

# 美国通用家电圣诞节独家记忆活动

- ◆ **广告主:** 美国通用家电
- ◆ **所属行业:** 家用电器
- ◆ **执行时间:** 2017.12.19-12.28
- ◆ **参选类别:** 媒介整合类

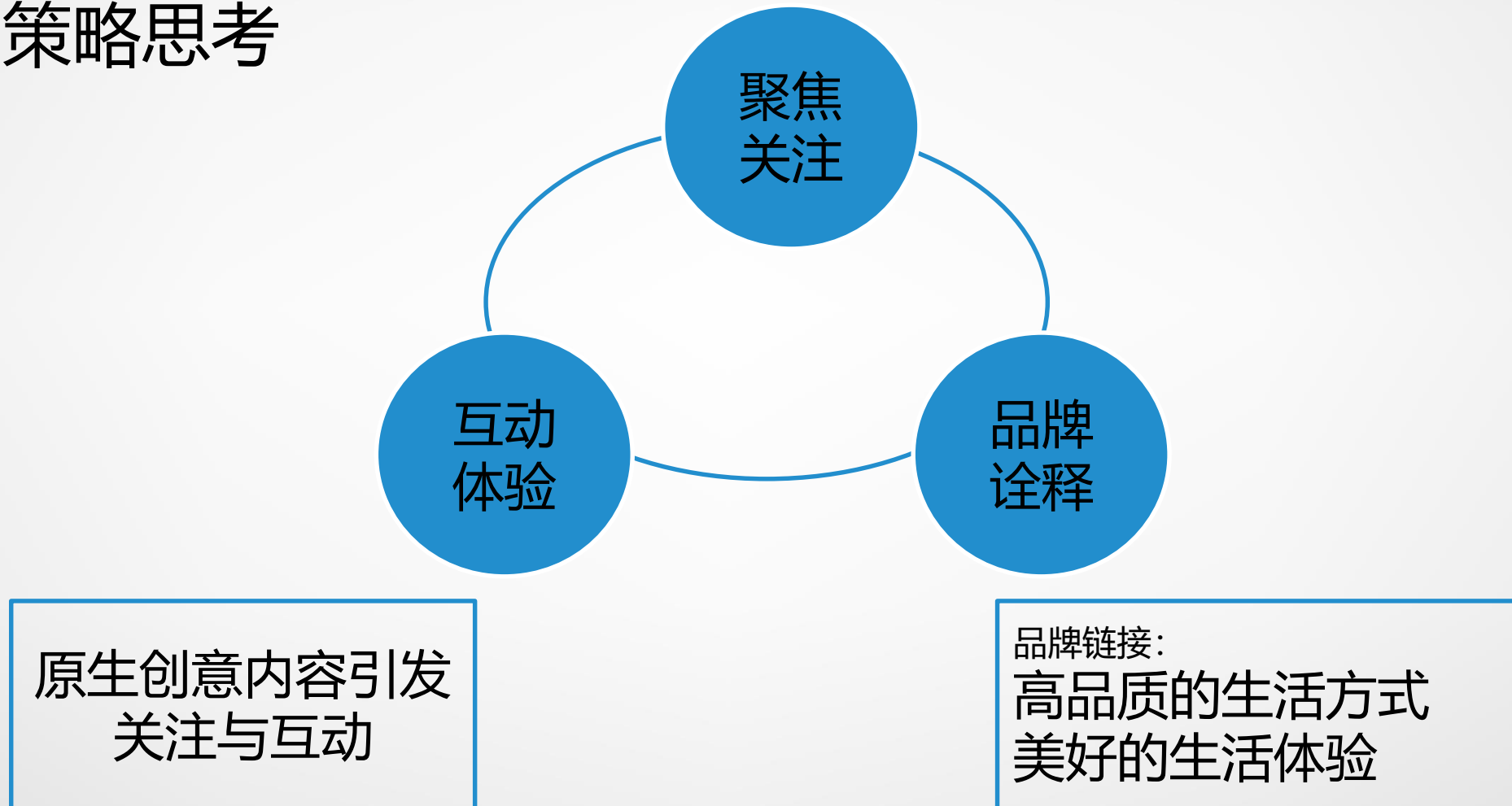
## 背景 回顾

- 2017年，美国通用家电正式登陆中国市场，用百年科技实力为中国用户带来美式专业品质厨房体验。
- 作为一个美国品牌，希望能够借圣诞节（西方传统节日）作为营销节点，通过事件营销迅速爆破中国市场，同时完美诠释和传播“以美好致生活”的品牌主张。

## 目标 陈述

- 品牌知名度迅速提升：  
引发中国消费者引起对美国通用家电的知晓和关注
- 品牌美誉度培育：  
如何借势圣诞节对品牌主张和产品特点进行诠释
- 品牌口碑建设：  
如何激发目标人群与品牌进行粘性互动，形成良好的口碑

## 策略思考



## 传播策略

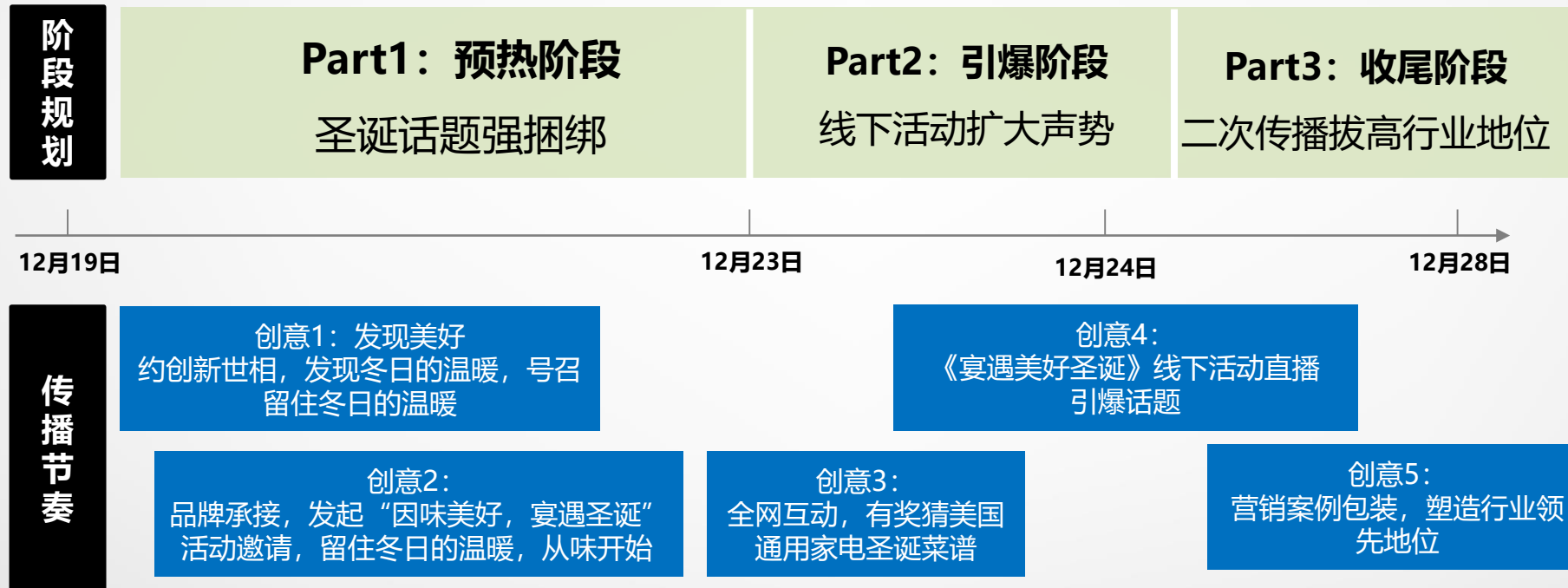
活动以 **“因味美好，宴遇圣诞”** 为主题，以“美好与美味”为关键词，整合线上线下资源，从最具影响力自媒体号召发起社会关注，到品牌承接联动全网，发起一次“留住温暖，致生活以美好”的圣诞事件。

