

巧乐兹跨次元萌动一夏

- ◆ 广告主：伊利巧乐兹
- ◆ 所属行业：快消
- ◆ 执行时间：2017.04-08
- ◆ 参选类别：互动体验类

- 品牌背景及目标：

巧乐兹一直坚持青春、浪漫调性，以“一签一码”为独有品牌资产。产品偏向女性消费群体，今年夏季推出“绮炫”系列新品，希望继续撬动年轻消费群，鼓励年轻人“炫”出爱。



巧乐兹

- *洞察：*

三大时代特征催生近2亿新生代的主流文化——泛二次元文化：

1) “有爱”的价值观：活在自我环境中的新生代，更喜欢单纯有爱的二次元世界，这其中分化出偏女性向的“萌文化”——对一切萌事物天然的缺少抵抗力。

2.娱乐即生活：线上制作并分享有趣内容

我们发现二次元的年轻女性，P图、自制表情包是他们的共同爱好（天天P图的二次元挂件近9成的女性使用占比，70%小于30岁）

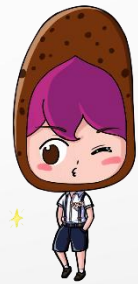
3. 喜欢最重要：热衷参与明星活动找到文化归属感

年轻人为喜欢的事情付出和买单，对于扁平的品牌无感，而容易与调性更鲜明更人性化的品牌沟通。

- 策略：

将雪糕产品，转化成虚拟IP形象，将品牌立体化、人性化的呈现，让品牌形象能主动自然的与消费者沟通，雪糕萌主带领用户掌握与最爱好友和偶像的萌萌哒炫爱姿势，让年轻人用自己习惯的网络语态把爱炫出来，在二次元世界中拉近与消费者的亲密度。

