

Celebrity Seeding

明星种草与品牌内容

让产品进入真实场景

PRODUCT. TALENT. CULTURE.

国内明星 Seeding 业务介绍



从一次露出，到一组可传播的品牌内容

业务定位 / WHAT WE DO

围绕产品与艺人的适配，协调产品出镜、素材返还与后续传播，让明星合作成为品牌内容建设的一部分。

01

产品进入场景

私服穿搭、日常使用、活动亮相及其他经确认的露出场景。

02

素材形成资产

明确返图要求与使用权限，为品牌内容传播提供素材。

03

传播承接关注

结合品牌自有渠道与内容策划，延续产品露出的传播价值。

明星 Seeding，如何与品牌合作

核心服务 / SERVICE DEFINITION

品牌提供产品，通过商务协调进入艺人可配合的使用或出境场景，按约定获取图片等素材，并在授权范围内开展内容传播。

A

明星 Seeding

以产品露出与素材返还为核心。
适合产品种草、上新及内容积累。

B

艺人商务合作

代言、TVC 拍摄、活动出席等。
根据品牌目标单独沟通权益与报价。

C

内容传播配套

品牌自有渠道、二次内容及话题策划。
按授权范围与传播需求另行规划。

先看产品与人群，再确定艺人组合

匹配逻辑 / TALENT FIT

- | | | |
|----|-------|----------------------------|
| 01 | 品牌与产品 | 产品定位、价格带、视觉风格与使用体验。 |
| 02 | 艺人与受众 | 艺人形象、受众特征、内容风格及合作适配。 |
| 03 | 场景与表达 | 产品如何被穿戴、持有或使用，画面能否体现识别点。 |
| 04 | 预算与权益 | 合作数量、素材要求、发布时间及授权范围共同影响成本。 |

