

杰士邦 X 《十万个冷笑话2》 跨界飙车 幽默老司机联合圈粉

- ◆ 广告主: 杰士邦
- ◆ 所属行业: 个人用品
- ◆ 执行时间: 2017.08.16-09.20
- ◆ 参选类别: 内容营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频
<https://v.qq.com/x/page/q0770nd6gaf.html>

或者
扫一扫看视频



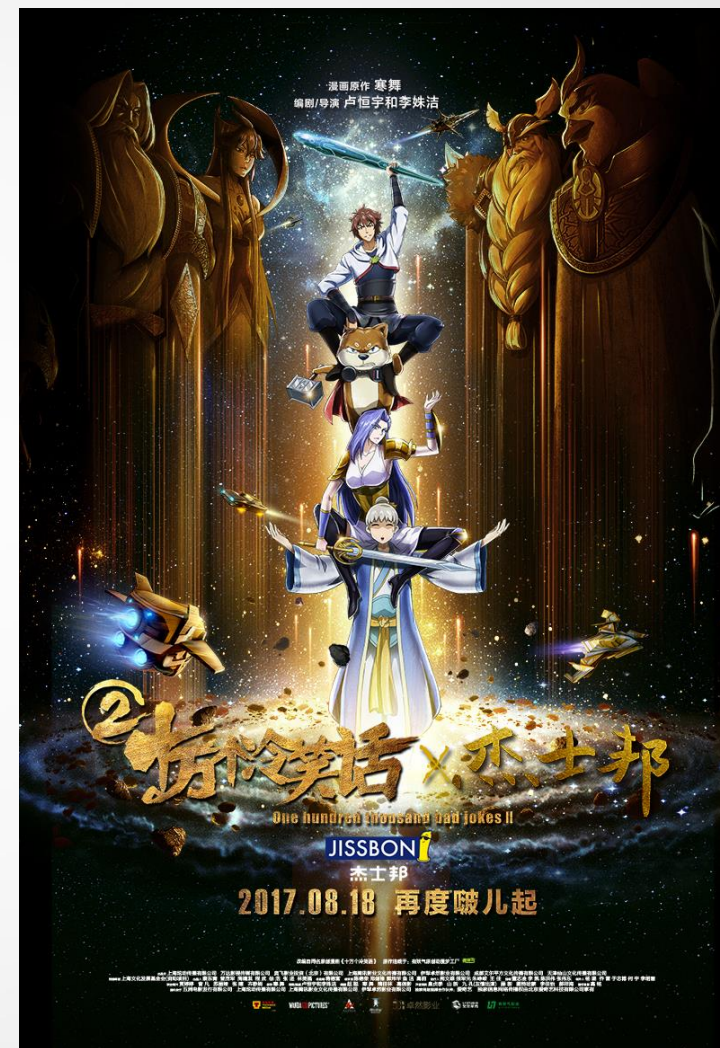
- **背景:**

- 目前，中国青年群体存在许多与性相关的问题，例如高发的意外妊娠与流产，每年约1000万人工流产，超过50%为25岁以下未婚女性；例如疾病，从2008年到2014年，青年学生中新报艾滋病感染数从482例上升到2552例。**“羞于开口谈性”成为大多数人获得性教育信息的第一个障碍。**
- 近几年二次元文化在年轻人群体中迅速蔓延，《十万个冷笑话2》作为优秀国产动漫代表，有深厚的粉丝基础。杰士邦目标人群 8090后是电影市场的绝对消费主力，电影成为品牌与TA精准沟通的有效载体。

- **目标:**

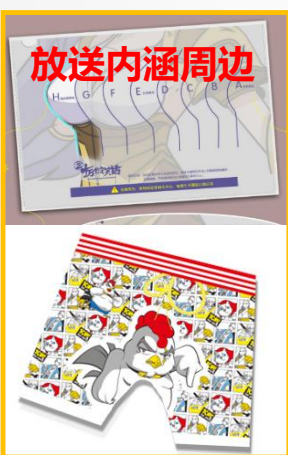
- 杰士邦希望通过年轻人喜欢的内容，让年轻人树立起正确的性观念，用轻松幽默的方式，大大方方谈性，为品牌赢得更多年轻消费者的关注和喜爱。

- 作为国产动画的标杆作品，《十万个冷笑话1》是第一部票房过亿的非低龄国产动画电影，第二部作品仍然延续了轻松搞笑的内容风格；
- 杰士邦则是“套路”营销开拓者，是第一个在中国做广告的安全套品牌，幽默、有内涵的营销活动常常让人会心一笑。二者有天然契合的基因，可实现 $1+1>2$ 的营销效果。



社交:脸红心跳的互推

品牌 → 电影



品牌 ← 电影

水乳交融的
内容

线上



线下

老司机发车预告, “请系好安全~~套~~套”

观影会: 激情四射的线下

品牌 → 电影



让人羞羞的道具



大型粉丝面基

品牌 ← 电影



- 电影上映上映9天票房破亿；杰士邦TBI指数在宣推期间，达到近2个月新高，是平常的27倍；
- 互推微博触达29W粉丝，3500+转发，1500+点赞；
- 微信文章定制，触达10W+粉丝