

# 新碧×Mobike 「一骑与阳光玩游戏」

- ◆ **广告主**：曼秀雷敦（中国）药业有限公司
- ◆ **所属行业**：个人护理
- ◆ **执行时间**：2017.05.06-07.05
- ◆ **参选类别**：媒介整合类

# 案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面观看视频

[http://v.youku.com/v\\_show/id\\_XMzA0ODM2Mzc2OA==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1&qq-pf-to=pcqq.c2c](http://v.youku.com/v_show/id_XMzA0ODM2Mzc2OA==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1&qq-pf-to=pcqq.c2c)

密码 GZ83547972

## 项目背景

作为亚洲最“会玩”的防晒品牌

曼秀雷敦新碧一直站在防晒市场的潮流尖端

夏季随着人们的防晒意识与需求的提升

新碧如何通过场景化的互动方式，有效形成产品联想

让TA享受比水还薄，无存在感的防晒体验？

## 传播目标

新碧 SUNPLAY



mobike  
摩拜单车

借新碧与摩拜的跨界合作，吸引受众积极参与  
让防晒场景化的互动提升品牌曝光度，实现双赢

## 面临挑战

如何利用较少的预算，  
精准抓住年轻人对防晒的需求  
形成有趣的互动方式？

## 移动时代的出行方式：共享摩拜单车

单车出行再次兴起，但骑行防晒成了最大难题



2016年，共享单车进入我们的视野并火速崛起，解决了出行最后一公里的难题，掀起一股**单车出行潮流**，但炎夏酷暑，骑车出行诸多顾虑，对防晒的需求大大提升，尤其是女性群体，**夏日骑行防晒成了最大难题**。