艺人名单、档期与具体权益，以项目沟通及最终确认为准。

四类场景，让产品更容易被理解

露出形式 / PRODUCT IN CONTEXT

01 私服与穿搭

服饰、鞋履、箱包、配饰等，融入日常造型。

02 日常使用

耳机、手表及生活方式产品，突出使用状态。

03 活动与内容拍摄

根据活动、杂志或内容制作条件协调产品出镜。

04 节目及影视场景

根据制作安排、场景适配与相关权限另行确认。

服饰与箱包：把产品融入造型

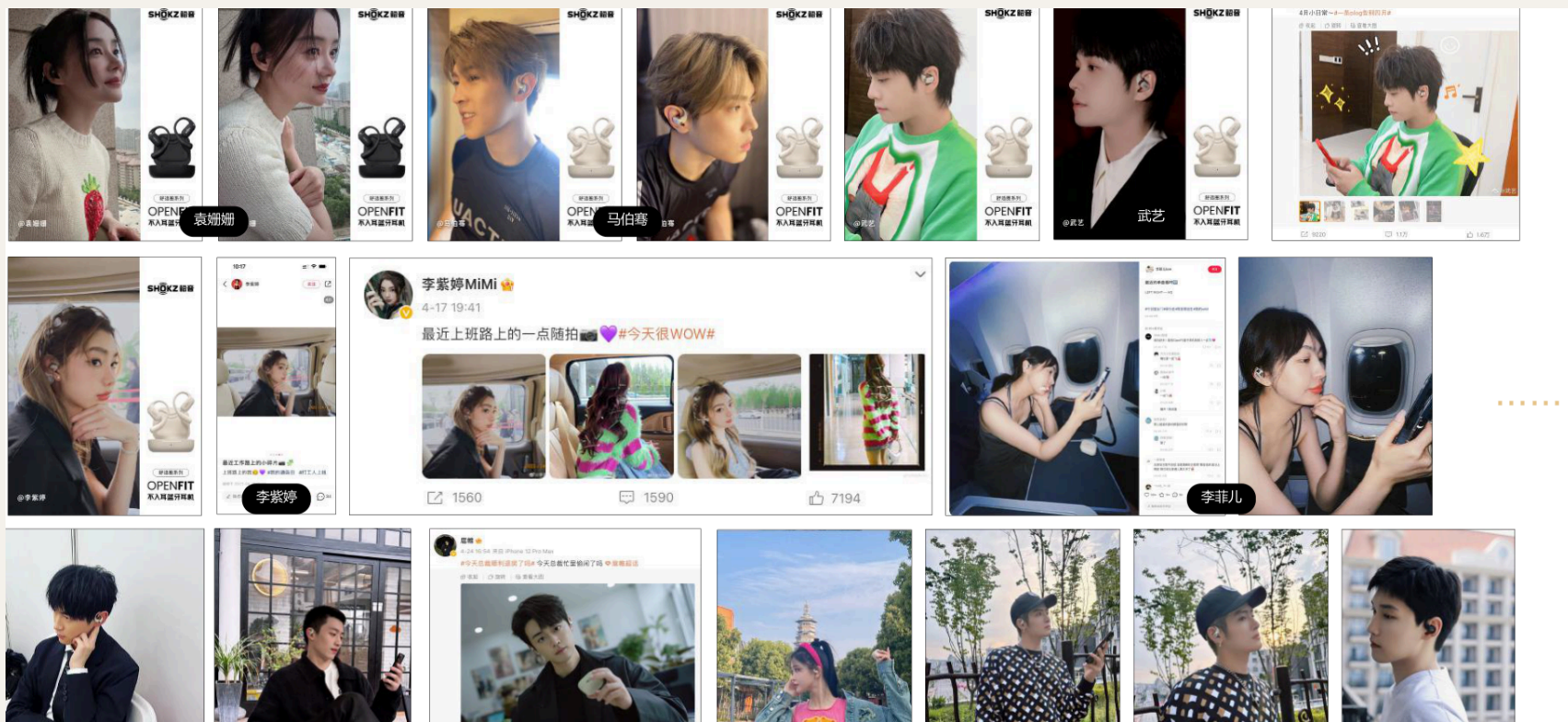
产品露出案例·穿搭场景



案例展示用于说明露出形式；具体素材使用范围以项目授权为准。

耳机：让使用状态成为内容

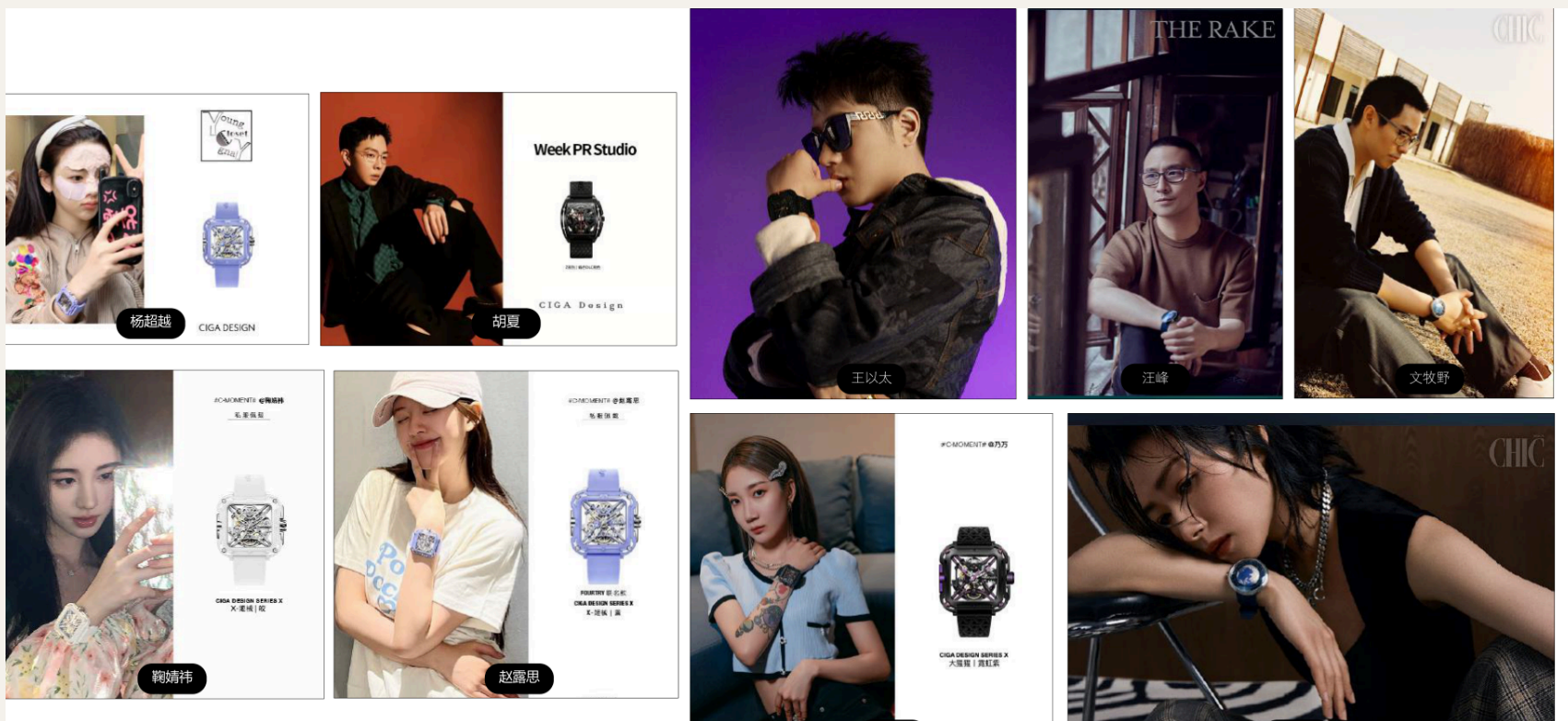
产品露出案例·数码场景



案例展示用于说明露出形式；具体素材使用范围以项目授权为准。

手表与配饰：用细节建立识别

产品露出案例·配饰场景



案例展示用于说明露出形式；具体素材使用范围以项目授权为准。

艺人商务与整合营销项目展示

拓展服务 / SELECTED PROJECTS



小度 × 澜曦

创意内容与品牌产品表达



HOTSUIT × 金晨

TVC、品牌传播与线下活动



创维 × 谭松韵

品牌内容、直播与线下联动

艺人商务与整合营销项目展示；具体合作形式与权益单独洽谈。

把每一次合作，拆成清晰的交付

执行流程 / FROM BRIEF TO DELIVERY

- | | | |
|----|-------|-------------------------|
| 01 | 需求对齐 | 确认产品、目标人群、合作目的、预算及传播计划。 |
| 02 | 方案匹配 | 拟定艺人组合与露出形式，沟通档期及合作条件。 |
| 03 | 权益确认 | 明确素材数量、返还节点、渠道、期限及使用方式。 |
| 04 | 产品与执行 | 协调寄送、艺人团队沟通及实际场景配合。 |
| 05 | 素材与复盘 | 整理返图与执行记录；如含传播，按约定口径复盘。 |

返图之后，如何延续传播价值

传播配套 / CONTENT ACTIVATION

01

品牌自有渠道

围绕产品卖点组织内容，
结合公众号、微博、小红书等
渠道安排发布。

