



Top
Mobile
Awards

苏宁易购 IP 苏格拉宁地球大冒险

- ◆ 广告主：苏宁易购
- ◆ 所属行业：电商行业
- ◆ 执行时间：2017.09.12-2018.01.12
- ◆ 参选类别：创意类

一、项目背景

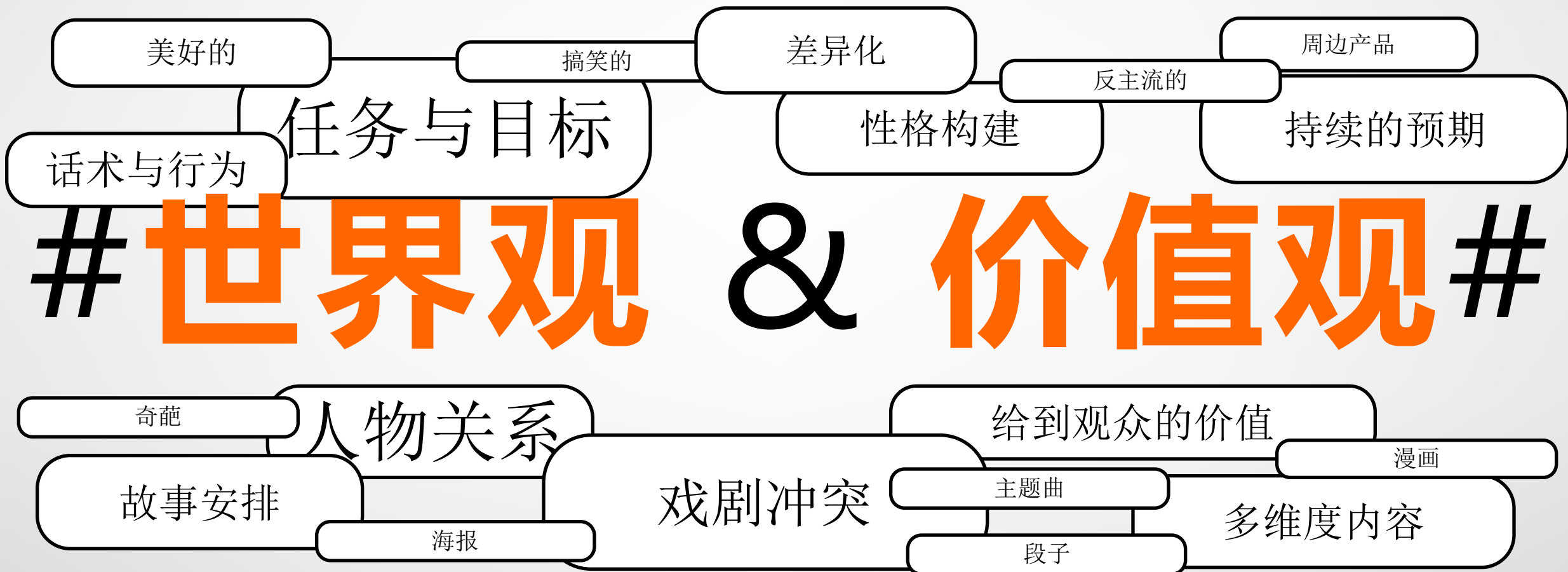
品牌 IP 生机盎然的时代，如何才能紧抓消费者目光？

一个完整的世界观、价值观，**充实的 IP 形象**

通过**一个长线故事**+**多种周边衍生品**将苏格拉宁IP打入消费群体中！



我们都知道要让别人爱上**苏格拉宁IP**，这远远不是运营与做活动这么简单，在这后面，你知道是**建立一个系统**，而它的核心是：



苏宁易购代言人--IP苏格拉宁



The image features a central cartoon lion character with a large, open mouth, set against a yellow background with a repeating pattern of the character's face. The character is surrounded by various descriptive text elements in a stylized, bubbly font. In the top right corner, there is a small logo for '苏格拉宁的地球大冒险' (Suo Ge La Ning's Earth Adventure).

