

最后的骑士：华帝机器人

- ◆ 广告主：华帝电器
- ◆ 所属行业：3C
- ◆ 执行时间：2017.06.13-06.27
- ◆ 参选类别：内容营销类



vatti 華帝



a MICHAEL BAY FILM

变形金刚5

最后的骑士

Last Knights



十年IP巨制，最佳借势契机

《变形金刚5：最后的骑士》



20余年科技沉淀
华帝厨电



vatti 華帝

变形金刚5
最后的骑士

10年IP巨作
《变形金刚5：最后的骑士》



强强联合
重装出击

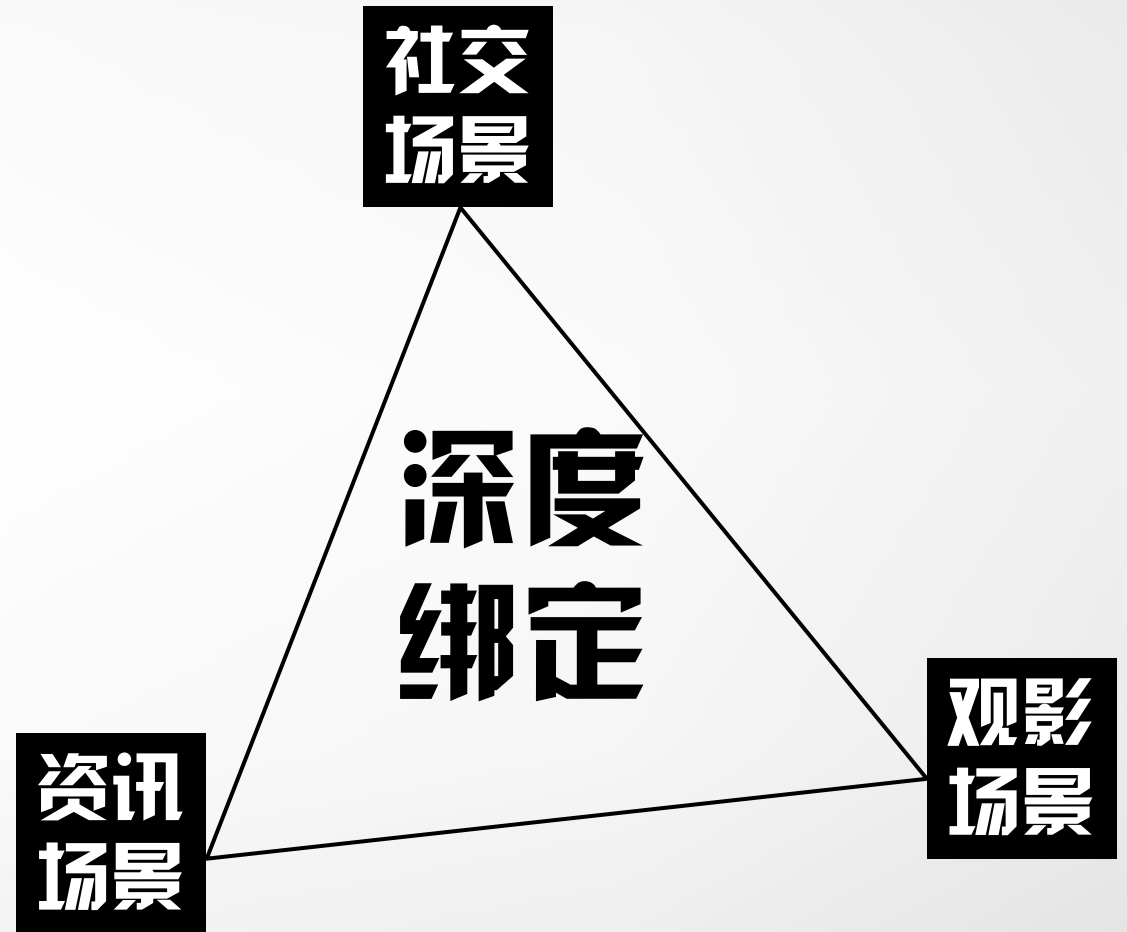
借势IP