三次元世界说爱束缚多
二次元虚拟世界的勇敢表达方式，拉近年轻一代



炫爱萌物
巧公子

品牌卖萌新境界

带你穿越二次元“炫世界”发现不同的自我，勇敢炫出爱

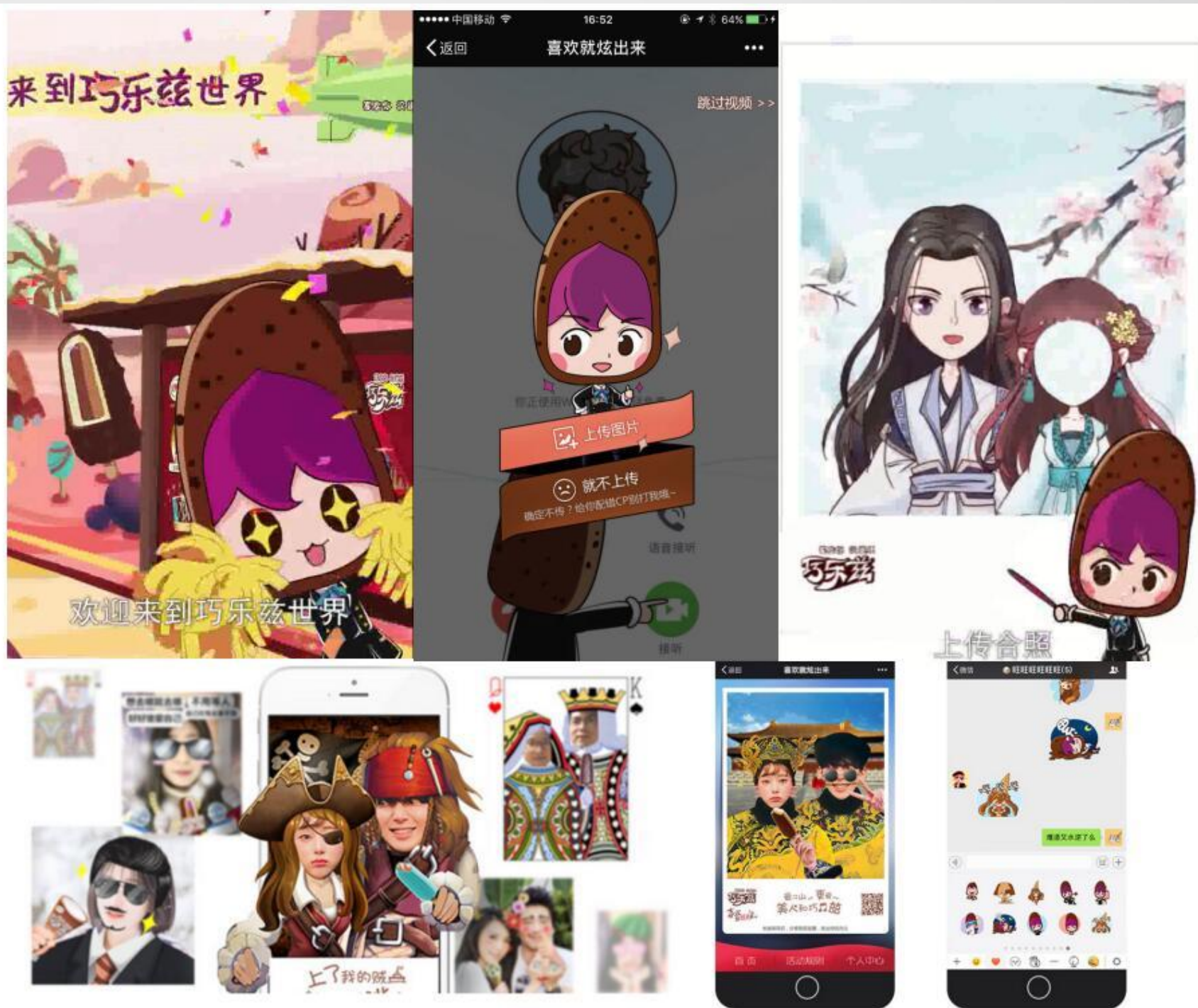
• 1.巧乐兹棒签，学会炫爱蜜语

吃巧乐兹，获得甜蜜炫爱双重小惊喜，第一重用户用棒签上印制的唯一密码兑换红包，收获巧公子的甜甜表白；第二重棒签上的炫爱蜜语把你拉入巧乐兹的炫世界，跟着巧公子在二次元的世界中学会如何勇敢炫出爱。



2.巧公子带你秀出炫爱特技

- 现实版的单身狗？上传照片为你配二次元CP（二次元P图效果）
- 现实中很含蓄？线上斗图做傲娇小公举（定制巧公子表情包）
- P图挂件恶搞好友照片，私人定制表情刷出炫爱虐狗新高度（上传照片，P图制作表情包）



3.巧公子带你表白炫爱偶像

与身边好友玩不够？巧公子还能满足你对挚爱偶像的各种炫爱幻想。在《周一见》节目中，巧公子带领粉丝约见13位明星大咖，壁咚、抱抱、帐篷卧聊会（节目视频中有画面）.....实现甜蜜“炫爱时刻”



- 平均每天吃掉2.5万根巧乐兹；3个月时间68万人输入棒签码，学习炫爱蜜语
- 3.8万人找到自己的二次元CP；3万人玩转恶搞照片的炫爱方式
- 粉丝线上观看甜蜜“炫爱时刻”，线上播放2.8亿VV

突破次元 巧炫爱 巧乐兹

三次元世界说爱束缚多

二次元虚拟世界的勇敢表达方式，拉近年轻一代



变身



炫爱萌物
巧公子

品牌卖萌新境界

带你穿越二次元“炫世界”发现不同的自我，勇敢炫出爱

学会炫爱蜜语

炫爱蜜语棒签换微信红包



秀出炫爱特技

巧公子为你配二次元CP



斗出炫爱表情

斗图是我们炫爱的方式



巧公子炫爱表情包



制作个性化炫爱表情包

表白炫爱偶像

《周一见》巧公子圆你与爱豆相处的各种幻想



平均每天吃掉**2.5万根巧乐兹**
3个月时间**68万人**输入棒签码，学习炫爱蜜语

3.8万人找到自己的二次元CP
3万人玩转恶搞照片的炫爱方式

巧公子带领粉丝约见13位明星大咖
实现甜蜜“炫爱时刻”，线上播放2.8亿VV