

蓝月亮



- ◆ **品牌全称**：蓝月亮（中国）有限公司
- ◆ **所属行业**：快消-日用品
- ◆ **参选类别**：年度最具移动营销创新精神品牌

自2008年开启中国洗衣“液”时代以来，蓝月亮根据消费者洞察迭代产品；2011年，倡导“专品专用”，推出手洗专用洗衣液；随后陆续推出**宝宝专用、旅行专用、预涂专用洗衣液**；2015年，蓝月亮推出国内首款泵头计量式“浓缩+”**机洗至尊洗衣液**。2018年，推出重磅高端新品——**至尊洗衣液，让用户感受全新的洗衣体验**。蓝月亮一直以消费者需求为导向，力求持续创新，并以洗衣液市场的强大竞争力和品牌影响力，引领全民走向浓缩洗衣新时代，致力于改变中国用户洗衣体验方式！

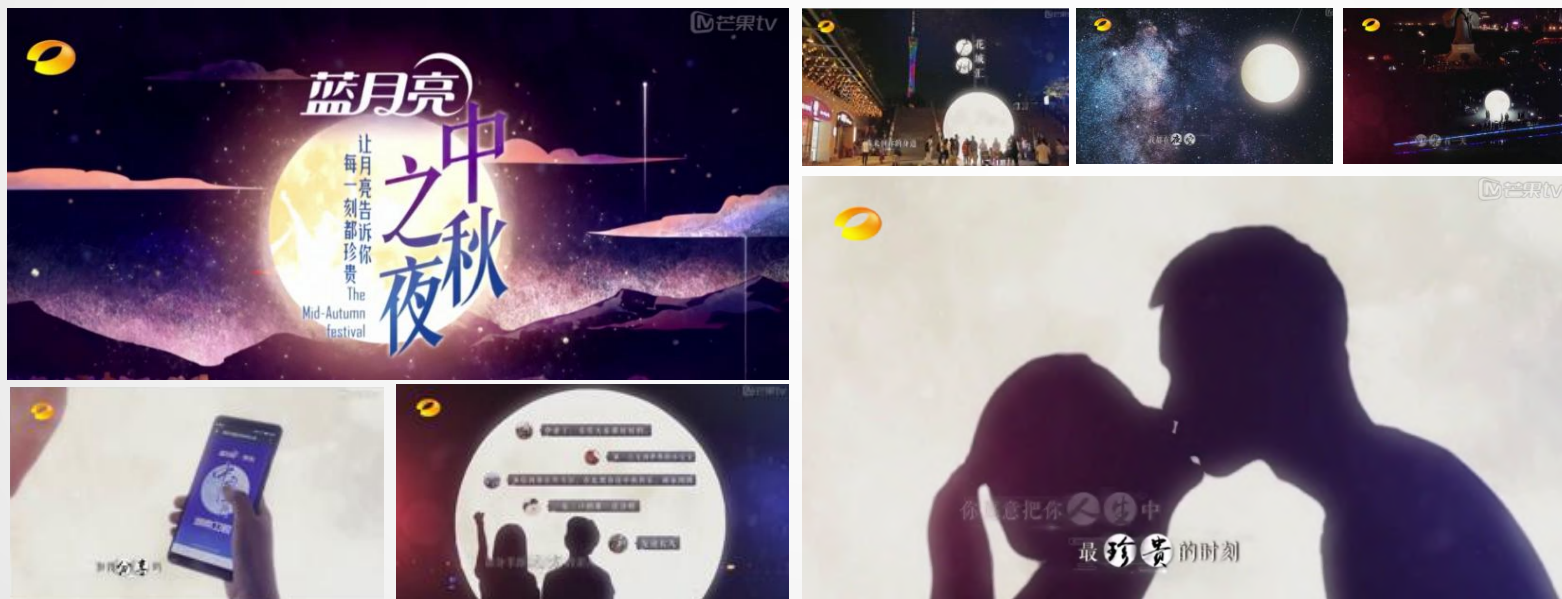


蓝月亮定位于**中高端洗涤市场**，旗下主打的**高端洗衣液——至尊洗衣液**，针对有美学和高附加值要求的用户而生，填补了中国洗涤高端用品领域的空白，也是顺应消费升级大趋势而为之。**至尊洗衣液的目标人群**聚焦于**追求更高生活品质，愿意尝试新生事物的中青一代**。他们追求时尚，有极高的生活品味，对衣物洁净的要求更高。