## 移动出行防晒：一骑与阳光玩游戏

联动线上线下+360°推广全面覆盖



结合曼秀雷敦新碧“我喜欢和阳光玩游戏”的品牌主张  
紧抓共享单车热点，洞察骑单车需防晒场景  
策划一场北上广深「新碧×摩拜」的跨界营销活动



mobike  
摩拜单车

# 新碧SUNPLAY



骑摩拜不怕晒

## 新碧约你 和阳光玩游戏



轻透  
水感防晒喷雾



SPF35  
PA+++



轻透  
防晒水凝乳



mobike



## 亮点

### 线上线下载动

移动端互动H5配合北上广深地铁宣传

联动线下屈臣氏和线上电商渠道，为消费者**送上三重好礼**。

### 型男KOL直播宣传

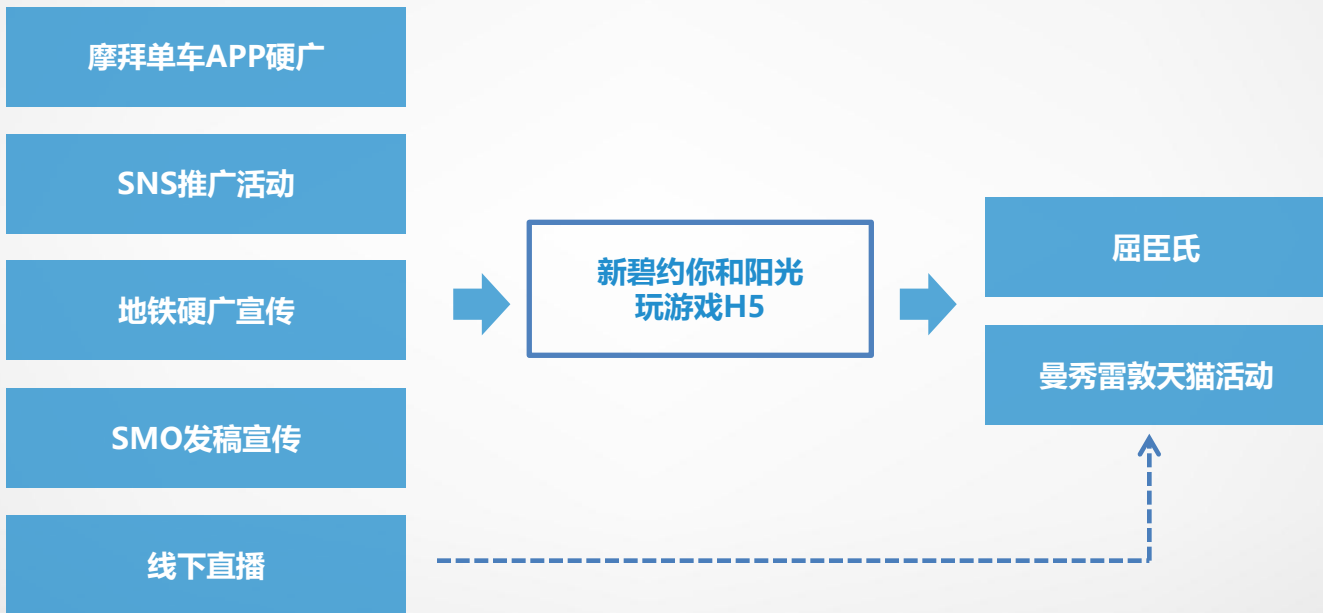
KOL型男直播

让消费者体验新碧防晒，配合微博等主流媒体宣传推广。

### 免推广费的资源置换

新碧与摩拜两大品牌资源置换，**实现双赢**。

## 项目执行



## 摩拜四大城市联合发布活动信息

北京



上海



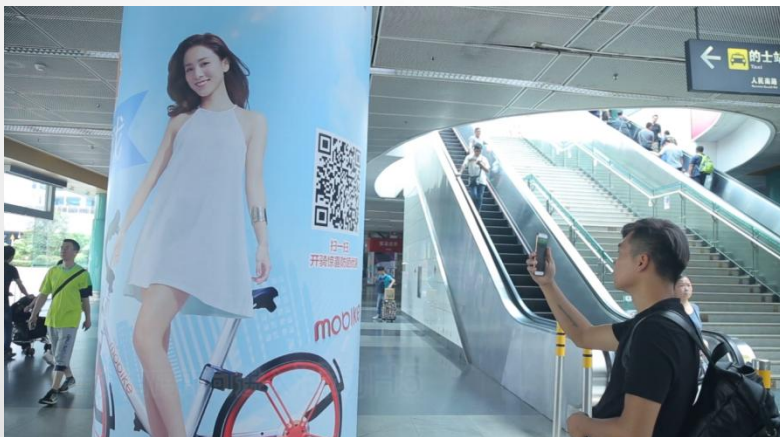
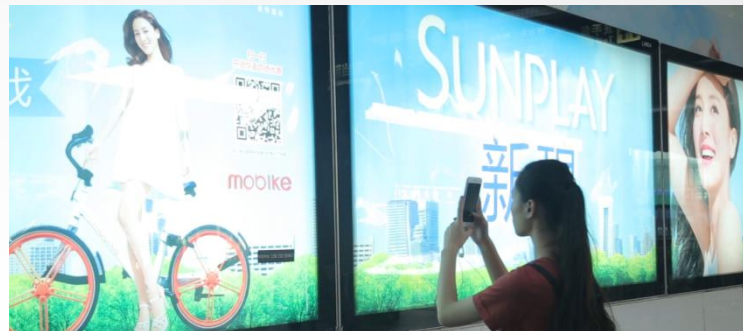
深圳



广州



地铁广告宣传



## 新碧X摩拜单车定制 “一骑和阳光玩游戏” H5



内容页



一重礼



二重礼



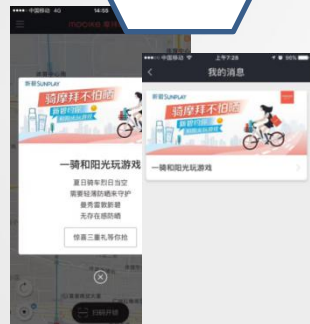
三重礼

线下直播活动现场



# 借势共享热点大胆跨界，全面推广覆盖引发热议

摩拜单车  
市场合作



**1.57亿+**

摩拜单车APP大曝光引  
流  
资源总曝光超1.57亿

H5  
互动游戏



**333万+**

曼秀雷敦新碧×摩拜单  
车  
活动H5浏览量超333万

线下直播



**257万+**

线上直播扩大影响  
同时观看人数最高  
252,000人

SNS推广



**420万+**

线上话题炒热，覆盖  
超420万人次，网民积  
极互动，留言称赞活  
动

WTS活动



**屈臣氏  
线下联动**

线上发布活动信息  
线下消费者积极参与

户外  
地铁广告



**四地地铁  
广告曝光**

北上广深地铁硬广  
令活动传播最大化

THANK YOU