30天,颠覆高端冰箱格局
美的630冰箱破局上市campaign

- **广 告 主：**美的冰箱
- **所属行业：**家电
- **执行时间：**2018.01.01-01.30
- **参选类别：**创意类

背景&目标

2018年，美的推出万元级的高端冰箱630系列

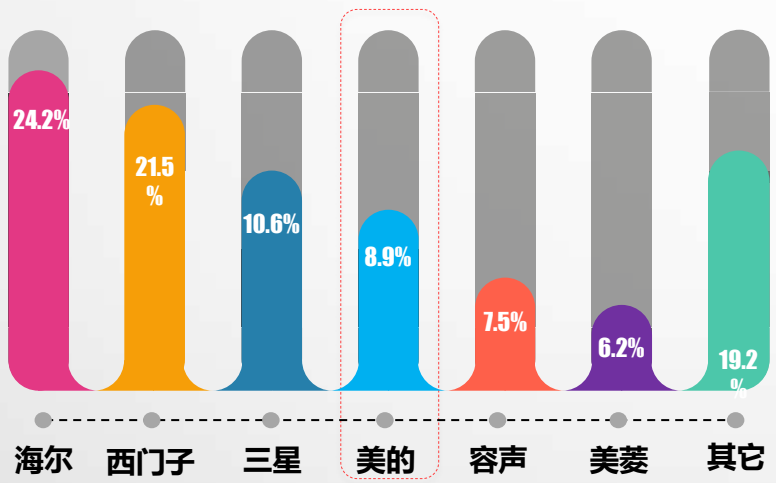
该产品最大的利益点是：**全球首款拥有肉类不冻保鲜技术的对开门冰箱！**

晋级“万元级”高端市场，美的作为追赶者品牌力不够！

海尔卡萨帝622、西门子KA96、三星620L“三强鼎立”格局已成

进入高端市场的关键，是比竞品更能撩动新锐中产的心

中国高端冰箱市场份额



高端冰箱消费主力人群

数据来源：美的冰箱事业部国内营销市场部2017年数据/波士顿咨询公司(BCG)和阿里研究院近日联合发布中国消费趋势报告

用户对美的冰箱已经形成中低端的认知，作为首个万元级高端冰箱

630亟需开展品牌高端化的“冷启动”