万能大师
有求必应

乐观轻松的奋斗狮

爱旅行

家底丰厚

萌贱
特爱管闲事

师出名门

小暖男

吃货

苏格拉宁
SUORARING

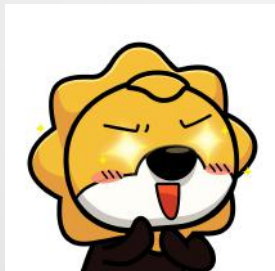
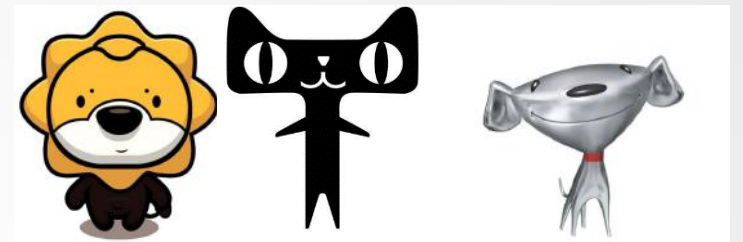
来自Suning星球的萌贱小暖男，特别爱管闲事的万能大师，总是在危急时候用它的神奇法宝帮助小伙伴解决各类问题。

它来到地球是为了帮助若男实现愿望，这同时也是suning星球每个小狮子都要经历的成人考验。

二、市场竞争与挑战

“IP营销”概念层出不穷，而一个优秀的IP其内核就在于**极高的辨识度、可认同的商业符号**，意味着一种对于打动人心的身份认同、自带势能和流量，最终形成的一种社群商业标签。

作为电商行业的领先品牌，苏宁易购便是搭上了这一趟IP大潮的“顺风车”。顺应社会营销奔向年轻化的时代，苏宁易购从“消费习惯”、“兴趣偏好”、“潜在意识”等多维度刻画年轻一代的画像，结合电商平台自有庞大的数据资源，得出“互黑、互撩、互动”的三互行为模型来帮助品牌建立年轻化的形象。



优质IP在避免内容同质化的同时，需要有周期的不断推出各种新的、好玩的点子和想法，

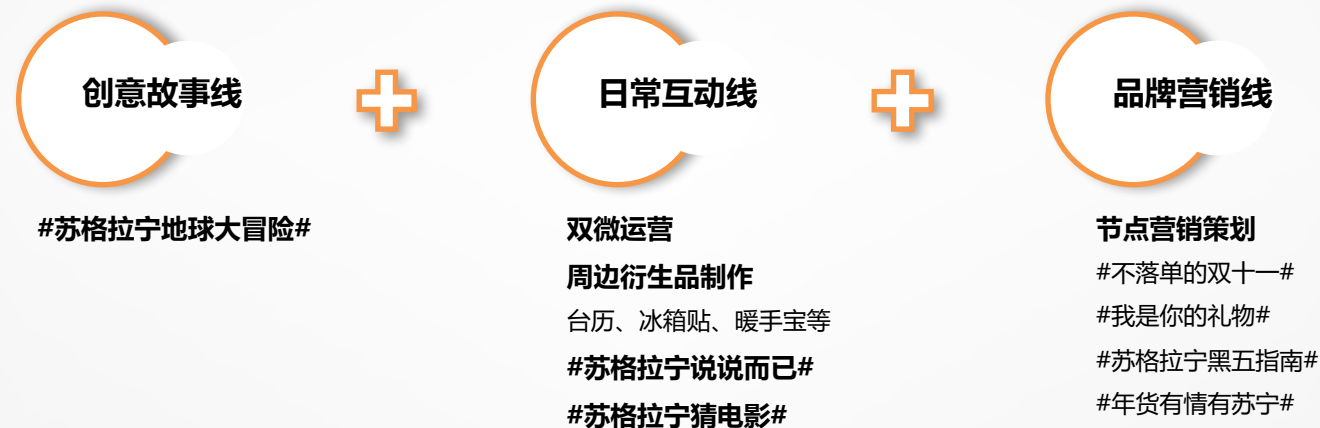
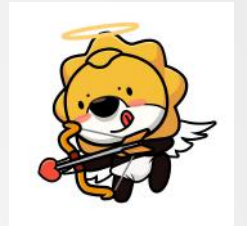
“一只来自苏宁星球的萌贱、暖男且全能的小狮子苏格拉宁” 作为苏宁易购的超级IP应运而生。

