.63

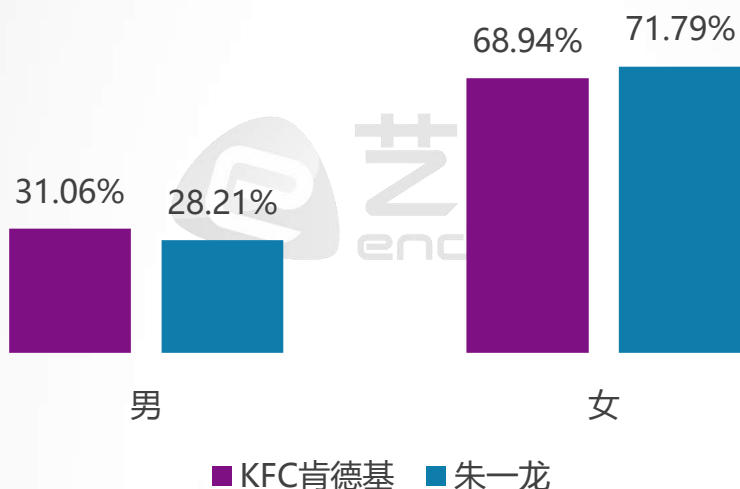
source：艺恩营销智库 截止到5月11日

©2020.5 艺恩 ENDATA Inc. www.endata.com.cn

肯德基品牌和代言人朱一龙的受众基本一致，主要集中在年轻女性



肯德基品牌及代言人的粉丝性别分布

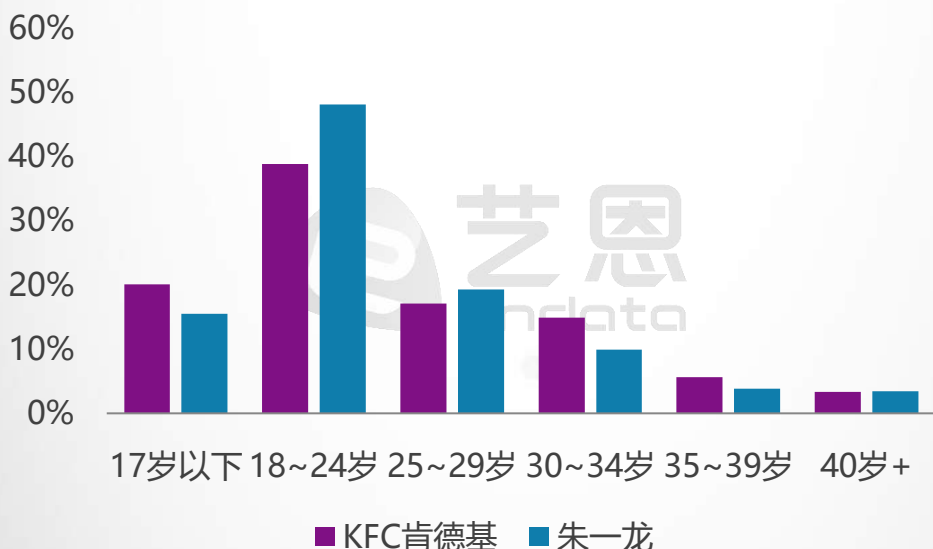


source: 艺恩营销智库 截止到5月11日

©2020.5 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

肯德基品牌及代言人的粉丝年龄分布



source: 艺恩营销智库 截止到5月11日

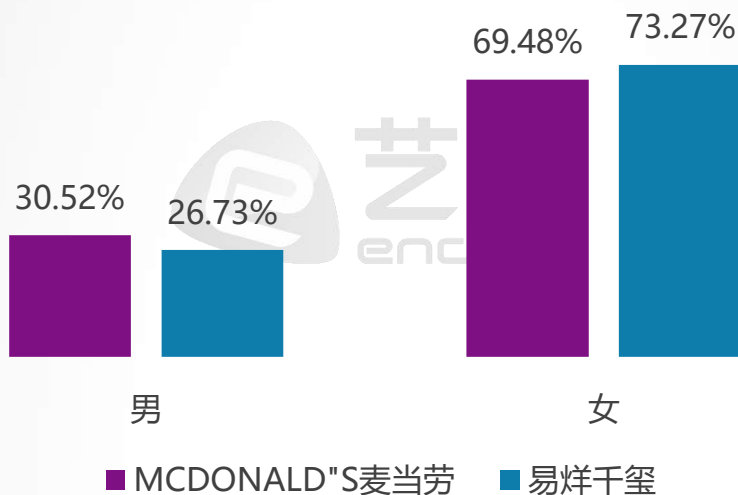
©2020.5 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