不出位，难入局！

630冰箱上市传播战役

只有颠覆行业惯性
才能颠覆客户认知

50万左右，1个月时间。

做一次高端冰箱行业颠覆式上市传播campaign，

目标：高端市场用户认知和销售，分一杯羹！

- **1、建立市场认知**：初步建立美的冰箱万元级高端冰箱全新形象
- **2、促进产品销售**：洞察用户心理，满足用户需求，促进产品销售

天马行空的创意容易，扣人心弦的内容最难

我们的颠覆观

不以打动目标人群（新锐中产）的颠覆性创意都是耍流氓！

欲打动，先读懂——新锐中产阶层洞察总结

以70/80后乃至90后为代表的年轻族群成为新锐中产阶级的典型人群

新锐中产关键词

普遍焦虑

时代变化太快，新知识太多，职业不稳定，财富再分配，贫富分化加速，成为中产焦虑的主要原因。

喜欢猎奇

中产小资喜欢猎奇,经济基础的稳定让中产小资对一切新鲜事物都抱有热情。

碎片化热情

工作节奏快，场景切换频繁，时间呈现严重的碎片化，新锐中产对于互联网事件，同样体现出三分钟碎片化的热情。

颜值正义

中产阶层是最喜欢看脸的人类。

数据来源：艾瑞2017年新锐中产阶层市场调研报告

全传播周期：巧用“攻心计”·撩动新锐中产

1、预热期

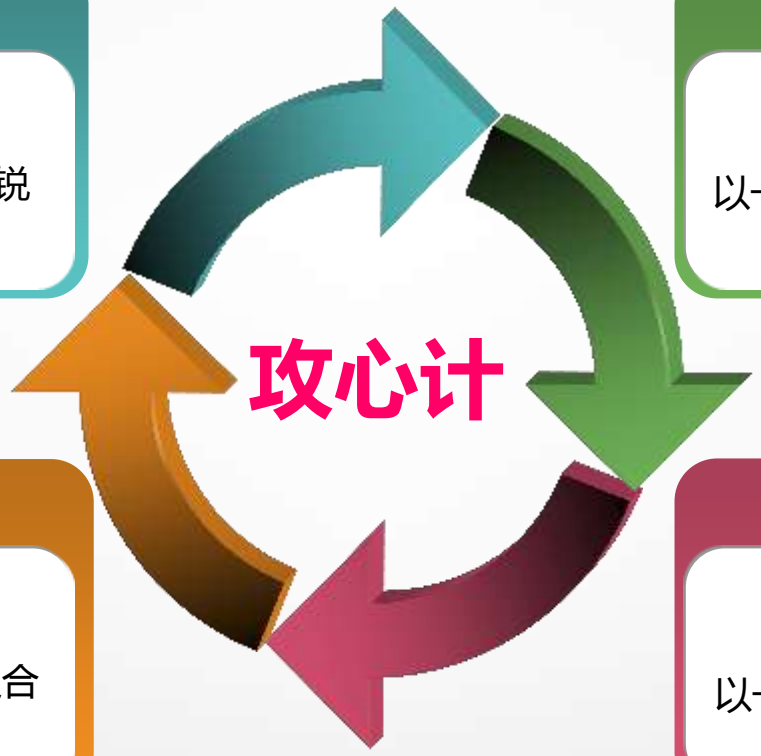
制造「焦虑」

以一波病毒短视频，直击新锐中产“解冻”焦虑。

2、上市期

满足「猎奇」

以一场沉浸式海洋馆主题发布会满足新锐中产猎奇心理。



4、高潮期

迎合「颜控」

以一场OMO女神送鲜活动迎合“颜控”的新锐中产。

3、发酵期

趣味「互动」

以一系列有趣好玩的互动海报，吸睛碎片化关注。

一、预热期：制造「焦虑」

以一波**颠覆式的夸张病毒短视频**，直击新锐中产切身相关的“解冻”焦虑，过目难忘！

新锐中产阶级存在普遍的焦虑情绪，生活节奏快、重视健康养身，
我们通过冲击钻解冻、锤子解冻、锯子解冻食物等幽默夸张的手法，点破用户食物解冻焦虑，在上市前形成充分预热。

< 1 霹雳实心锤>

http://my.tv.sohu.com/us/301330978/102354524.shtml

< 2 惊魂夺命锯>

http://my.tv.sohu.com/us/301330978/102354529.shtml

< 3 电光毒龙钻>

http://my.tv.sohu.com/us/301330978/102354236.shtml

二、上市期：满足「猎奇」

以一场颠覆式**海洋馆**主题发布会满足新锐中产猎奇心理，好奇心俘获大流量。

以海洋馆里动物的口吻介绍冰箱卖点，向用户发出邀请

二、上市期：满足「猎奇」

以一场颠覆式**海洋馆**内冰箱发布会满足新锐中产猎奇心理，好奇心俘获大流量。

行业首创！海洋馆，搭建巨型美的630冰箱！

活动亮点：海洋馆搭建世界最大美的630冰箱，用户进入即体验冰箱内部奇妙的世界。
互动形式：模拟无人贩卖机，用户扫码即可获取冰箱内食材，感受最新鲜健康的食品。

3D立体全息发布

发布会现场体验设备

模特位

三、发酵期：趣味「互动」

以一系列有趣好玩的互动海报，吸睛碎片化关注，以传播强认知。

超长长长长长长长长长长长长保鲜，还能这么玩！

展示美的微晶一周鲜，7天超长保鲜，用牛、羊、鱼超长的身体来夸张表现超长保鲜！

四、高潮期：迎合「颜控」

以一场OMO女神送鲜活动迎合“颜控”的新锐中产，美丽也是生产力！

网友直播：#女神给你送鲜到家

微博、映客、西瓜视频网络直播，网易、头条、陌陌、抖音、微信等平台话题炒作，各大平台矩阵化传播，
用户预订美的冰箱，即可收到明星送鲜服务，各种新鲜刺激的礼品引发网络热议。