于是，在接下来的营销方向中无论是内容还是渠道都加大与年轻人互动的力度，抓住80、90后**贱萌暖**的网络文化。

推出自制品品牌IP——苏格拉宁，借助和年轻人互黑、互撩、互动的行为建立年轻化品牌形象。

三、策略与亮点

苏宁易购IP苏格拉宁传播上，一来建立完整的IP人设特点、三观、行为习惯；二来则是通过媒介呈现将其激活，并活跃在用户眼前；三是不定期契合苏宁易购促销节点，打造IP的同时，牢牢锁定IP与苏宁间的关系。



“苏格拉宁”的IP运营模式主要分为“故事线”、“日常线”、“营销线”，三线合一。

通过完整的故事背景#苏格拉宁地球大冒险#打造IP暖、萌、贱的人设属性及三观，在用户面前展现IP立体化人物形象；通过日常运营，包括媒介、传播资源等扩大IP声量；除此之外，多维度，不同形式地联合各事业部门进行、促销节点进行品牌性营销活动。



消费者

故事

活动

周边



产品关联

01

引发关注，促成社会化传播

02

巩固流量，通过兴趣建立参与

03

消费者开始行动

全部贯通，从

吸引 → 兴趣 → 关注 → 行动 → 转化

的完成体验逻辑

故事：

苏格拉宁地球大冒险

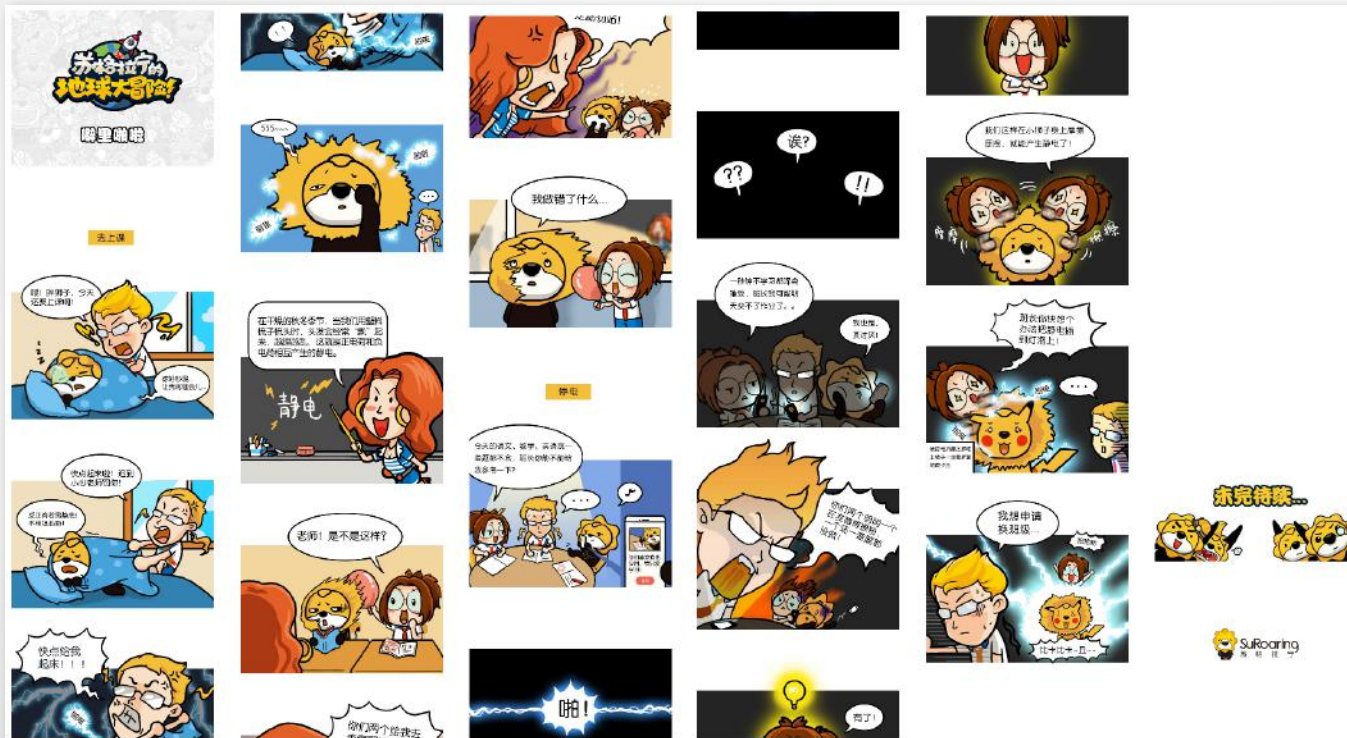
- 先导宣传视频** 先导曝光故事线《苏格拉宁地球大冒险》人物特点、关系及属性，通过视频形式，丰满的故事情节能够将人物的关系以及整个故事的脉络交代的更加清楚，并一次性介绍完毕《苏格拉宁地球大冒险》故事线出镜人物，后期以视频+条漫+海报形式巩固 IP 的世界观与价值观，建立苏格拉宁 IP 立体化人格属性。