借势变形金刚5
提升华帝品牌知名度与美誉度
传递“高端 智能 科技化”品牌认知



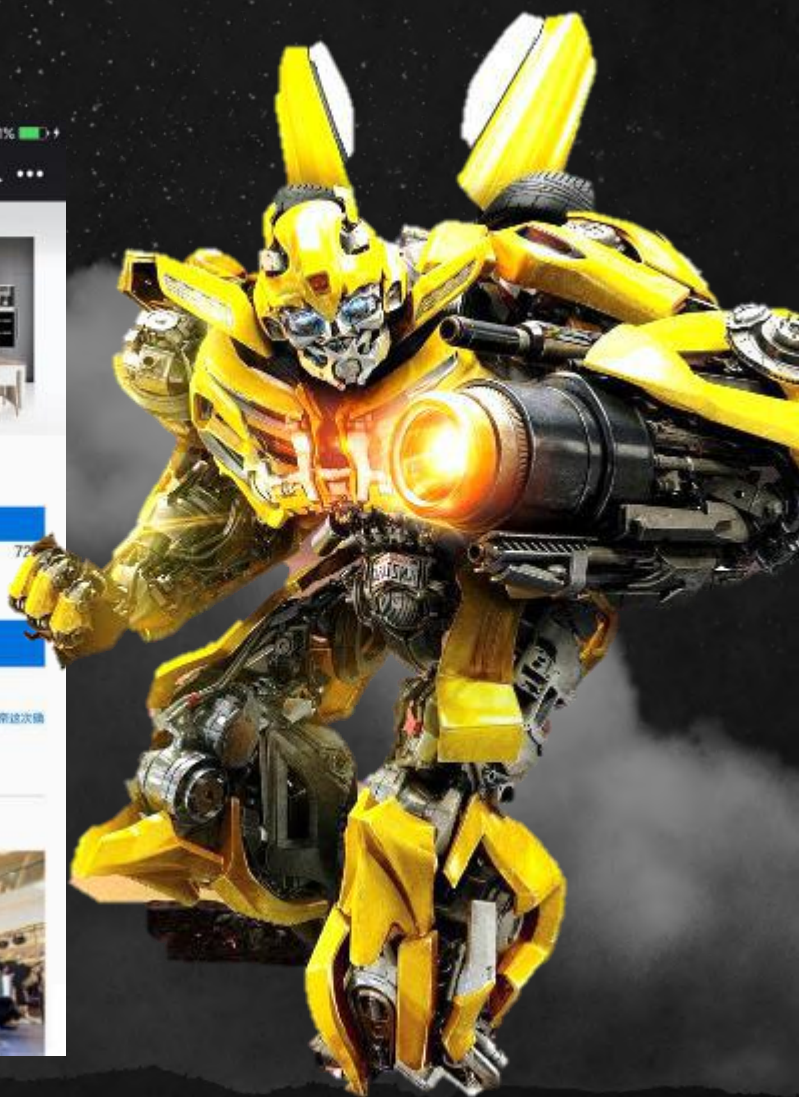
三大场景

实现品牌与IP深度绑定



社交话题绑定——华帝机器人PK大黄蜂

一点资讯话题PK：#大黄蜂和华帝机器人，谁更萌# 引爆话题讨论，微博热门话题“史上最丑变形金刚”
自黑形式引发用户关注



资讯内容绑定—华帝与“变5”如影随形

识别出含有“大黄蜂”、“变形金刚”、“迈克尔·贝尔”等标签的影评、电影资讯等内容，将华帝品牌信息与之程序化绑定，使用户软性接触到品牌信息



华帝电器
超级IP“变形金刚5”