话题持续发酵：

#买台冰箱，女神送货#

#太感动了，我家的美的630是我女神送来的#

#真的，女神来我家了#

Top Mobile Awards

媒介&执行

1000+主流媒体/行业KOL/视频平台/H5立体传播

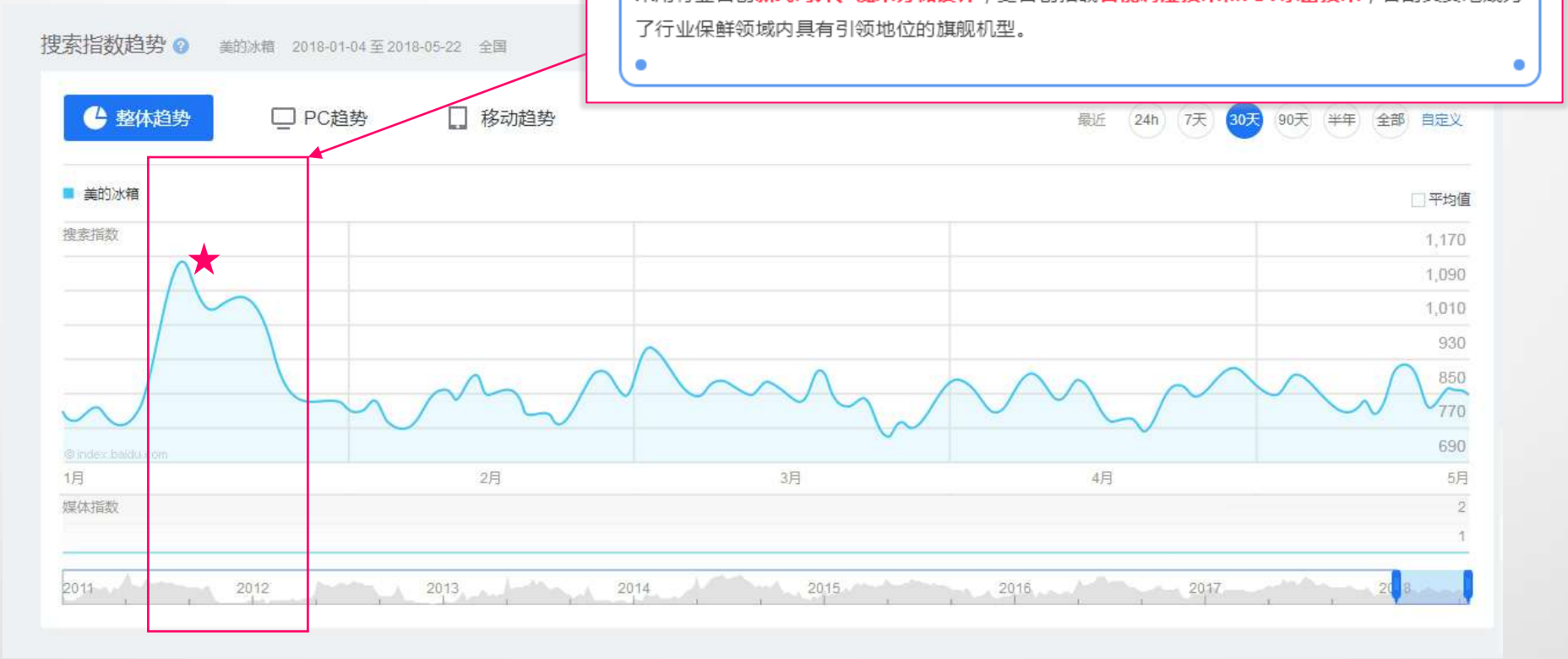
全媒体传播触达5000万+目标人群

数据来源：美的冰箱媒介监测评估中心提供

网络热度：发布会期间达到平常300%

630产品发布会前后10天时间，“美的冰箱”网络搜索指数迎来两波高峰。

2018年1月12日，美的冰箱在北京LAVIN玫瑰里举办“微晶一周鲜”科技全球首发仪式。搭载着全新**“微晶一周鲜”科技**的**美的冰箱旗舰新品BCD-630WKGPZV**也在发布会的最后破冰亮相。这款产品采用行业首创**新式对开、魔术分储设计**，更首创搭载**智能调湿技术和PST杀菌技术**，名副其实地成为了行业保鲜领域内具有引领地位的旗舰机型。



数据来源：百度指数

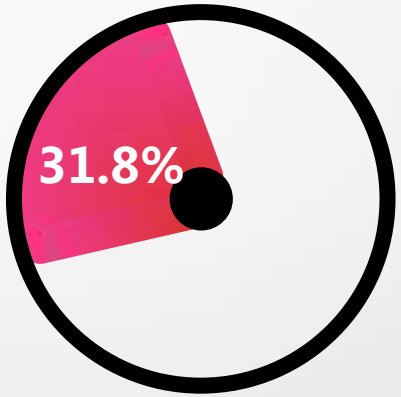
获行业殊荣·进一步强化品牌背书

- 美的630荣获享有电子消费领域“奥斯卡”之称的**艾普兰大奖**
- 630，上市即热销，当月整体万元机市场销售份额**31.8%**

2018AWE艾普兰奖颁奖盛典现场

美的630冰箱万元机市场份额

中国家电市场网.2018年2月



数据来源：中国家电市场网/中国家电网：http://news.cheaa.com/2018/0313/530022.shtml