链接：http://www.miaopai.com/show/BFFQ5SHjIEt1czX1zXG6nTa5fL9Y7g~8QRxPfA_.htm



● 视频+条漫巩固 (日常现象话题梗)

条漫：



视频链接：

<https://weibo.com/tv/v/FzjxvcfRu?fid=1034:6b7b5b911df2d589ea61a102a8b274f7>



● 视频+条漫巩固 (广告软植入梗)

条漫：



链接：

http://www.miaopai.com/show/WwTn6n0AufD80uWM8V9mF~fGxgcWDTXB2W6qsw__.htm



● 条漫巩固 (跨界联合)

苏格拉底的地球大冒险
番外篇之舞狮计划

我要去跟“黎家狮”学习狮头扎作，做一个威武的狮子头，我们去佛山吧!

没有人开门诶，怎么办?

可能一会就有人了，在等待的时间里我们玩点更有意义的事情好了——

怕了你们!

PS 若想看真狮、锁定PP视频直播，苏宁直播，龙珠直播，看潮宅新年球，抢红包!

时间：2018年1月9日
地点：南京苏宁易购总部

未完待续...

佛山黎家狮受邀参加苏宁易购年货节发布会

佛山黎家狮第五代传人黎伟为苏宁定制的狮子头，将会出现在苏宁易购年货节发布会现场进行舞狮表演! 黎大师特此闭关修炼，不见外客!

SuRoaring 苏格田字

● IP 表情包日常互动 提升社交热度



活动：

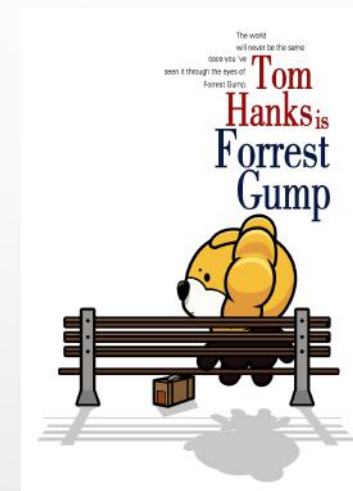
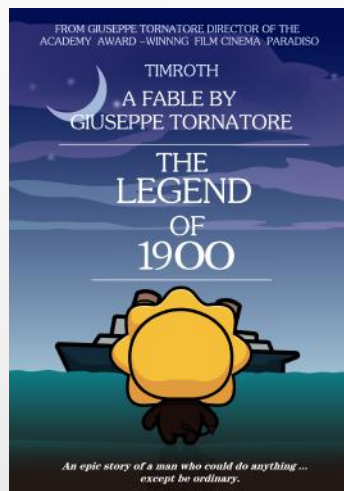
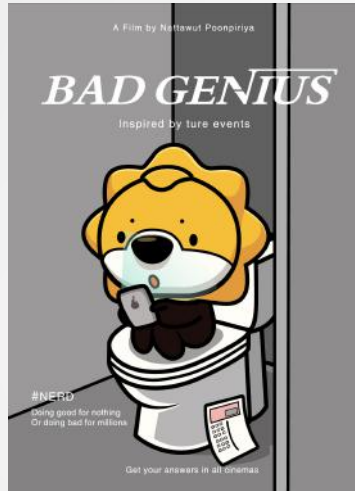
话题讨论、节点互动