麦当劳与其代言人易烊千玺的受众基本相符



麦当劳品牌及代言人的粉丝性别分布

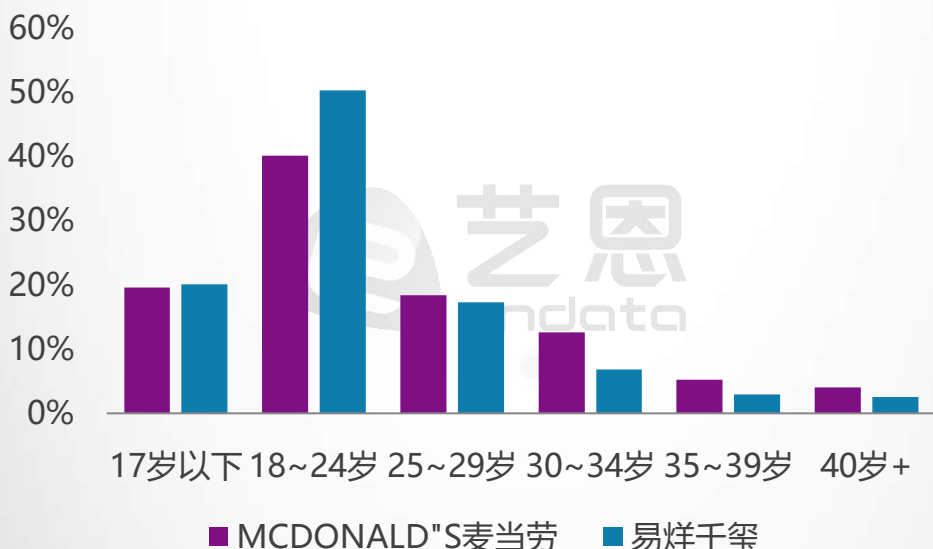


source: 艺恩营销智库 截止到5月11日

©2020.5 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

麦当劳品牌及代言人的粉丝年龄分布



source: 艺恩营销智库 截止到5月11日

©2020.5 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

报告说明



数据统计时间：截止到2020.5.11

数据来源：艺恩营销智库、视频智库

数据范围：麦当劳、肯德基、必胜客等

指标说明：

- 播映指数：反映某一影视内容播映后的综合价值。它由媒体热度、用户热度、好评度和观看度等数据通过算法加权得出。
- 流量价值是明星综合商业价值表现，更侧重明星流量热度，综合艺人的专业度，关注度，预测热度，带货力四个维度指标。
- 专业度：艺人专业度主要表现艺人历史作品及品牌代言的效果情况，参与计算的指标维度包括历史主演电影票房表现，历史主演视频节目播映热度，电影作品豆瓣评分，作品相关微博内容评论正负向，历史代言品牌数量，品牌热度，艺人获奖数量。
- 关注度：艺人关注度主要表现艺人网络中的舆情声量，参与计算的指标维度包括百度搜索指数，百度新闻数量，今日头条新闻数，微博转发量，微博评论量，微博点赞量，微博粉丝数量，贴吧关注数量，微博话题数量。
- 带货力：带货力的数值代表艺人的带货号召力，包括艺人的铁杆粉丝规模，超话粉丝规模。
- 广告投放数量：节目中出现的品牌投放广告总量。
- 广告曝光时长：节目中出现的品牌广告总时长。
- 广告曝光频次：节目中出现的品牌广告总次数。



www.endata.com.cn