

# 海鸟窝 & “中国女孩” 昕薇模特大赛整合营销推广

- ◆ 广告主：海鸟窝
- ◆ 所属行业：旅游服务业
- ◆ 执行时间：2016.07.15-2016.10.29
- ◆ 参选类别：视频直播营销类

# 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

<https://v.qq.com/x/page/x05217qjl9j.html>

或者  
扫一扫看视频



## 背景及挑战

浮潜拍照已成为当下年轻人出游海岛的必备项目，但浮潜装备种类繁多、价格高企。

海鸟窝，致力于为热爱旅行、敢于冒险、崇尚自由并乐于分享的年轻人群提供专业的浮潜装备、水下相机租赁，一种以租赁代替购买的全新商业模式正逐渐成为市场主流。

一个崭新的品牌、一个全新的商业模式，在认知度不高的情况下，如何把品牌的创新精神传达给年轻受众，引起共鸣，从而提升品牌声量与知名度，成为本次活动的一大挑战。

## 实现目标

在认知度不高的情况下，借助优质直播平台，通过一场极具话题性的营销活动，结合丰富直播内容，引起年轻受众的共鸣，实现品牌强关联，使海鸟窝的声量与认知度在“会玩”、愿意尝试新鲜事物的年轻群体中提升，让更多热爱旅行、乐于分享的年轻消费者认识到海鸟窝品牌以及其专业浮潜装备租赁服务；同时8-10月份对海鸟窝各大电商平台产品销量至少提升10%。

## 洞察发现

年轻人“会玩”，愿意尝试新鲜事物，而且对娱乐类直播更感兴趣

## 核心策略

**策略：一场颠覆性的娱乐整合营销，传递打破常规品牌精神。**

2016年，借网红、直播元年爆发之势，本届昕薇模特大赛通过**赛制、玩法、形式、地点四大颠覆**，将传统的人气娱乐选秀节目，结合人气直播平台，打造成模特大赛直播综艺节目，为品牌方提供优质的内容输出，成为品牌直播营销的一大利器。

为此，海鸟窝迎合粉丝经济，与热门娱乐IP【中国女孩】昕薇模特大赛强强联手，开启了一段全新的泛娱乐合作跨界之旅，令受众“所见即所得，所玩即所享”，传递**打破常规**的品牌精神，开启泛娱乐营销新篇章。

活动亮点

# 亮点1

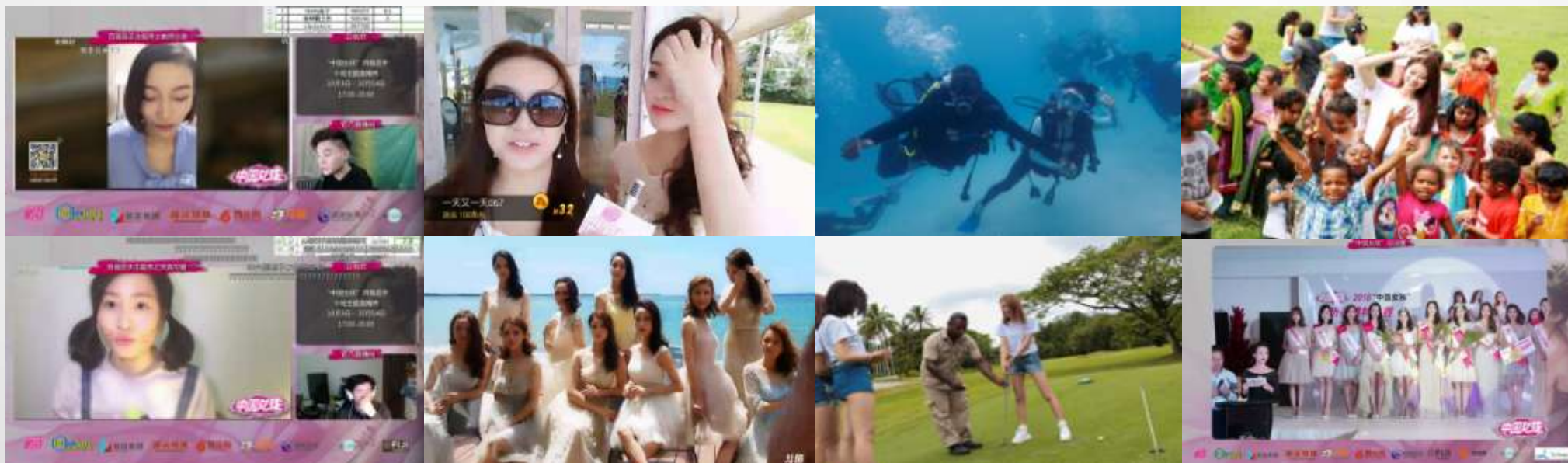
- 全新颠覆性玩法，跨平台竞赛+直播淘汰赛+直播复活赛超强结合
- 直播平台粉丝与选手**即时互动**，观众赛事参与感全面提升
- 选手直播间+官方直播间合计当日同时在线观看人数**750万+**，粉丝互动礼物数**850万+**