定期定量话题#苏格拉宁说说而已#输出，文案与画面相辅相成，营造或温馨、或感性、或哲理的氛围，刻画IP“暖”的人设属性，拉近IP与用户间的距离。



苏格拉宁说说而已

话题#苏格拉宁猜电影#，以当前热议电影主画面为原型，加入IP苏格拉宁人物形象，提高与用户间的互动力度。



苏格拉宁猜电影

互动H5



【H5互动二维码】

互动H5



【H5互动二维码】

周边：

IP 周边衍生品

✓ 暖手宝：



✓ 冰箱贴：



周边衍生品

✓ 台历贺卡：



四、营销效果与市场反馈

1) #苏格拉宁地球大冒险#以苏宁易购吉祥物IP--苏格拉宁与人类伙伴在地球上的一系列故事为主线，分日常线、促销线、品牌线三线完成吉祥物IP对苏宁易购品牌力度、影响力度的推广“任务”。

2) 媒介传播上：

- #苏格拉宁地球大冒险#动漫视频、宣传海报、条漫，收获大批年轻人群喜爱，并获得大众自传播效果，传播期间曝光量达**1100万+人次**，深度互动达**15万+人次**；
- #苏格拉宁说说而已#、结合双微平台获得**266.5万+**曝光，评论、转发等深度参与**65万+**次；
- #苏格拉宁猜电影#、苏格拉宁话题关注度、讨论度、互动量，推出至今，取得曝光**28万+**；
- #你的我的礼物#圣诞节营销活动，话题#我是你的礼物#在新浪微博话题TOP榜单中，曝光量达**357.3万+**；魔性尬舞H5上线仅3天、日即取得**UV 29165+**、**PV 48070+**等可量化成绩；
- 苏宁易购吉祥物IP--苏格拉宁传播期间，#苏格拉宁地球大冒险#营销活动共获得**新浪微博话题榜--笑话榜TOP1、社会榜TOP3、其他榜TOP21**等；互动H5获得**多家专业平台收录**，如H5案例分享、FaceH5、哇呖网、H5DOO等；

3) 产业形象延伸：

以IP苏格拉宁延伸出8个性格各异的IP形象，对应苏宁八大产业，统一苏宁各大产业形象之外，契合各个产业特有的品牌形象。

4) 周边衍生品制作：

除常规套路外，深挖大众消费喜好方向，契合IP苏格拉宁贱萌暖形象，延伸一批周边衍生品，如台历贺卡、抱枕、玩偶、暖手宝、U盘、冰箱贴等。

- 第九届虎啸奖 IP营销奖 银奖
- 第九届虎啸奖 企业形象及活动推广类 银奖
- 第九届虎啸奖内容营销奖 铜奖
- 第九届金鼠标奖 创意传播类铜奖
- 第十届中国广告主金远奖 整合传播类金奖

话题#哎妈呀秋裤#，微博话题阅读量4266万，其中**#哎妈呀秋裤#**于10月31日登上**笑话榜top1，总榜top9**

话题**#不落单的双十一#**在传播期中，11月8日到达**社会榜top3**，11月11日到达**社会榜top2**

话题**#我是你的礼物#**传播期间，登**其他榜top21**

亮眼成绩



代表：苏宁易购双十一--快闪H5

利用快闪形式，将双十一的各重点项目进行植入

此H5被收录的优秀案例网站：

1. <http://www.h5doo.com/> (直接被当成模版)
2. <https://www.h5-share.com/cases/201711/suningshuangshiyi.html> (优秀案例)
3. <https://www.h5-share.com/cases/201710/suningyigosa.html> (优秀案例)
4. <http://www.thewap.cn/works.php?pid=NDMyOQ> (优秀案例)
5. <http://www.thewap.cn/works.php?pid=NDIxNw> (优秀案例)