- 通过美味，传递美国通用家电专业厨房的代表，能够给家庭带来的完美的厨房体验和味蕾享受。
- 通过美好，专递品牌所蕴含的精神文化价值并为中国高端家庭描绘出“幸福生活”的蓝图。



传播节奏

五大创意引爆圣诞传播



## 传播策略亮点与效果

- **话题力营销**，以创意和锐度的传播内容，为品牌迅速聚焦关注，强势曝光，实现品牌爆破惊喜
- **约创内容**，创造品牌内容自流量的万万想不到，最大化口碑资源ROI
- **H5营销**，**3D动画H5**，从内容到形式诠释“美好”，瞬间温暖朋友圈，建立品牌独有情感链接；**精美菜谱H5**，完美建立五星级厨房产品与美食诱惑的关联
- **线下事件活动盛况**，时尚网红、美食综艺明星现身，全球社会名流齐聚，享五星级专业厨房体验，领品质温馨圣诞私宴，完美诠释“以美好，致生活”
- **直播营销**，品牌事件营销IP化

## 传播亮点一：话题力营销-聚焦品牌独家关注

三维度交互，有效突破重围，强势迅速聚焦关注，让美国通用家电在圣诞节这一品牌营销战场上，最具关注。

### 方法论

#### 交互焦点

以 KA 为参照系，寻找原点人群，  
设置话题 / 事件；传播引擎

#### 与社会交互

#### 与渠道交互

#### 与产品交互

#### 交互机制

让渠道成为内容的主要阵地，  
购买相关行为成为关键环节

#### 交互核心

聚焦产品独特卖点 / “定制”  
真正有趣的产品；认知针

### 与社会交互

- 1、通过新世相：冬日里的温暖主题内容征集及文章，迅速聚焦关注，品牌跟进，有效抢占话题
- 2、通过微博有奖猜圣诞菜谱，联动微博大号、综艺明星互动，持续聚焦，同时将对冬日温暖的关注逐渐导向对官方圣诞事件关注
- 3、歪果仁研究协会：我们如何过圣诞节——将全网圣诞话题流量聚合推向制高点，并迅速导向美国通用家电圣诞节事件

### 与产品交互

- 1、造洋饭书：圣诞牛排的制作——产品植入
- 2、美国通用家电圣诞菜谱H5——产品植入
- 3、线下事件直播，每一道美味的制作均来自于美国通用家电

### 与渠道交互

- 1、嘉宾及KOL现场体验，美国通用家电带来的高品质厨房体验
- 2、时尚博主徐峰立，完美诠释美国通用家电带来的品质生活

## 传播亮点二：创营销，品牌内容自流量惊喜

### 约创内容，完美制作品牌内容自流量惊喜。

注：约创策略

- 1、以创意为主导的媒介及交互策略，而非植入、冠名等资源主导
- 2、合作资源以其擅长的方式加入创作，为品牌创造内容
- 3、合作资源利用其自身拥有平台，并利用其自身影响力进行传播，为品牌内容创造最高流量