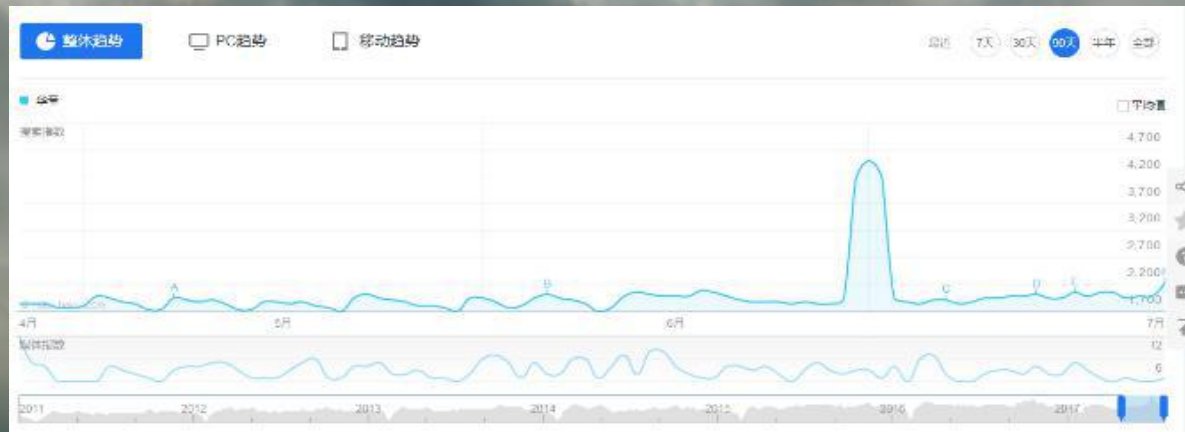
绑定有影响力的IP
跟随用户兴趣内容展现广告

线下互动绑定—华帝机器人进影院

首映期间，在广州、深圳两大城市，举办多场线下免费观影活动，将华帝机器人及产品带入影院，实现品牌与用户的线下互动绑定，进一步提升IP粉丝对华帝的品牌认知。

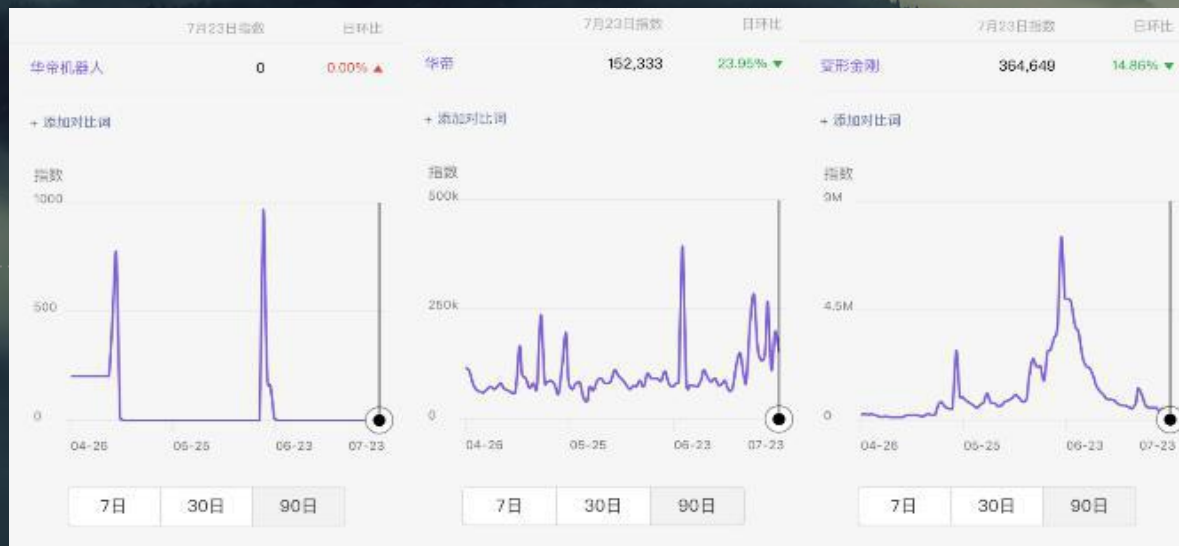


投放期百度指数一度达到峰值



执行效果

大范围精准触达受众，传播效果超出预期



“华帝”关键词当日微信指数达到顶峰

总曝光量：5,000万+

*一点资讯站内+线下总曝光

社交话题阅读数：1,078万+

*微博话题#史上最丑变形金刚#

总点击量：864万+

数据概览