02

二次内容策划

将获准素材与产品介绍结合，
策划穿搭、场景或使用主题，
保持表达与产品事实一致。

03

话题与搜索承接

围绕艺人与产品相关主题
规划内容，衔接品牌搜索
及落地页信息。

配套传播单独计费；热搜、曝光量、销售结果等不作为默认交付承诺。

品牌初级铺量期 · 合作配置

按艺人梯队匹配，具体艺人以项目确认为准

艺人梯队	参考粉丝量（微博）	合作人数	发布平台
第一梯队	800-2000 万+	1 位	微博 / 小红书 软植入 · OOTD
第二梯队	500-800 万+	2 位	
第三梯队	100-500 万+	3 位	

- 露出形式

私服、综艺、杂志、影视剧、广告；具体场景按项目确认。
- 素材返还

平均每位返图 2-4 张，可根据品牌实际预算灵活组合，价格详询。

艺人参考范围

用于梯队对标，实际可合作名单、档期与条件需逐项确认

01	第一梯队	800-2000 万+	杨幂、张杰、汪苏泷、马伯骞、李一桐、任嘉伦、张艺兴、彭昱畅、华晨宇、贾乃亮、杨超越、许魏洲、林彦俊
02	第二梯队	500-800 万+	程潇、于文文、张紫宁、李紫婷、杨芸晴 Sunnee、陈宥维、郑乃馨、张颜齐、袁姗姗、赵让、甘望星、董又霖、何洛洛、管栎、黄灿灿、徐艺洋、INTO1 力丸
03	第三梯队	100-500 万+	武艺、昌隆、曹恩齐、魏宏宇、于小彤、陈欣予、赵嘉敏、曾雪瑶、查杰、徐紫茵

粉丝量及名单沿用提供的合作配置资料，仅作参考；最新数据及合作权益另行确认。

交付清楚，素材才有持续使用价值

合作边界 / RIGHTS & DELIVERABLES

交付内容

合作对象、露出形式、素材数量、格式与交付时间。

发布安排

区分素材返还与艺人账号发布；发布平台、时间需单独确认。

素材授权

明确渠道、期限、地域、剪辑范围及是否允许付费广告使用。

执行变更

档期调整、场景变化、延期及替换机制，在合作前约定。

传播口径

产品露出与品牌代言分别确认；传播表达与已获授权保持一致。

让合适的产品，
出现在合适的场景。

瑞驰创意 × 壹漾娱乐

国内明星 Seeding · 艺人商务 · 内容传播

开启合作，需提供：
产品资料、目标人群、预算区间、上线时间与预期交付。

LET'S BUILD YOUR NEXT BRAND MOMENT.