### 美国通用家电 X 新世相

以“美好”为联结点，拉手制造话题热点，聚焦关注，直接赋予品牌以“温暖、美好”的品牌内涵

### 美国通用家电 X 造洋饭书

释放潜力新星西餐烹饪自媒体功利，彰显品牌“高端小资”生活方式气质，与品牌调性相得益彰，巧妙推出明星产品

### 美国通用家电 X 歪果仁研究协会

品牌文化背景高度契合，还原生活场景，诠释品牌文化背景

### 美国通用家电 X 孔繁浩

调动综艺美食新星影响力，引发美食大行业对品牌及产品高度关注

### 美国通用家电 X 徐峰立

以“高端、品质生活”为共同基调，诠释品牌及产品的高端市场定调



## 传播亮点二：约创营销，品牌内容自流量惊喜

### 美国通用家电 X 新世相



### 美国通用家电 X 造洋饭书



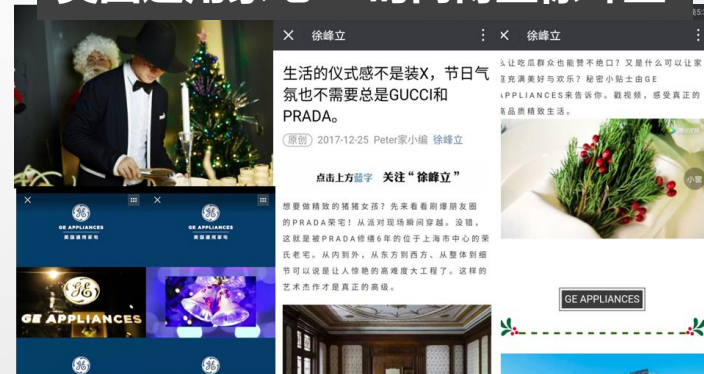
### 美国通用家电 X 歪果仁研究协会



### 美国通用家电 X 孔繁浩 (美食综艺明星)



### 美国通用家电 X 时尚博主徐峰立

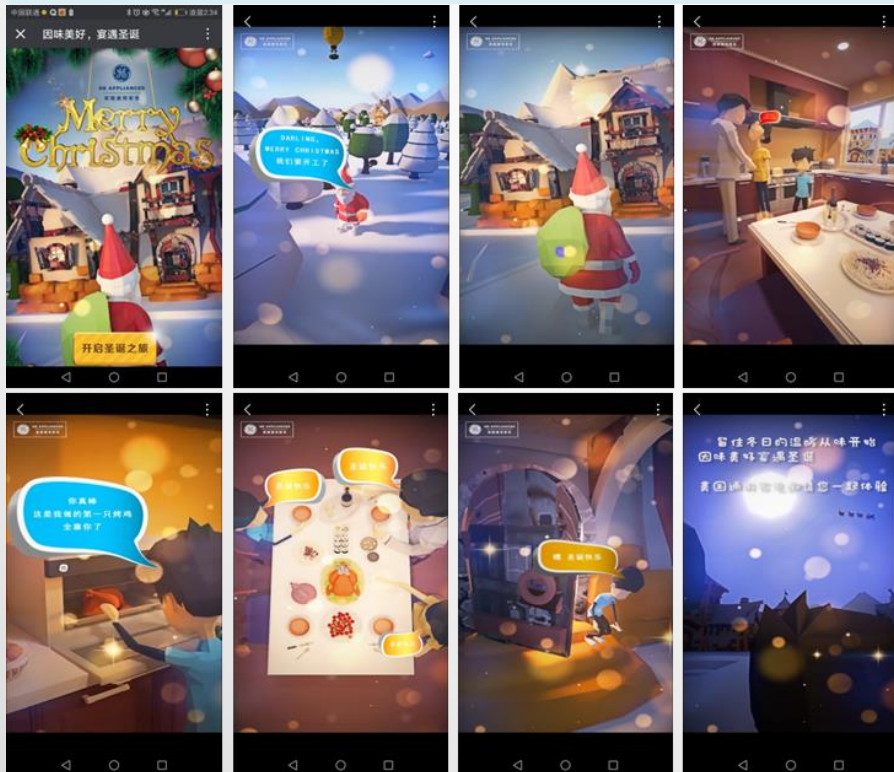


## 传播亮点三：H5营销建立独有品牌链接

### 建立品牌独有情感链接

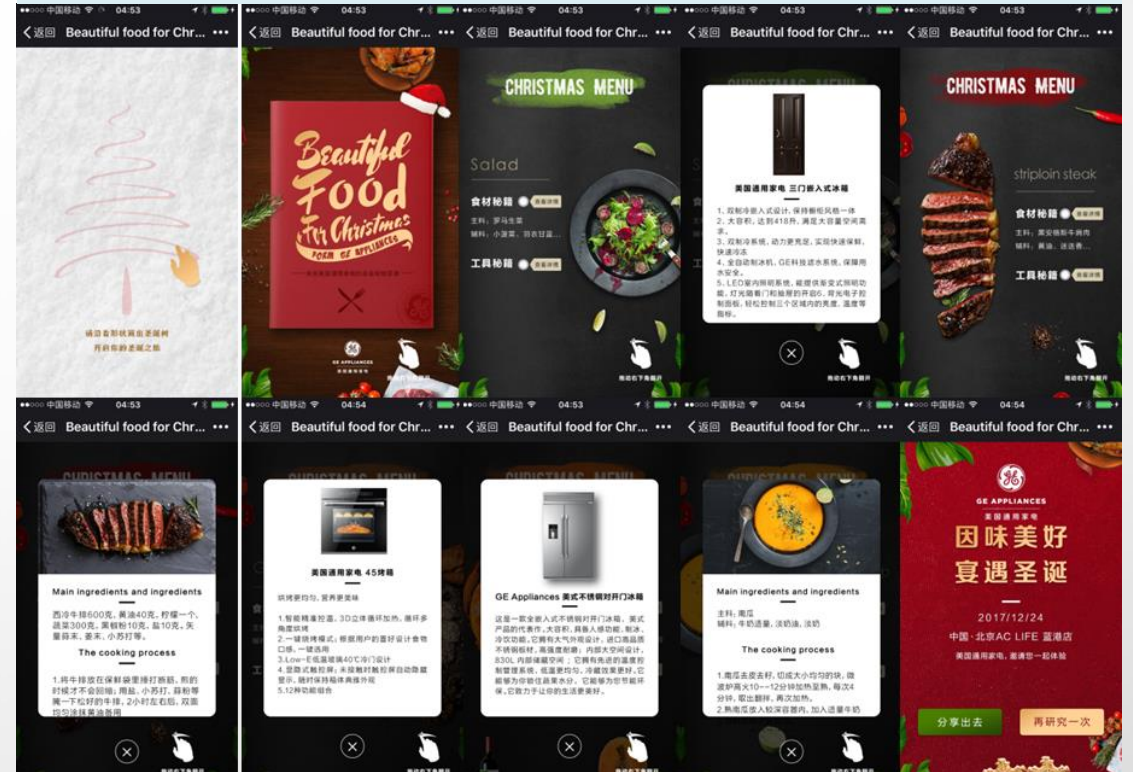
3D动画H5讲述“幸福最好的样子”——爱与温馨包裹的美好圣诞，为中国高端家庭完美勾勒美好生活蓝图。

从内容到形式诠释“美好”，瞬间温暖朋友圈



### 品牌/产品强关联美食诱惑

美国通用家电官方揭晓#因味美好，宴遇圣诞#私宴菜谱。一份让人垂涎欲滴的圣诞菜谱，融合菜品的做法和核心烹饪厨电的介绍，精美的画面、杂志化优雅脱俗的排版，透着圣诞的欢快气息，再次引起了行业关注。