- 近一年品牌在移动营销领域的创新性表现及突出成绩：
- 2017年蓝月亮中秋盛典《以至尊，献至爱》，微博话题#让月亮告诉你#**阅读量达1406万+**。湖南卫视中秋晚会互动**H5的UV量达163万+**；店铺销量同比2016年增长**142.76%**，**单日销量达成率最高205%**，9.22/25及10.4单日销量**同比8月日均增长286.38%**，**机洗至尊浓缩洗衣液月均销量增长6564%**！
- 2018年蓝月亮京东超级品牌日《轻松一泵，颠覆想象》，京东首页下拉H5《洗衣净化大挑战》**PV量达132万+**，**UV量80万+**，创京东下拉H5历史新高！微博话题#最会洗衣服的明星#**阅读量达1.7亿+**。超级品牌日当天销量是**2017年618当天的3.9倍**，**新品浓缩洗衣液总销量占比高达42%**！

案例1：《以至尊，献至爱》蓝月亮2017年中秋盛典



2017年湖南卫视中秋晚会先导片视频



扫描二维码，查看视频



2017年中秋盛典案例回顾视频



扫描二维码，查看视频



我们联合湖南卫视，将中秋佳节最大的意象——月亮实境化，打造成中秋专属的“**超级月亮**”**实境装置**，并将其作为线下引流线上的重要线索，征集网友的中秋祝福，为中秋盛典活动预热，**引流至京东蓝月亮会场**。

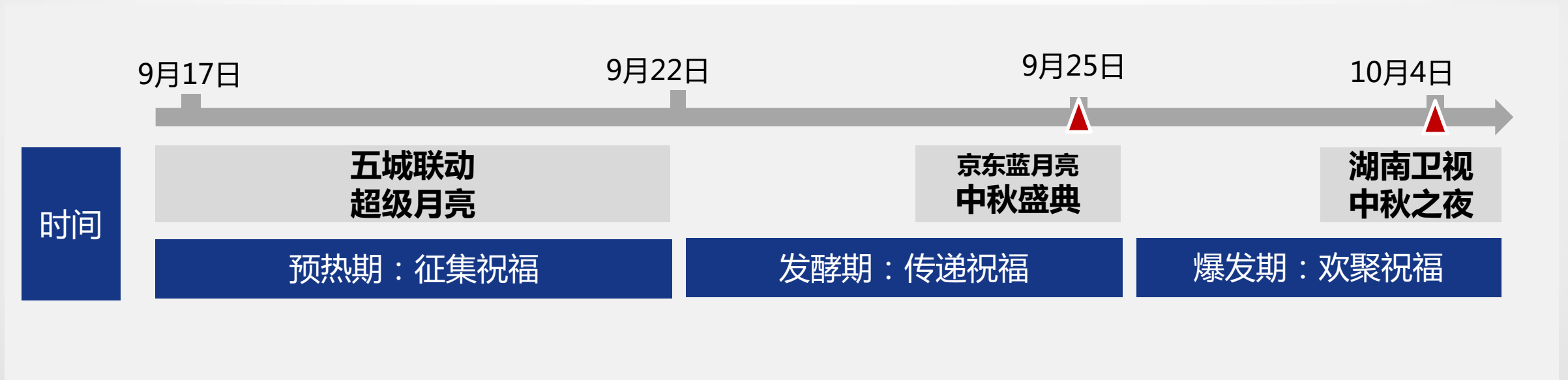


同时，蓝月亮联合京东举办大型电商购物节——**京东蓝月亮中秋盛典**，利用明星定制化内容，通过社会化传播，**引流至京东蓝月亮会场**，提升消费者的购物欲望，促进销售。



在中秋节当天，深耕**湖南卫视中秋之夜强IP**，以先导片视频、软性植入及摇一摇互动等营销手段，传递网友的中秋祝福，提高活动曝光量，**共同引流至京东蓝月亮会场**，引爆当天销售。

我们按照活动的不同阶段，依托中秋佳节的情怀，将促销氛围层层递进，引爆销售。蓝月亮中秋盛典分为三个活动节点，分别是**征集祝福（9.17-9.22）**、**传递祝福（9.23-9.25）**，和**欢聚祝福（9.26-10.4）**。



9月17-22日，蓝月亮联合湖南卫视，在全国五城（广州、西安、厦门、峨眉山市及长沙），设立超级月亮实境装置，并通过线上话题传播，**对中秋盛典活动进行预热，为京东蓝月亮会场引流。**



超级月亮现场图片

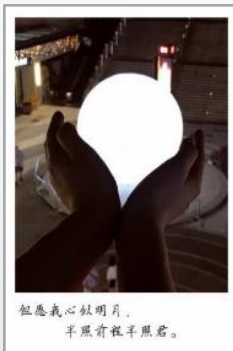
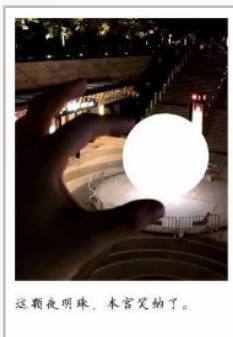


