

移动端拜年新宠-春节节气创意海报项目

- ◆ 广告主：新浪网
- ◆ 所属行业：互联网门户媒体
- ◆ 执行时间：2018.01.01-03.02
- ◆ 参选类别：创意类

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.youku.com/v_show/id_XMzgwNTExNjgwNA==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1

或者
扫一扫看视频



2018 中国人新年俗报告

年是什么?
年是文化的传承,
年是中国人家团圆圆的味道。

旧年俗

THE OLD CUSTOMS
移动互联网唤醒了中国人的年俗感,
更激活了旧年俗。

剃年头 洗福禄

俗话说:“腊月二十六剃年头,腊月二十八洗福禄。”
春节前三天,全国澡堂的生意异常火爆,消费笔数较平日增长了30%;而到了除夕和初一,消费笔数便迅速回落至平日的一半。
理发店的生意波动更为剧烈,消费笔数在节前呈增长的趋势;到大年初一,交易笔数则滑落至平时的1/10。



剃年头 洗福禄

俗话说:“腊月二十六剃年头,腊月二十八洗福禄。”
春节前三天,全国澡堂的生意异常火爆,消费笔数较平日增长了30%;而到了除夕和初一,消费笔数便迅速回落至平日的一半。
理发店的生意波动更为剧烈,消费笔数在节前呈增长的趋势;到大年初一,交易笔数则滑落至平时的1/10。

穿新衣 辞旧岁

穿新衣,戴新帽。
穿回传统,中国人的仪式感又回来了。
在置办“门面”这方面,今年网购旗袍、西装等同比增长了200%。



新年俗

NEW CUSTOM FOR CELEBRATING CNV
移动互联网唤醒了中国人的年俗感,
催生了新年俗。

福气指数

中国人过年就是要有福气

扫五福,已经成为中国人公认的新年俗。
大年三十晚22:18 全球有2.51亿网友通过手机集齐了五福。扫五福今年首次扫到了全世界,南到“世界尽头”的阿根廷乌斯怀亚,北到欧洲大陆最顶端的挪威特罗姆瑟,全球有超过2300个城市都在写福、贴福、扫福、迎福。

五福集齐人数

2018  2.51亿




《2018中国人新年俗报告》

就展示出了中国新年已经变成一个充满年俗味、人情味、科技感和国际范的新过年场景,移动化、趣味化、年俗化多种特色融合一体,形成新年表达方式的特色。



中国年俗的互联网式回归

在一度淡化的传统年俗，本次在互联网技术的加持下新妆回归，可以说，互联网唤醒了中国人的年俗感，更激活了旧年俗在人们心中无法抹掉的地位，怀旧旧年俗反而吸引目光。



移动端拜年成为常态

年是中华文化的浓缩，年是中国人抹不去的心结，新年拜年转发祝福，朋友圈拜年成为年度规定动作。



完全展示以喜庆、红色、祝福等调性的春节系列动态海报传播，直击了春节人群手机转发祝福，怀念年俗年味的新春特点，简单喜庆适用于家庭、长辈的分享，紧扣每一个重要节日节点不同的许愿祝福关联，引发转发传播效应。

目标

打通新浪门户介绍+新浪自我展示+自有运营账号内容展示，多内容融合在一张海报中，在传递新春祝福的同时实现自我运营、自我宣传的最佳效果。



充分运用春节的传统影响力，搭建移动端内容分享的传播策略，形成更有代入感的借势传播。



传播策略主导

紧跟年前、年中、年后7个重要节气借点，做到每个截点集中发布，多点扩散，最大化带动社文化滚动。



传播特色主导

怀旧式内容形式更注重打动家庭向、长辈间的拜年分享，打造适合转发长辈获得共鸣的拜年海报特色。





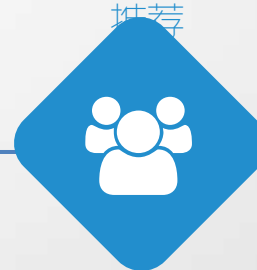
搭载新浪 频道特色

以中国风俗春联的方式，搭建新浪频道特色与新春祝福的关联，形成祝福与推荐的巧妙关联。

搭载优质 自运营账号

以新过年的方式（自拍、短视频等），关联新浪优质的自运营账号

推荐





上线互动 有礼活动

以新春对联方式呈现文案特色，并掀起社交化写春联互动热潮，形成了良好的社交互动性。

独特设计 年味儿十足

年味儿十足仿年画版手
给动态海报，从画面到
内容做到独一无二



年前——重要节点——元旦发布

【配发文案】：新年元旦第一天，新浪新闻新看点！2018年人类脑洞研究所，向各路大咖致以节日问候，祝大家新年开门红！



同步配发微信运营账号，展开互动活动

年前——重要节点——腊八发布

【配发文案】：小孩儿小孩儿你别馋，过了腊八就是年，新浪教育、新浪轻摄祝大家——腊八节快乐！



朋友圈转发呈现展示

年前——重要节点——小年发布

【配发文案】：腊月二十三，灶王爷上天，糖瓜粘，窗花年画贴起来，只等三十过大年！！



朋友圈转发呈现展示

年中——重要节点——三十发布

【配发文案】：放鞭炮，吃饺子，一夜连双岁五更分二年，家家热闹同聚首，岁岁同享年三十！



朋友圈转发呈现展示

年中——重要节点——初一发布

【配发文案】：年来到，年来到，初一拜年要趁早，祝愿新年事事好！



朋友圈转发呈现展示

年中——重要节点——初五发布

【配发文案】：开市迎吉利，家家祭财神，破五放鞭炮，百无禁忌消！



朋友圈转发呈现展示

年后——重要节点——十五发布

【配发文案】：正月十五闹花灯，一年一度元宵明，月圆汤圆人团圆，阖家欢乐庆丰年！



朋友圈转发呈现展示

传播阶段——家庭群转发

海报拜年不仅成为朋友圈转发刷屏效果，更适合在家庭群，长辈拜年等成为转发首选！



项目过程产生众多不同资源曝光数据，提供部分供参考：（7款共计）

海报预计曝光量：近100万

微信互动讨论量：5480次

盖量微信群预估：800个+

项目周期：
2018年1月1日-3月2日（共61天）

项目执行：
官方共发布7条
海报信息（人类脑洞研究所公众号成为首发源）

传播亮点：
七条海报预告共实现
移动端曝光量
1000000+，海报
转发量4800+次
（含朋友圈+微信群）覆盖
微信群数量800+



成功捕捉春节祝福转发传递的心理诉求，塑造了怀旧版年画式年俗拜年素材，同时将新浪门户信息与优质账号充分关联

让可爱小浪成为拜年萌宠，让春节祝福成为新浪及新浪自有账号宣传的专属标签，形成了全新的自造IP。

紧密关联到微信朋友圈和微信家庭群等受众场景，进行整合运用，促成了效果达成。