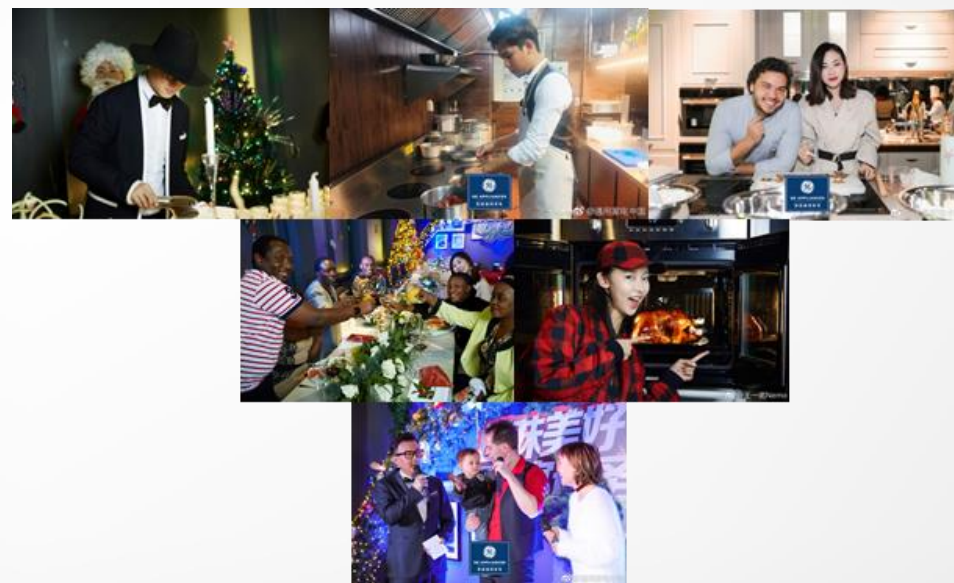


## 传播亮点四：线下事件-圣诞节独家记忆

### 一场最圣诞的Christmas私宴



欢笑、祝福、温暖、视觉盛宴、味蕾致享、满满的都是爱，  
完美诠释**美好品质生活理念与百年家电**  
**专业厨房体验**



时尚网红、美食综艺明星现身  
全球社会名流齐聚  
享五星级专业厨房体验，领品质温馨圣诞私宴  
完美诠释**“以美好，致生活”**

## 传播亮点五：直播营销-品牌事件独有IP

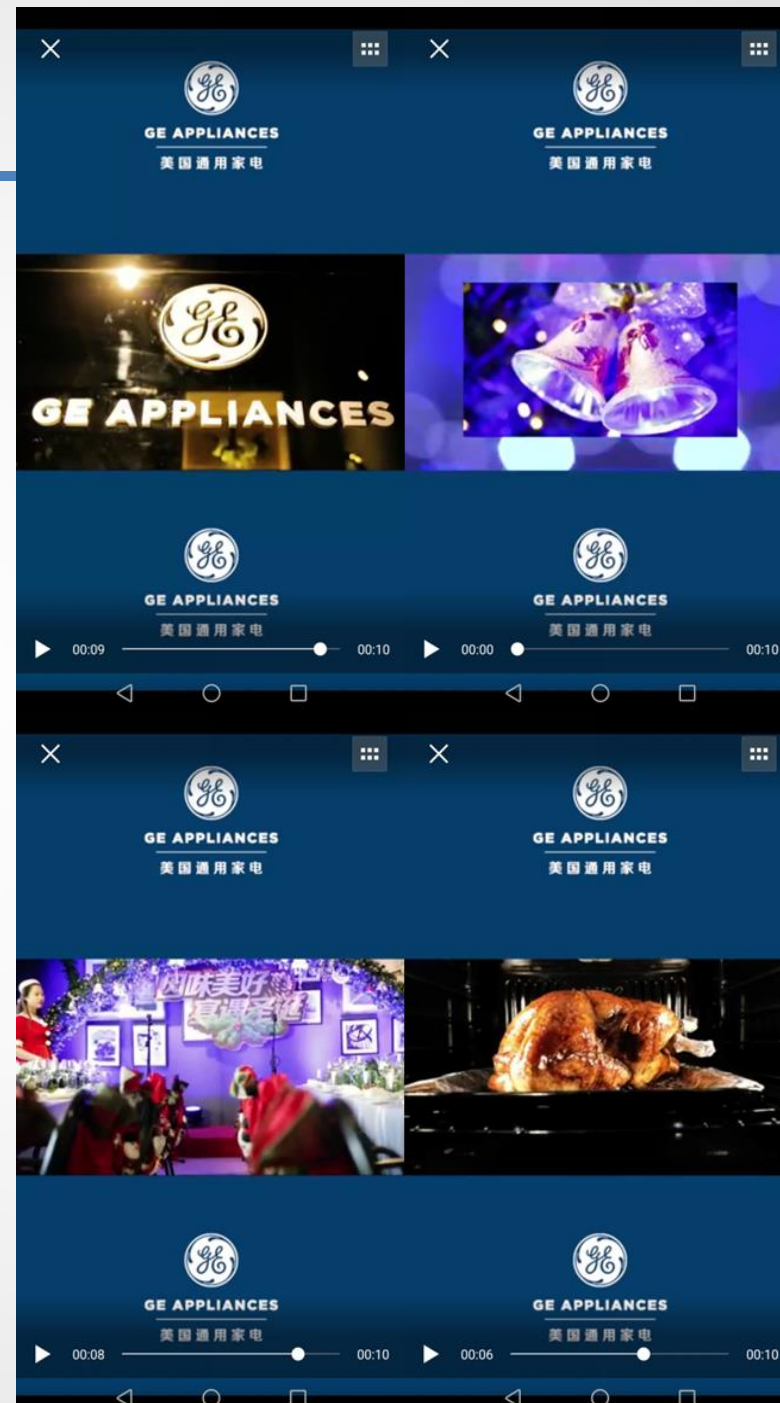
红人卢煮大大、孔繁浩全程直播

官方微博微信图文直播

时尚博主徐峰立精美图片及视频直播

综艺娱乐化事件营销，品牌独有流程与互动，后期内容全网传播

#因味美好，宴遇圣诞#IP专属品牌所有



## 微信端：新世相引爆，聚焦关注

12月19日，中国最具影响力自媒体大号新世相发表原创文章《天冷了，这里有一些热不死你的故事》文章分享了数十个网友关于“寒冷的冬天里，温暖我们的故事”，文末号召大家发现温暖，留住温暖的同时，预示美国通用家电将会用一次圣诞晚宴留住冬日的温暖。文章23:58分发出，**8小时内阅读量突破10W+**，迅速聚焦关注



### 天冷了，这里有一些热不死你的故事

原创 2017-12-19 世相君 新世相



这是新世相的第507篇文章

Sayings:

快到圣诞和新年了，最近明显觉得办公室的

快到圣诞和新年了，最近明显觉得办公室的整体情绪开心很多。

我同事都开始在办公室煮热红酒了。

热闹、暖烘烘，我最近经常有这种感受。

也容易为一些小事高兴。半夜路边一盏暖黄的灯、一盆努力不死掉的盆栽、一句笨拙的情话，都能给人力量。

这可能是冬天给我们的最大好处：因为严寒的存在，温暖变得更频繁。

我也因此视北方的冬天为正义，为12月还艳阳高照的城市而遗憾。

今天请同事收集了好多冬天里的治愈故事，希望也把这种暖烘烘的感受传递给你。

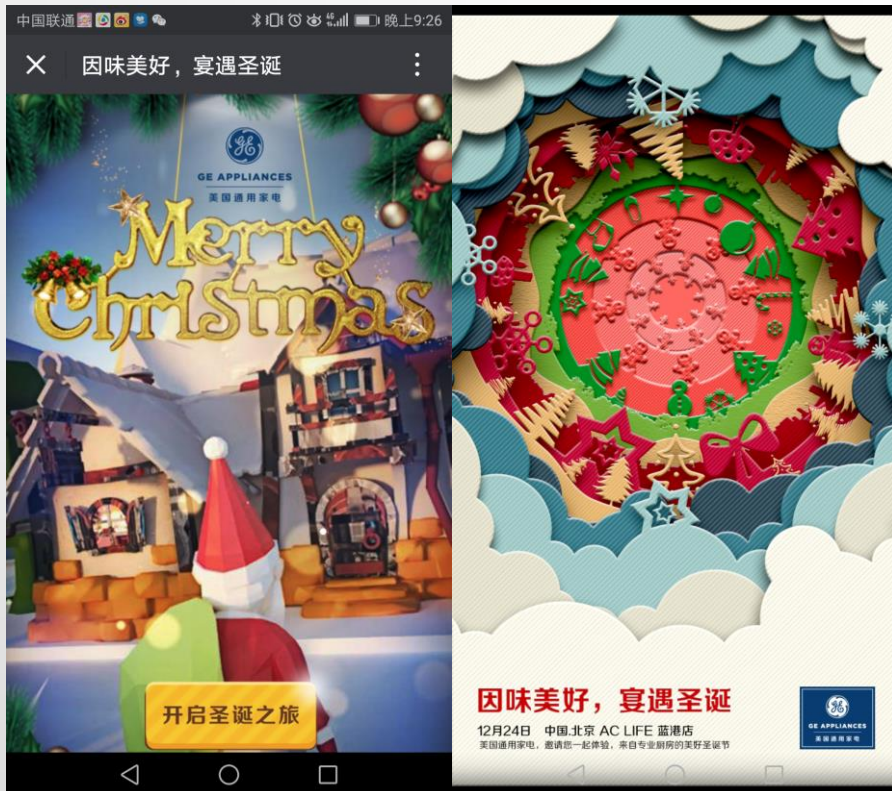
圣诞就快到了，这是冬天正式到来的第一个庆典。美国百年家电品牌通用家电希望“以美好，致生活”，用最好的方式为你制造一份美好的记忆。

在评论栏留言写下你关于冬天的温暖的故事，点赞前三名的读者将受到邀请，参加美国通用家电在北京举办的圣诞晚宴。这是一份开启冬天的礼物，邀你一起留住那些温暖的瞬间。



## 微信端：品牌承接响应新世相，发出官方邀请函

12月20日，美国通用家电官方发出回应新世相：留住冬日温暖，从味开始。同时，发出主题活动H5和海报



## 微信端：12月19-25日，官方微信围绕圣诞节的美好集中发力，不同维度诠释#因味美好，宴遇圣诞#



## 微信端：约创内容，创造品牌/产品内容流量惊喜,造洋饭书巧妙强关联产品与五星级美食诱惑

微信端，美食大号“造洋饭书”看到通用家电圣诞邀请函，忍不住为大家带来一道走心圣诞餐。

《当了一整年的佛系男孩女孩儿，为何吃完一道菜就跳墙还俗了》，文章中的牛排使用美国通用家电法式对开门烤箱制作，色香味俱全。文末邀请读者一起参加通用家电#因味美好，宴遇圣诞#私宴。

**阅读量在12小时内4.3W+，品牌强势曝光、产品互动、H5迅速传播扩散**





## 微信端：大号多维度诠释圣诞节里的美好，同时聚焦预告#因味美好，宴遇圣诞#



**Mystyle:最in的圣诞食谱已备好，赶紧学起来吧**  
**品质生活方式维度诠释圣诞节的美好。阅读量5.7W+**



**广告创意主编：通用家电在圣诞节开了一家广告公司，专门讲温暖与美好的故事。**  
**创意角度直击品牌理念。阅读量5.1W+**



## 微信端：12月21-23日不同维度诠释美好 建立品牌独有情感链接



- 以时尚、生活、美食、母婴等垂直媒介资源为投放策略，以内容约创为内容策略，从家庭生活、美食诱惑与厨房体验、情感、时尚品质等多个维度诠释美好的定义，并将美好生活的蓝图与美国通用家电品牌建立强关联。
- 同时，对品牌#因味美好，宴遇圣诞#的事件做预热

官方网站  
www.zimuzu.tv

在中国，每年平安夜好像都有一个小传统，圣诞节名号是圣诞节的一个名号，但其实对中国人而言，圣诞节就像中国的春节一样，是一年中最重要、最热闹的节日之一，所以圣诞节在国人眼里也是非常重要的。而且由于西方人都是圣诞节，所以在圣诞节中我们中国小伙伴会有很多很多圣诞传统，下面我们就来一起看看我们的传统，看看中国小伙伴的圣诞节传统。

