



Top
Mobile
Awards

九阳#杨幂人生的味道#微博营销

- ◆ 广告主：九阳
- ◆ 所属行业：家电
- ◆ 执行时间：2017.04.17-04.26
- ◆ 参选类别：短视频营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

http://v.youku.com/v_show/id_XMzAwNzEwNDM5Ng==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1

或者
扫一扫看视频





背景



经过长期的市场洗礼，豆浆机行业步入成熟期，普及率较高，城市家庭已经普遍拥有豆浆机。不过，豆浆机从制浆到清洗都需要花费一定的时间和精力，从而难以跟上年轻消费者的生活节奏。

九阳是豆浆机行业的领跑者，并致力于电饭煲，榨汁机，料理机，面条机等产品，九阳一直倡导并鼓励用户亲手做一杯豆浆或者一顿晚餐，是对家人最好的关爱。

此次，**九阳推出全新P10无渣豆浆机**，集高颜值、高性能于一体，致力于为年轻人带去健康的生活饮食方式，并期望在成熟的市场竞争格局中，**进一步吸引年轻人群关注**，继续保持品牌的市场份额和领先地位。

九阳豆浆机 最新代言人杨幂宣传片首发

2017年杨幂代言九阳豆浆机

主题为：人生的味道，幂制豆浆，喝出美丽



目标

#杨幂人生的味道# 话题

“九阳新品促销政策”

声量

让杨幂人生的味道
大曝光 全覆盖

短时间大曝光

覆盖

通过微博信息流及大号转
发助推使视频播放量飙升

洞察



女性在这个高速运转的社会中，承受的压力也越来越大。

九阳一直以来向女性消费者传达的生活态度是自信、独立而乐观的。

女性不仅可以事业有成，也能制造出生活的格调。

*喝豆浆的女人往往代表着自信，不为世间的繁复所扰，有自己的坚持和选择：
追求纯粹，喝原味；追求营养，喝五谷，追求口感和乐趣，就可以想随心调制自己专属搭配！*



策略

通过杨幂代言短视频的承载，以真诚独白的形式——传递面对人生的多种选择，就像精心自制豆浆一样，明白自己的内心所求，去选择食材，耐心等待，就能制造出属于自己独一无二的那杯味道

在聚合大量杨幂粉丝的微博平台上进行传播
直击用户内心，形成共鸣

热点制造

配合运营手段，微博打造“杨幂人生的味道”话题，粉丝参与幂制豆浆活动，炒热品牌话题

全民跟风

病毒视频及互动话题，吸引全网粉丝跟风参与互动，明星网红吸睛全面引流话题互动

涟漪扩散

热门话题、kol刷屏推荐等资源，病毒话题营销让九阳豆浆机短期收获海量曝光

1 预热期

杨幂、杨幂工作室、杨幂粉丝团、九阳等微博账号粉丝头条宣布代言，对代言视频设置悬念

4.17

2 高潮期

掀起#杨幂人生的味道#话题热议，宣发视频全面曝光

4.24

4.25

3 升华期

微博热搜榜，推出明星、粉丝、品牌自制豆浆，延续品牌热度

4.26

#杨幂人生的味道#话题

#九阳新版宣传视频#粉丝头条

粉丝通、实时热搜榜、开机报头

新代言关系，官宣视频设悬念

#@杨幂正式成为@九阳代言人#

杨幂、工作室、粉丝及九阳同时发声，宣布代言关系，为九阳新的宣传片造势



官宣短视频首发，引爆热点

微博开机+首页信息流+话题，病毒式视频传播，引爆热点



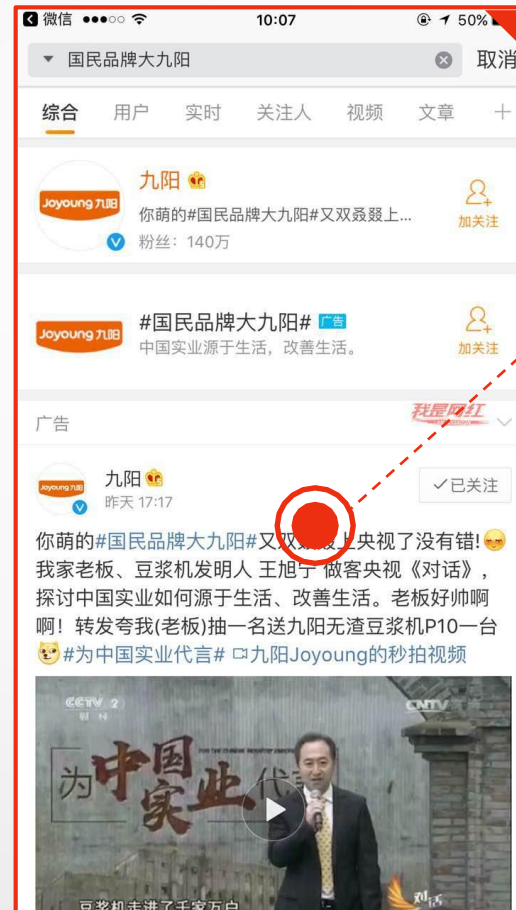
微博资源高覆盖，冲击话题榜第一

4.24号，官宣视频首发，微博多种资源覆盖
#杨幂人生的味道#冲击话题榜第一

- @九阳、@杨幂、@杨幂中文网等账号公布大片，借助粉丝头条和信息流实现精准推送。
- 片中杨幂以新女性形象传达独立健康的生活理念，引发**数位KOL**倾情转发，**200家蓝V**携手助阵。
- 段子手贡献“五谷拼杨幂图”的脑洞，达人秀出“九阳”食谱，@杨幂微吧更送出杨幂签名版P10豆浆机，热点全面引爆。



实时热搜，持续升温



微博热搜榜引流进入九阳官网微博，
深层次曝光九阳品牌，
将九阳历史和企业精神传播出去

传播效果



4亿

活动总曝光

2亿

#杨幂人生的味道# 话题阅读量 | 互动量

80万+

2200万

杨幂代言短视频播放量

22万

杨幂代言短视频转发量

九阳线上旗舰店

新品月销量飙升10倍

九阳和杨幂持续3周登顶

VLinkage寻艺品牌指数榜

品牌声量

“九阳”、“人生的味道” 关键词掀起热议，微指数明显升高

