

# 快手&人民日报国货发光

- ◆ **品牌名称:** 伊利、人民日报
- ◆ **所属行业:** 快消行业
- ◆ **执行时间:** 2020.05.10-05.28
- ◆ **参选类别:** 电商营销类

人民日报 快手

国货发先  
CHINESE BRAND PROSPER

# 项目背景

随着中国经济日益发展，消费环境发生巨大变化，国货不断崛起，**创意国潮**备受Z时代年轻人追捧。



【国潮时装】

【国潮文创】

【国潮美妆】

但是在新兴业态的冲击下，部分国货老字号企业、非遗品牌仍面临着**声量减弱、品牌衰落**的困扰，亟待通过网络直播、跨界营销等方式**崭新亮相**，适应新一代消费者的需求。



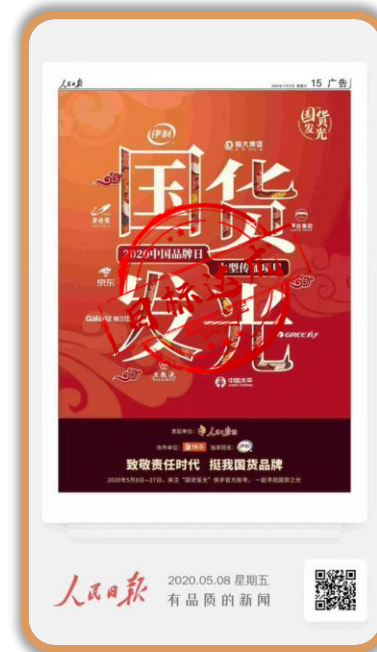
# 项目目标

- 打造“国货发光”IP，让更多宝藏国货品牌、老字号进入公众视野，受到年轻人关注喜爱，实现销量与声量双赢。
- 联合人民日报，为传承中国文化与发扬匠心精神提供一条行之有效的道路，为之注入创新活力。
- 通过创意营销活动，吸引快手平台用户创作参与，不断沉淀平台“快乐生活”价值标签。

## 优质品牌参与活动



## 联合人民日报传承文化



## 用户UGC 8w+



- 两大平台重磅策划，线上线下联动跨界打造优质品牌IP -

四大版块王牌选题

精细运营全链路打通



## - 助力国货，探寻中国制造的耀世光芒 -



### 【丰富主题活动】

创意策划四大主题活动  
联动人民日报引入非遗品牌  
全方位展现传承国货品牌与传统文化



扫码查看活动页面

### 【项目话题数据】

累计发布80639支UGC原创作品  
视频播放总量超4.5亿  
获赞数超1100万  
非遗品牌直播近200万老铁观看



### 【线上线下联动宣发】

100+明星网红大咖齐打call  
国货发光手势舞掀起站内热度  
北上广南郑五城近2000小区  
3万+电梯点位投放，覆盖人次近2000万

内容沉淀

众星助力

品效合一

【出圈传播】

项目效果

## 权威背书共建IP价值，多元媒体立体式矩阵实现出圈传播

快手站内重磅开屏资源+信息流+运营位多点位曝光引流，人民日报融媒体核心资源联动传播，经典国民品牌联名预热扩大宣发声量，多位明星推介官及其经济公司/工作室合作宣发实现圈层覆盖，核心五城3万+户外点位投放，品牌共建内容共生，联合打造爆点事件。



线上总曝光量

**8篇**

自策划原创稿件



人民日报上刊

**4张**

自策划长图海报



快手站内热搜

**42+个**

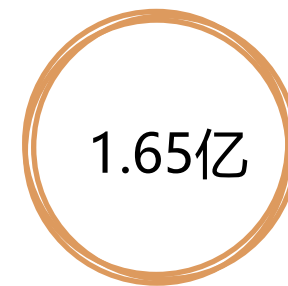
品牌联合互动



自媒体定调稿件

**3篇**

营销、互联网KOL约稿



线下展现人次

**3万+**

广告覆盖点位数

【内容价值】

众星助力

品效合一

出圈传播

项目效果

## #国货发光 系列话题强联动，8万+用户参与，作品播放量超4.5亿

国货发光发起品牌系列挑战赛，原生话题#国货发光，以及分会场#国味很上头、#国风代颜人、#国技最有范、#国货表白季四大子话题联动运营，助推项目站内热度。活动主标签#国货发光累计生产UGC作品8万+，视频播放总量超**4.5亿**，累计获赞**1126万+**。