传统一：装饰圣诞树

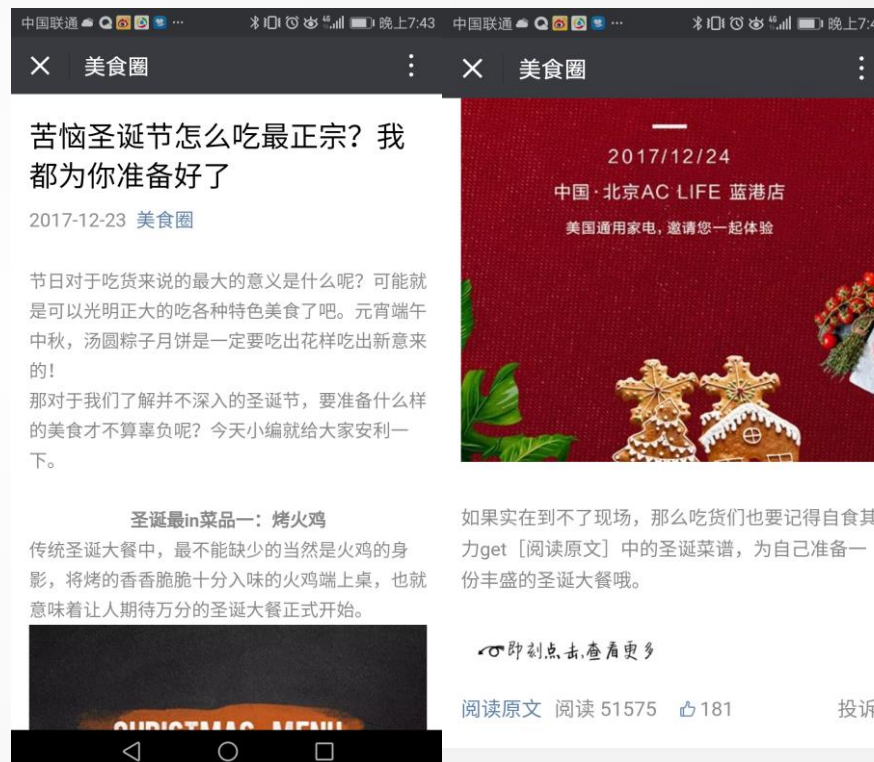
在《老友记》中圣诞节发生了什么，每到圣诞节，老友记都会一起为圣诞节做准备。不同的是对圣诞树的要求，他们圣诞，西方人会在家里挂上很多彩灯和装饰品来装饰。

然后会装饰圣诞树上，与家人朋友欢聚一堂，一起感受节日的气氛。

## 微信端：大号诠释圣诞节里的美味，同时聚焦预告#因味美好，宴遇圣诞#



小炒鸡：精致girl必备技能，你需要get!  
建立品牌与圣诞美食诱惑强关联,同时传递了品牌能够带来的高端品质生活诉求。  
阅读量5.3W+

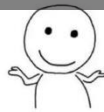


美食圈：圣诞节怎么吃最正宗？我都为你准备好了  
建立品牌与圣诞美食诱惑强关联。阅读量5.3W+

## 微信端：12月22-24日不同维度诠释美味 建立品牌/产品与美食诱惑强链接



- 资讯、生活、美食、母婴等垂直媒介资源为投放策略，以内容约创为内容策略，从圣诞节的美食诱惑味蕾体验以及制作方式等维度，建立五星级美食与美国通用家电产品及品牌的强关联
- 同时，对品牌#因味美好，宴遇圣诞#的事件做预热

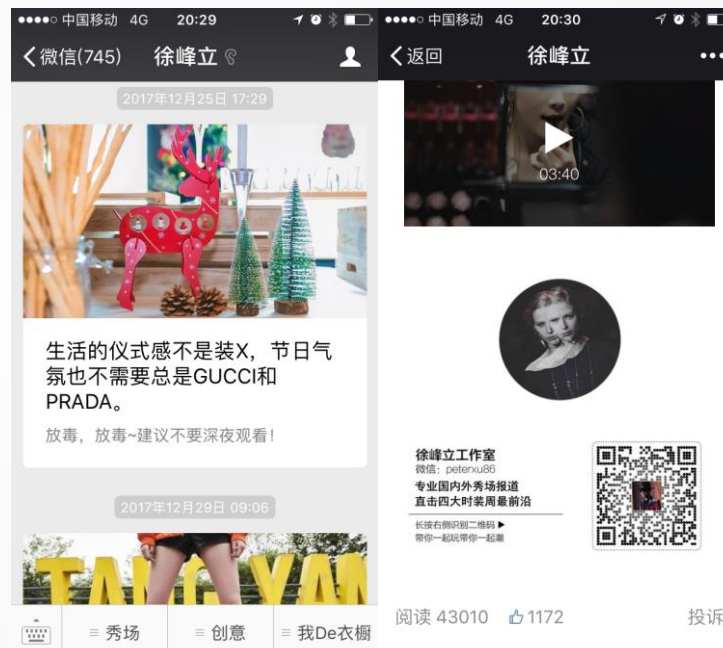


此次圣诞节美食营销的创意灵感，由一张卡最火的图——圣诞树，灵感也来自于火鸡的摄影！

## 微信端：12月25-28日 情感、时尚大号 诠释美国通用家电带来的高端品质生活

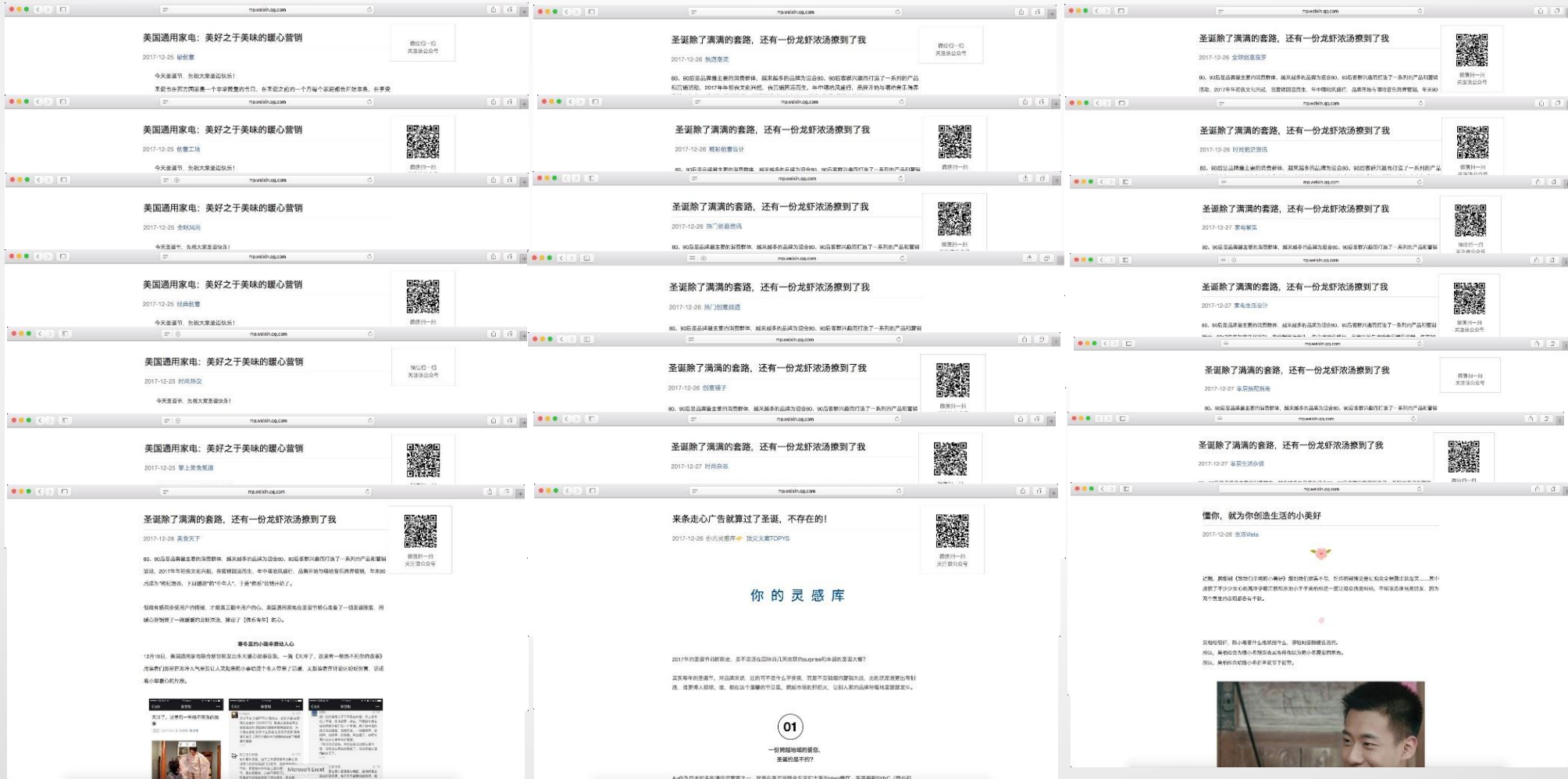


生活Vista：懂你，就为你创造生活的小美好  
文章从热播电视剧《致我们单纯的小美好》为话题切入点，从情感维度阐述家庭生活中美好的厨房生活体验与品质生活的关联，最后落入品牌的主张。**阅读量超10W+**