《湖南卫视蓝月亮中秋之夜》互动H5

消费者通过扫码进入H5，为至爱送上祝福，最后通过领券引流至**京东蓝月亮会场**，为整场活动预热。同时，超级月亮的活动也会拍摄成先导片视频，在中秋之夜晚会作精彩开场。



在线上传播中，蓝月亮联合京东、湖南卫视三方官微联合发声，告知超级月亮事件，并引导趣味UGC，引发二次传播，同时为京东蓝月亮会场引流：



9月25日，在社交端，各大KOL发布**彭于晏中秋预告视频**，并通过京东APP首页下拉H5“来自好彭友的祝福”，**为京东蓝月亮会场引流**。当天，蓝月亮联合京东举办的大型电商购物节“**京东蓝月亮中秋盛典**”开幕！利用明星定制化内容，通过社会化传播**引流至京东蓝月亮会场**，促进销售。



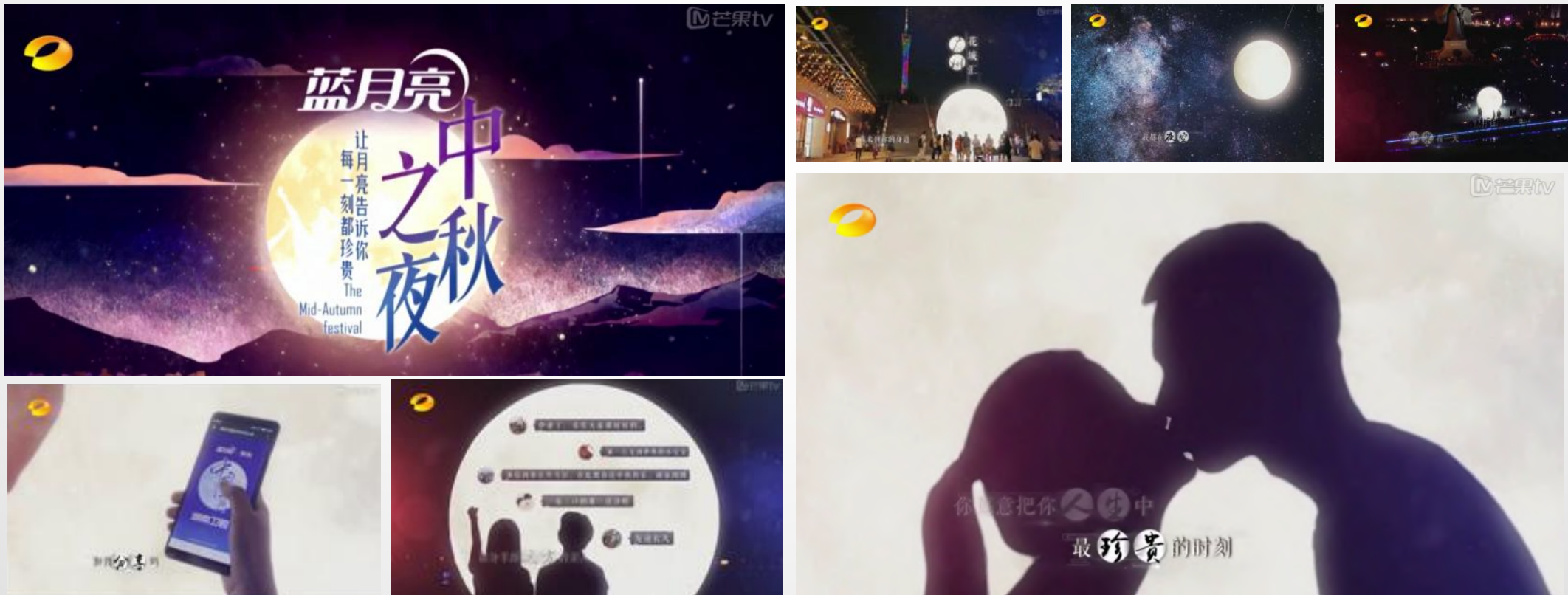
彭于晏中秋预告视频分镜图

京东APP首页下拉H5——《来自好彭友的祝福》H5：

网友通过下拉京东APP首页，可进入H5，收听明星代言人的语音祝福后，可领取优惠券购物，从而对**京东蓝月亮会场**进行引流。



9月26日-10月3日，蓝月亮联合《湖南卫视中秋之夜》，结合**线上话题营销及微博互动**，逐步将中秋之夜晚会推向高潮。10月4日晚，蓝月亮在**中秋之夜晚会**中以先导片、软性植入及摇一摇互动等营销手段，传递网友祝福，提高活动曝光量，**引流至京东蓝月亮会场**，实现销量爆发。

