



Top
Mobile
Awards

华凌厨热 凌感速拍，定格热爱

- ◆ **品牌名称:** 华凌厨热
- ◆ **所属行业:** 家电
- ◆ **执行时间:** 2020.05.19-06.22
- ◆ **参选类别:** 直播营销类

项 | 目 | 背 | 景

BACKGROUND



品牌背景

华凌作为美的集团年轻化品牌，自2019年品牌重塑发布后厨卫产品累计销售突破4亿，多款单品销量迅速增长并占据行业入口，产品拥有较高的市场接受度。2020年华凌发布旗舰套系-速度玩家套系，涵盖全品类多款产品，用快人一步的潮流设计和技术功能，致力做新一代年轻人首选家电。

项目背景

2020年初超长的假期和“居家隔离”的生活状态不可避免地抑制了年轻人的消费需求。随着国内疫情的有效控制及经济复工复产的政策号召，年轻人积累许久的消费需求逐渐释放，预计年中消费需求大幅复苏。



项 | 目 | 目 | 标

OBJECTIVE

2020年中恰逢520节日热点、618电商大促，华凌契合年轻人表白、恋爱、求婚等甜蜜时刻，围绕速度玩家套系核心卖点，灵活运用明星、跨界品牌、媒介公关传播、直播引流、新品种草等，在年中消费红利期为电商提供巨大流量入口和话题，提高产品销售转化。



洞 | 察 | 策 | 略

INSIGHT STRATEGY

对于享受爱情的年轻人来说，在疫情时期，不能外出，真的没有消费需求吗？

刺激消费需求的原点，就在家里。

宅家生活，爱意不减；

秀恩爱的方式从街头大片变成了厨房日记；

但是，不管处于哪一种状态下我们都需要记录下美好的一刻；

速度玩家，让生活轻松得好像在度假。

项 | 目 | 创 | 意

PROJECT CREATIVITY

01 PHASE ONE 520为爱换装 高甜合拍

华凌&铂爵旅拍

在520这天甜蜜“合体”，发布居家旅拍大片，定格家中每一份热爱。将产品与人物的甜蜜互动融合在一起，体现在家也可以像旅游一样舒适甜蜜。



项 | 目 | 创 | 意

PROJECT CREATIVITY

PHASE TWO ⁰² 618福利降凌

产品病毒视频

美景和家的切换只需要一秒，速度玩
家带你享受家电快感。

视频链接：

https://www.iqiyi.com/v_19rxmdeux4.html



项 | 目 | 创 | 意

PROJECT CREATIVITY

03 PHASE THREE 618华凌全速热爱直播夜

预热态度海报

速度玩家全套产品变身潮酷模特出镜，融合年轻人居家的潮玩元素，进一步拉近与年轻的目标消费群体的距离，打造系列直播预热海报



项 | 目 | 创 | 意

PROJECT CREATIVITY

03 PHASE THREE 618华凌全速热爱直播夜

618直播夜

影视明星助阵带货, 摄影达人

现场教学家电大片干货满满

直播观看人数: 10W

点赞数: 8W



传 | 播 | 策 | 略

COMMUNICATION STRATEGIES

预热

520为爱换装，高甜合拍

联合微博高流量型KOL强势扩散联动海报，同步发起“为爱换装”宅家秀恩爱抖音活动，吸引更多消费者关注活动



扩散

凌感家电，美景一秒切换

联合微博、微信高流量型KOL强势扩散系列视频，同步投放到微信朋友圈信息流、新闻客户端等平台，吸引更多粉丝观看



爆发

华凌全速热爱直播夜

集中在新闻网站和今日头条信息流、微信公众号KOL发布公关稿件，吸引更多消费者观看直播，维护全网声量，实现数据沉淀



传 | 播 | 效 | 果

COMMUNICATION EFFECTS

凌感速拍，定格热爱全网曝光量 **3950W**

新浪微博



KOL传播阅读量**1621W**；话题阅读量**329.5W**

视频



视频播放量**1793万**

抖音



抖音播放量**329W**

京东直播



观看量 **10万**