徐峰立：生活的仪式感不是装X，节日气氛也不需要总是GUCCI和PRADA。  
作为影响中国奢侈品行业的时尚博主徐峰立，参加了美国通用家电圣诞私宴后，从品质生活与品牌的关联维度，诠释好品质生活方式。**阅读量超4W+，深刻影响高端人群**

## 微信端：12月25-28日不同维度诠释事件亮点，带来持续发酵品牌声量



## 微博端：活动预热海报-圣诞私宴邀请函

**通用家电中国** V  
2017-12-19 09:03 来自 iPhone客户端  
这个冬天，让我们#留住冬日的温暖#，享受美好的瞬间！从味开始，给你最美好的问候，#因味美好，宴遇圣诞#，我们开始咯！



12月19日，发布圣诞私宴活动预热海报。同时发起#留住冬日的温暖#和#因味美好，宴遇圣诞#话题

↓

12月20日清晨，响应新世相号召，官方确认会发起圣诞私宴，留住冬日的温暖

↓

12月21日，@通用家电中国发出3D视频并发起互动猜菜谱活动，揭开传递美好的传播篇章

**通用家电中国** V  
2017-12-21 00:45 来自 微博 weibo.com  
#因味美好，宴遇圣诞#给他人关爱，让家人品味幸福，这个圣诞节，让我们一起#留住冬日的温暖#。观看视频猜测圣诞大餐，关注@通用家电中国，并@三位好友，写上你猜到的菜单。我们将从答对者中抽取10人，送出[京东E卡星座卡100面值]礼品一份，12月23日公布答案和获奖名单。快来和小伙伴一起来猜猜看... 展开全文



☆ 收藏    221788    1005    319

## 微博端：官方话题互动效果较好



整个战役传播，官方发起话题  
#留住冬日的美好#、#因味美好，  
宴遇圣诞#两个核心话题

话题共引起1002.6W阅读量  
话题共引发44.7W讨论量  
通过有效互动，迅速增加官方微博  
粉丝3W+

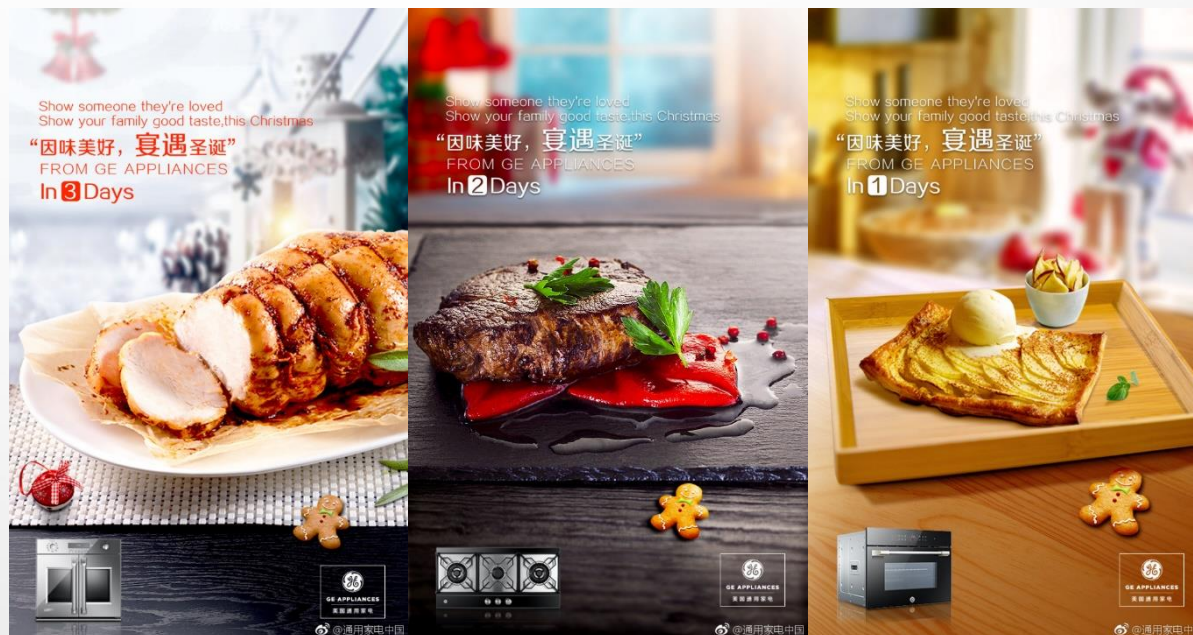
在实现品牌有效曝光和聚焦对圣诞  
事件关注度的同时，实现品牌理念  
和专业厨房形象深入人心



## 微博端：官方话题互动效果较好

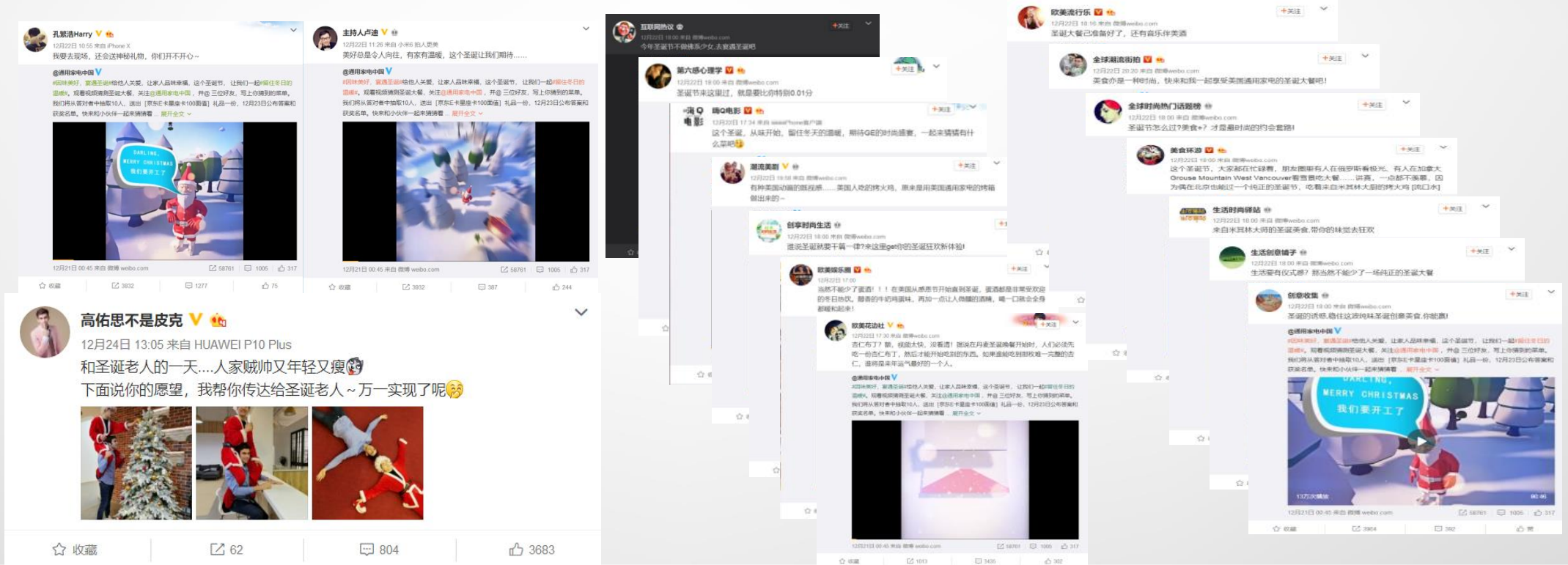


官方微博从12月21日开始发出#因味美好, 宴遇圣诞#预热海报。  
海报以圣诞美食诱惑关联品牌产品  
精美的画面, 让人产生对活动的向往, 同时提升品牌和产品好感度。