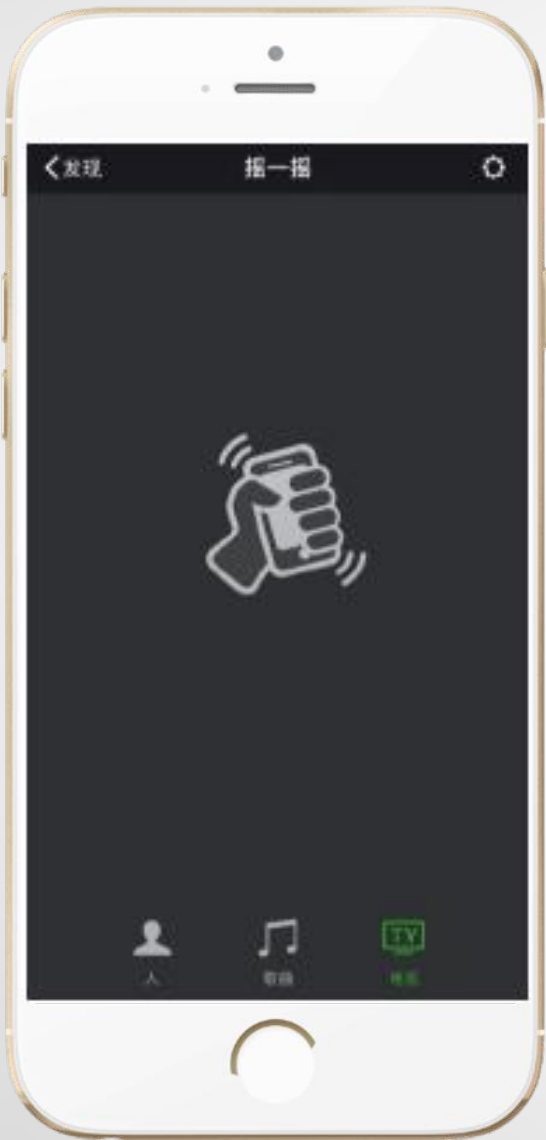


中秋之夜晚会先导片分镜图（视频创意脚本由我司提供）



微信摇一摇晚会互动H5

在观看中秋之夜晚会期间，观众可通过微信摇一摇，进入晚会互动H5，收听明星祝福，从而领券，**进入京东蓝月亮会场。**



5.9万+

互动H5收集网友祝福数量

163万+

晚会摇一摇H5互动UV量

1406万+

微博话题#让月亮告诉你#阅读量

142.76%

同比2016年中秋会场销量增长

286.38%

9.22、25 及10.4单日销量同比8月日均增长

205%

单日销售达成率最高可到

6564%

机洗至尊浓缩洗衣液月均销售增长

案例2：《轻松一泵，颠覆想象》蓝月亮2018年京东超级品牌日

京东
超级品牌日 | 蓝月亮
卓越品质 高口碑

蓝月亮京东超级品牌日

部分每满 99减 50

蓝月亮代言人 彭于晏



蓝月亮代言人 刘雯



2018年1月9日，在中国上海，举办蓝月亮至尊科技生活盛典，彭于晏、刘雯明星助阵，引爆新品发布。



1月9日，刘雯转发官微，公布时尚洗衣法，引发社交端话题，为蓝月亮京东超级品牌日预热。



刘雯转发



微博热搜



微博热搜轮播



导流电商页面

1月8-10日，在京东发现频道上线明星内容，发布明星专属视频及趣味内容，进行内容营销。



内容营销页面



视频：刘雯定制洗衣小TIPS



视频：彭于晏刘雯教你选洗衣液



Top Mobile Awards

超级品牌日开启，配合首页下拉H5互动，引爆当天销售代表案例

通过京东首页下拉小游戏，用户了解蓝月亮浓缩洗衣液十年进程，进行互动赢取优惠券，跳转主会场；H5的PV量达**132万+**，UV达**80万+**，创下拉历史新高。



下拉封面



下拉效果



游戏开始提示



游戏玩法



中奖弹窗 22

1月10日，配合开机屏等站内核心素材，对新品首发进行曝光及售卖，购买新品可获得3D全息投影礼盒。



开机屏



新品购买页面



3D全息投影仪

130万

《洗衣净化大挑战》
下拉H5互动量创京东新高

1.7亿

截止1月17日，
#最会洗衣服的明星#微博阅读量

3.9倍

是17年618当天销量的3.9倍

42%

新品（包括浓缩洗衣液）
销售占比高达42%