品牌系列挑战赛



主标签-#国货发光



主题活动-国味很上头



主题活动--国风代颜人



主题活动--国技最有范



主题活动--国货表白季





【内容价值】

众星助力

品效合一

出圈传播

内容价值

## 联动人民日报文创&北京非遗中心引入老字号品牌，赋能项目文化价值

联合人民日报文创与北京非遗保护中心，引入瑞蚨祥、荣宝斋、内联升、一得阁等8家非遗老字号品牌，参与#国货发光系列挑战赛，发起「云上非遗馆」主题直播，并吸引**200万**快手老铁参与。成功借助快手的科技力量 and 平台优势，赋能更多非遗传承者，让传统文化“活”起来，



快手开屏画面



北京非遗中心微博



专题页面



专题页面



直播页面：内联升



直播页面：龙顺成



宣发视频-可点击

内容沉淀

【众星助力】

品效合一

出圈传播

众星助力

## 明星推介官、网红大V、优质品牌联动发声，众星璀璨热力爆棚

20+明星艺人授权站台，图文、视频多维物料宣发合作；浪胃仙、林杰本人、可乐大人等千万级达人大V齐发声，100+网红大咖参与挑战赛互动，国货发光、快手商业官方认证账号共助阵；故宫文创、大疆农业等优质国货品牌联动参与。



艺人合作视频  
站内播放量超千万

达人手势舞  
引爆用户话题热度



内容沉淀

众星助力

【品效合一】

出圈传播

品效合一

## 国民达人匹配国民品牌，信任经济营销闭环实现高转化高GMV

传统快消X快手达人，联手平台TOP3达人白小白（粉丝量：4159.5万），打破传统快消行业价格壁垒，借助快手平台商业基因拓宽线上营销新通路，「国货之夜狂欢」混场直播带货GMV超530万，30min连麦时段共计带货165万+，互动期间品牌商家号涨粉5.6万+，品效合一助力构建营销新阵地。



GMV成交总额**530万+**  
直播观看总人数**1065万+**  
直播点赞数**653.7万+**  
直播间同时在线人数峰值超**31万**

达人连麦伊利集团副总裁现场送福利  
趣味内容互动释放品牌圈粉力

互动期间品牌商家号涨粉**5.6万+**  
伊利30分钟，共计带货**165万+**  
直播期间旗舰店到访转化率上升**333%**



健力宝/泸州老窖/南方黑芝麻糊/东阿阿胶/汉口二厂/蔡林记/思念/小度  
.....

内容沉淀

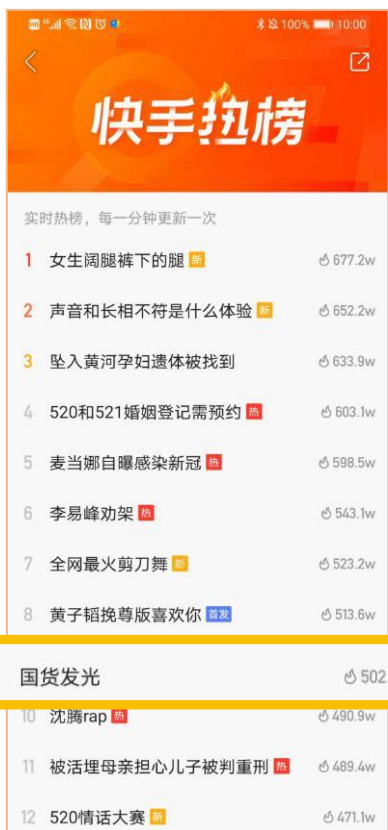
众星助力

品效合一

【出圈传播】

出圈传播

项目相关话题两次登上快手热搜榜单TOP10，运营点位全量铺陈



内容沉淀

众星助力

品效合一

【出圈传播】

## 出圈传播 | 微博话题阅读量1.5亿+, 讨论量10.1万, 30+明星艺人/政务官微/品牌蓝V齐发声

人民日报系微博矩阵、快手官微强联动，众多艺人及工作室、后援会发博助力，艺人团队、知名编剧朋友圈私域流量加推，直接覆盖粉丝超千万。20+品牌蓝V发布联名海报，助力项目声量升级。



内容沉淀

众星助力

品效合一

【出圈传播】

## 出圈传播

## 微信KOL圈层联动，多维度解读强化toB精准营销

人民日报评论、快手、快手商业洞察官方平台发声，多篇稿件全程追踪；借力优质营销媒体，多维度深挖项目背后的营销价值，提升商业品牌调性，传达「快乐生活」品牌内涵，实现toB精准营销，累计阅读量破20万。