## 微博端：海内外大号响应互动，迅速聚焦关注

官方于12月20日发起响应新世相的#留住冬日的温暖#从味道开始，宣布将于12月24日举行#因味美好，宴遇圣诞#的私宴事件后，同步发出温馨幸福家庭蓝图的3D动画视频。并在微博上发起有奖互动：猜一猜美国通用家电圣诞私宴菜谱活动，引发海内外KOL互动。美食综艺明星、著名主持人卢迪、短视频大号高佑思纷纷加入互动讨论



## 微博端：短视频再次引爆聚焦关注，诠释圣诞的美味与美好

短视频大号歪果仁研究协会推出原创视频，以对比中国与世界各国如何过圣诞节为核心话题，对圣诞节的传统文化、家庭场景进行分享和探讨，美国通用#因味美好，宴遇圣诞#核心寓意托盘而出。温暖、美好的圣诞，让人无比期待。

**视频全网传播：播放量823W+，引起了海内外网友高度关注，同时有效实现了品牌强势曝光**



## 微博端：活动当天全程图文+视频直播与网友高度互动

活动当天12月24日，官方微博全程直播，将现场盛况以及美好与祝福带给用户。

活动嘉宾：

美食综艺明星孔繁浩、时尚博主徐峰立、新生代超模王一诺、著名主持人卢迪、各国大使馆代表均到现场体验温馨美好的圣诞夜和专业厨房带来的圣诞美食。

**活动引起超过30W+人次关注**



## 微博端：活动当天全程图文+视频直播与网友高度互动

活动当天，到场大号纷纷发起现场体验图文+视频  
 单条微博平均互动量1000+  
 品牌通过大号的自发分享，实现了对更多人群的曝光和影响。



## 传播效果-质化效果呈现

- 品牌知名度迅速提升  
有效引起中国消费者对美国通用家电的知晓度

- 品牌美誉度培育  
有效传播品牌“以美好致生活”的品牌理念，初步建立品牌美誉度

- 专业厨房形象深入人心  
通过对线上线下产品与美食的创意链接，使得百年家电品牌专业厨房形象深入人心

- 品牌口碑  
通过与用户的深入互动，提升了目标用户与品牌之间的交互粘性，实现品牌口碑建立

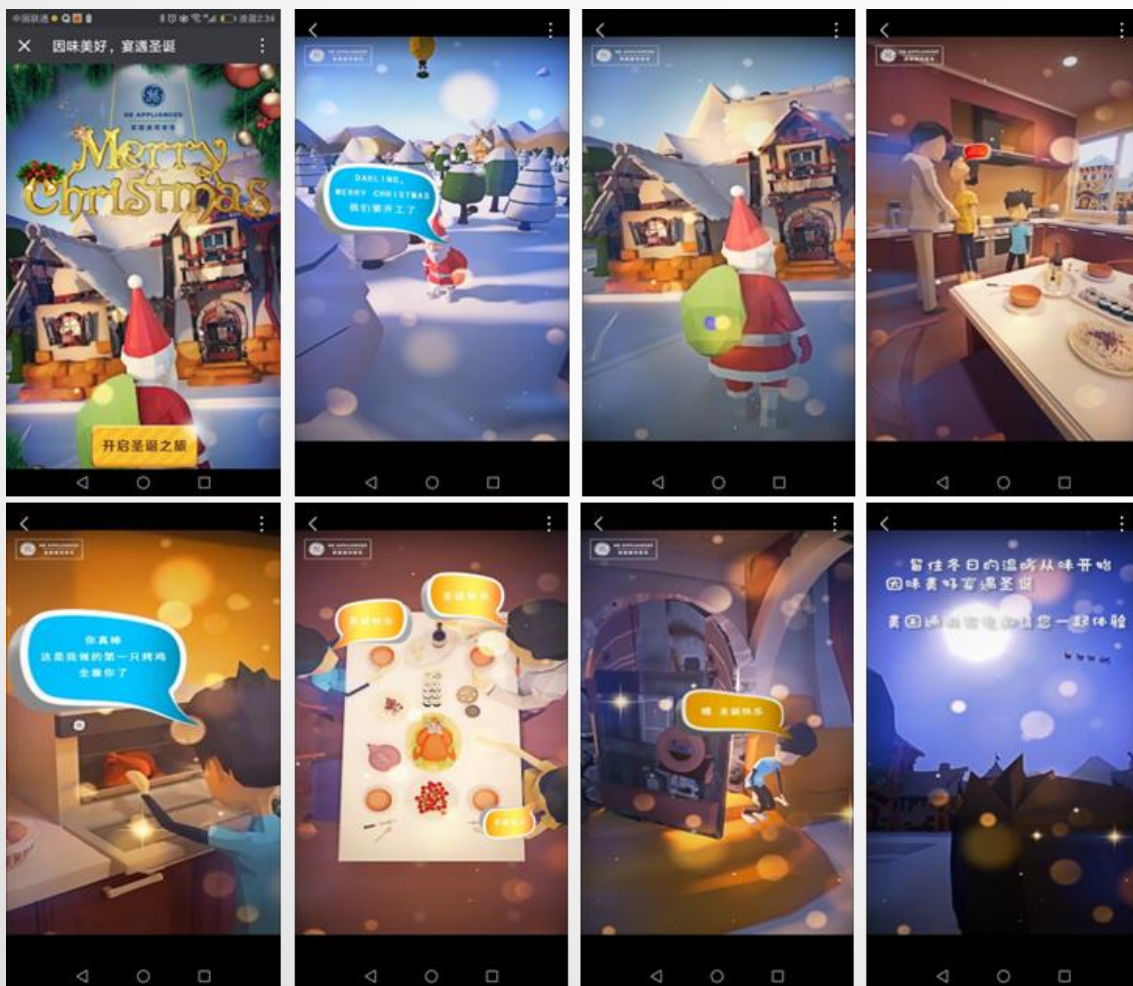
## 传播效果-量化效果呈现

### 品牌曝光10亿+, 影响覆盖全球市场

官方微博粉丝拉新3W+

| 发布平台 | 发布内容                              | 传播数量 | 传播效果                     |
|------|-----------------------------------|------|--------------------------|
| 微博   | 微博话题<br>#因味美好, 宴遇圣诞#<br>#留住冬日的温暖# | 2个   | 阅读量544.3万 讨论量22.4万       |
|      |                                   |      | 阅读量458.3万 讨论量22.3万       |
| 微博   | 微博KOL<br>扩散话题、传播视频及现场活动内容         | 18个  | 曝光量超过3765万               |
|      |                                   |      | 转发199868次, 评论13548次      |
| 微信   | 微信大号<br>传播H5, 报道活动内容, 提示项目高度      | 78个  | 覆盖人数3715万<br>阅读量1017899次 |
| H5   | 互动H5<br>3D邀请函、圣诞菜谱                | 2个   | PV165409次<br>UV103968次   |
| 视频   | 徐峰立全网视频传播                         | 33渠道 | 视频播放量642.5万              |
|      | 歪果仁研究协会视频                         | 全网传播 | 微博146万次播放, 全网832W+       |
|      | 现场卢煮大大直播                          | 2    | 25.1W同时在线                |
| 线下   | 圣诞私宴执行<br>“因味美好, 宴遇圣诞”线下活动        | /    | 直播超25W+同时在线              |
| 内部   | 小微官方微博微信                          | /    | 覆盖人数超200万                |
|      | 小微朋友圈、微信群                         | /    |                          |