活动亮点

# 亮点2

- 一档模特大赛+直播互动+海外旅游+户外运动+爱心公益的**直播综艺节目**
- **首创直播间查房新玩法**，素人选手直播零门槛，直播技能快速提升
- 目前斗鱼直播平台上**直播形式及直播内容最多元化最具看点**的直播节目



活动亮点

亮点3

- 专业海外运营团队，海外资源超强整合，全面提升直播综艺效果
- 全程线上直播，多元化优质直播内容输出



## 活动亮点

# 亮点4

- 斗鱼直播平台大流量广告资源活动曝光
- 直播平台节目曝光16.5亿人次





活动亮点  
亮点5

- 线下赛事昕薇杂志总编、昕薇人气专属模特、直播平台人气主播、国内知名摄影师等大咖现场助阵



## 活动亮点

# 亮点6

- 国内多家合作媒体平台对赛事进行跟踪报道
- 海外总决赛引发外媒高度关注，并对选手现场采访
- 活动媒体曝光超**1250万**人次



新浪娱乐、腾讯娱乐、网易娱乐、新浪时尚、时尚芭莎等超50家合作媒体

斐济电视台新闻

斐济太阳报

## 执行过程

		网络报名 8.5-8.26	8城市落地海选& 网络直播海选 8.27-9.30	100进20 10.3-10.14	超模学院 线上培训 10.17-10.18	斐济总决赛 10.22-10.29
线上	网络	H5&斗鱼平台报名 官网、门户网站信息露出	线上直播海选	100进20主题直播	直播平台全程广告露出 (PC端首页、板块置顶、手机端幻灯片、板块置顶、活动专题页)	
	微信	昕薇官微、易简官微、微果酱及旗下大号联推, 45条	昕薇官微、微果酱联推, 28条	昕薇官微推送, 1条	昕薇官微、易简集团、易简旅游联推 5条	易简旅游, 昕薇官微推送 4条
	微博	昕薇官方微博推送活动信息, 10条	昕薇官方微博推送活动信息, 9条	昕薇官方微博推送活动信息, 9条		昕薇官方微博推送活动信息, 1条
线下			8城城市落地赛			斐济海外总决赛

## 媒介策略

2016年，借网红、直播元年爆发之势，海鸟窝与热门娱乐IP【中国女孩】昕薇模特大赛强强联手，结合人气直播平台全新打造模特大赛直播综艺节目，国内外线上与线下全面打通，多维度立体式传播，海鸟窝品牌全方位曝光。

- **顺应粉丝经济，将自带流量的模特主播充分利用，品牌产品直播间软植入，制造量级话题，多维互动，让模特主播转化为品牌的KOL;**
- **紧贴国内国外多场落地赛事，线下无聊线上直播，品牌跨平台高频露出；**
- **全媒体资源超强整合，通过官网、杂志、双微平台进行传播，广度扩散品牌曝光度**

## 市场表现

**销量贡献**：与2015年9、10月相比，2016年的9月销量同比增长**10%**，10月增长**36%**；*(数据来源：海鸟窝销售数据)*

**品牌贡献**：8-10月份各平台新增用户**73,847**人，与7月份调查相比增加了**32%**，其中82%是通过昕薇模特大赛认知海鸟窝；*(数据来源：海鸟窝后台数据)*

**用户关系**：2016年11月对用户发放问卷调查中，与7月份调查相比，用户好感度提升了**22%**；*(数据来源：海鸟窝官方调研数据)*

**传播力**：活动期间传播总曝光量覆盖**17亿**人次；*(数据来源：斗鱼后台、昕薇双微、KOL微信公众号、合作媒体)*

## 客户反馈

海鸟窝致力于改造国人的度假理念，传递更加时尚的贴近欧美的海岛休闲度假方式，昕薇模特大赛是国内重要的一个时尚符号，本次昕薇采取颠覆性的线上线下赛制玩法以及选取美丽的海岛斐济作为海外总决赛地点，对于海鸟窝是一次很好的合作契机，将网红、直播、海岛游三大最火爆元素结合，让我们更好地向国人传播品牌理念，提高品牌声量，达到品效合一，对于本次合作，超过了我们的预期效果。