今天，“中国品牌日”迎来了4岁生日，只是庆生方式与往年有别。

“精益求精”家喻户晓“好品山东”“江河流苏”……出于疫情常态化防控考虑，各地开展丰富多彩的线上办展，各家品牌斗艳争辉。与此同时，人民日报等媒体也纷纷来助力，从发布中国企业社会责任领先指数，到各大品牌进行“国货发光”海报接龙，再到品牌之间举办诸如“千万老铁选伊利”等国味、国风、国技、国潮挑战赛，“中国品牌日”首次以“云上”打开方式，带给公众一次精彩纷呈、别具一格的品牌体验。



助力中国品牌日，在快手见证国货发光！

快手 5月11日  
中国国货发光 快手引领国潮

洞察君 快手商业洞察 5月7日  
人民日报整版广告为国货打call 联合快手助力“国货发光”

洞察君 快手商业洞察 5月8日

中国品牌日将至，快手携手伊利助力“国货发光”

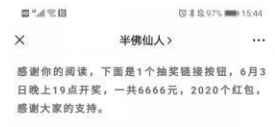
快手商业洞察 5月10日  
快手“国货之夜”单场销量破530万 持续印证营销价值

洞察君 快手商业洞察 5月12日  
有颜有面有大礼！快手快品牌“国货代颜人”挑战赛强势来袭！

洞察君 快手商业洞察 5月13日  
快手X伊利上演“国货匠心，国民自信”

洞察君 快手商业洞察 1周前  
200万老铁围观快手“云上非遗馆”国货发光打造新时代匠心传奇

洞察君 快手商业洞察 前天



感谢你的阅读，下面是1个抽奖链接按钮，6月3日晚上19点开奖，一共6666元，2020个红包，感谢大家的支持。

感谢大家一直以来的阅读、在看和转发，点赞参与抽奖！点赞参与抽奖！

阅读 10万+

精选留言 写留言

张小胖 2小时前  
这年头，酒香就怕巷子深。你不吆喝，你的对手吆喝，消费者是没有能力分辨的。

皮皮蛋 1小时前  
我觉得李宁的国潮就挺好的！！

作者 1小时前  
中国李宁确实可以。。。就是有点贵

大野 1小时前  
让我上墙，ofo进度提升8%👍

照~ 1小时前  
国货：为什么我不能被你们看见，是因为我站的不够高吗？👍



©深响原创·作者 | 李婷婷

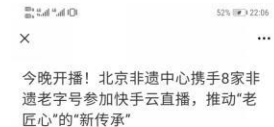
在这个周末，“国货复兴”成了全网的新焦点：天猫开启了“新国货大赏”，京东推出“新国货计划”，快手也打出了“国货发光”系列活动，借着5月10日“中国品牌日”的特殊节点，全网力推中国品牌故事。

平台大力支持，品牌也是纷纷下场亲力亲为，高管直播也成了新风口。像是昨晚，“董小姐”董明珠又一次亲自上场直播，在快手开播半小时，格力产品成交额就已经超过一亿。作为国民乳品品牌的伊利也推出了集团副总裁王维维，在快手网红达人“白小白”的直播间里当了回快手“老铁”。

主流媒体更是毫不余力地为“国货复兴”造势。5



除了董明珠在快手3小时带货3.1亿外，5月10日晚，快手另一场直播也颇为吸睛。当晚，头部音乐达人@白小白的直播间人气非凡，实力表演与最具性价比的国货产品，吸引超过1065万老铁的关注。其间，更为经典国货的伊利开启了30分钟专场直播，连线集团副总裁王维维带货，大使出手毫不手软，各种礼品红包抢到手软。正值“中国品牌日”，这场直播也让蔡林记、小度智能音箱等国货品牌收获颇丰。



北京非遗中心 5月12日

促非遗传承，助国货发光——国货发光“云上非遗馆”专场活动顺利开展

北京非遗中心 6天前

快手“国货发光”收官 国货主题专场带货GMV超530万

北京非遗中心 昨天

200万老铁围观快手“云上非遗馆”国货发光打造新时代匠心传奇

北京非遗中心 前天

以下文章来源于快手商业洞察，作者洞察君



## 官方发声

人民日报评论+快手/快手商业洞察

## 媒体定调

半佛仙人 10万+/深响 1.5万+/Top Marketing 5000+

## 政务联动

北京非遗中心