## H5交互：美国通用家电圣诞3D动画H5 建立品牌与幸福家庭的独家链接



12月21日，美国通用家电官方发出一份3D动画H5圣诞邀请函。H5讲述了一个国外的家庭在圣诞平安夜里准备食物、彼此表达爱、分享食物给宠物的温馨美好故事。

动画采用了3D特效技术，同时将美国通用家电的产品做了拟人化手法植入。完美勾勒一副高端幸福家庭蓝图。

H5一经发出，就引发了行业内的关注，无论在技术创新和创意手法上都淋漓尽致体现了美国通用家电的理念。

### 数据表现：

**PV: 95170**

**UV: 56237**

**独立IP: 41479**



## H5交互：美国通用家电圣诞菜谱 美食诱惑强关联产品及品牌



12月23日，美国通用家电官方揭晓#因味美好，宴遇圣诞#私宴菜谱。一份让人垂涎欲滴的圣诞菜谱，融合菜，品的做法和核心烹饪厨电的介绍，精美的画面、杂志化优雅脱俗的排版，透着圣诞的欢快气息，再次引起了，行业关注。

**数据表现：**

**PV: 70239**

**UV: 47731**

**独立IP: 39086**

## 视频交互：徐峰立团队-完美诠释品质生活，精准定位美国通用家电高端调性



全网发行渠道：33个 总发行量：642.5万

### 短视频发行渠道

覆盖41家发行平台





# 视频交互：歪果仁研究协会，中外圣诞文化习俗对比，引发海内外关注

## 效果&反馈

| 序号 | 平台         | 播放 / 阅读数据 | 评论数  | 分享 / 弹幕 | 收藏 / 点赞 | 推荐     | 视频链接  |
|----|------------|-----------|------|---------|---------|--------|---|
| 1  | 今日头条       | 3561      | 30   | 3       | 43      | 41702  | <a href="http://toutiao.com/item/6502725517312000525/">http://toutiao.com/item/6502725517312000525/</a>   |
| 2  | 优酷 (土豆)    | 7514      | 17   |         | 12      | 5      | <a href="http://v.youku.com/v_show/id_XMzI1ODYzNjg3Mg==.html">http://v.youku.com/v_show/id_XMzI1ODYzNjg3Mg==.html</a>   |
| 3  | 爱奇艺        | 9502      | 3    |         |         |        | <a href="http://www.iqiyi.com/v_19rrf8n9l0.html">http://www.iqiyi.com/v_19rrf8n9l0.html</a>   |
| 4  | 腾讯视频       | 58233     |      |         |         |        | <a href="https://v.qq.com/x/page/p052371h5f7.html">https://v.qq.com/x/page/p052371h5f7.html</a>   |
| 5  | 搜狐视频       | 6041      |      |         | 2       |        | <a href="https://my.tv.sohu.com/us/299926979/96189936.shtml">https://my.tv.sohu.com/us/299926979/96189936.shtml</a>   |
| 6  | 秒拍         | 3723657   | 2755 |         | 22507   |        | <a href="https://www.miaopai.com/show/-JdUl6rvSEz5aeOOWwUkXZ-KzwKWX4RQdUYWw_.htm">https://www.miaopai.com/show/-JdUl6rvSEz5aeOOWwUkXZ-KzwKWX4RQdUYWw_.htm</a>   |
| 7  | 美拍         | 14937     | 30   |         | 622     |        | <a href="http://www.meipai.com/media/921614902">http://www.meipai.com/media/921614902</a>   |
| 8  | acfun      | 46079     | 127  | 144     | 95      | 201    | <a href="http://www.acfun.cn/v/ac4153933">http://www.acfun.cn/v/ac4153933</a>   |
| 9  | bilibili   | 175603    | 1530 | 2103    | 465     | 2255   | <a href="http://www.bilibili.com/video/av17547870/">http://www.bilibili.com/video/av17547870/</a>   |
| 10 | 新浪微博       | 3900000   | 5063 | 16833   | 10593   |        | 见歪果仁研究协会的微博   |
| 11 | 人人视频       | 72946     | 42   | 4       |         | 52     | 见人人视频手机app  |
| 12 | uc云观 (大鱼号) | 747       | 17   |         | 10      |        | <a href="https://mparticle.uc.cn/video.html?uc_param_str=frdnsnpfvecpntnwpdrssskt&amp;wm_id=2843386069414da282d5e1b1b045ad62&amp;wm_aid=52ec5714d92c490ca57e357dc1d32f0c">https://mparticle.uc.cn/video.html?uc_param_str=frdnsnpfvecpntnwpdrssskt&amp;wm_id=2843386069414da282d5e1b1b045ad62&amp;wm_aid=52ec5714d92c490ca57e357dc1d32f0c</a> |
| 13 | 一点资讯       | 9029      |      |         | 1       | 100346 | <a href="https://www.yidianzixun.com/article/V_01NzQY7B">https://www.yidianzixun.com/article/V_01NzQY7B</a>   |
| 15 | 有道媒体账号     | 981       |      | 19      |         | 3055   | <a href="http://xue.youdao.com/sw/m/1528349">http://xue.youdao.com/sw/m/1528349</a>   |
| 16 | 微信公众号      | 11637     |      |         | 259     |        | 微信公众号歪研会  |
| 17 | 百家号        | 903       | 2    | 3       | 12      | 3      | <a href="http://baijiahao.baidu.com/builder/preview/s?id=1587644703527765447">http://baijiahao.baidu.com/builder/preview/s?id=1587644703527765447</a>   |
| 18 | 梨视频        | 8013      |      |         |         |        | <a href="http://www.pearvideo.com/video_1233317">http://www.pearvideo.com/video_1233317</a>   |
| 19 | 点视         | 53517     |      | 207     | 115     |        | 见点视app  |
| 20 | 360快视频     | 171       |      |         |         | 682    | <a href="http://k.360kan.com/pc/detail/Vngl3OZ0k58r">http://k.360kan.com/pc/detail/Vngl3OZ0k58r</a>   |
| 21 | 网易云音乐      | 183       | 3    |         | 1       |        | <a href="http://music.163.com/#/video?id=ACB99CEFD0C6E57833EE980CB1096F7D">http://music.163.com/#/video?id=ACB99CEFD0C6E57833EE980CB1096F7D</a>   |
| 22 | 风行         | 9485      |      |         |         |        | <a href="http://www.fun.tv/vplay/g-314569.v-1019663/">http://www.fun.tv/vplay/g-314569.v-1019663/</a>   |
| 23 | 合计         | 8112739   | 9619 | 19316   | 34737   | 148301 |   |

**视频曝光次数： 8324712**

## 视频交互：3D动画视频，为中国家庭描绘幸福品质生活蓝图

@通用家电中国 V

#因味美好，宴遇圣诞# 给他人关爱，让家人品味幸福，这个圣诞节，让我们一起#留住冬日的温暖#。观看视频猜测圣诞大餐，关注@通用家电中国，并@三位好友，写上你猜到的菜单。我们将从答对者中抽取10人，送出[京东E卡星座卡100面值]礼品一份，12月23日公布答案和获奖名单。快来和小伙伴一起来猜猜看... [展开全文](#)



2017-12-21 00:45 来自 微博 weibo.com

221770 | 1005 | 319

官方3D动画视频，借助色彩温暖丰满的画面，和温暖的故事情节，实现微博平台148次播放，22W+互动量

视频中产品露出2次，品牌有效曝光5个画面，真正实现了以创意内容达到品效合一的传播效果。

## 视频交互：现场直播 传播圣诞私宴现场盛况



著名主持人卢迪为现场盛况进行直播

直播过程中不断植入品牌理念和产品特点

实现了直播营销的品销合一。

直播活动同时在线25.1W人次