

**SAMSUNG** × *Toprand* 图派

- ◆ 品牌方：三星
- ◆ 合作方：图派传播
- ◆ 参选类别：年度移动营销金牌搭档

## 一拍即合的战略合作伙伴

- 17年初开始合作，至今持续不断的深入合作，在短时间内建立起紧密的合作关系
- 从最初的十万级单点创意类项目，到百万级的整合营销类项目
- 三星将与图派保持紧密的合作伙伴关系，深入品牌营销领域，共同建立起业内口碑

### 合作覆盖三星全家电产品

QLED电视

干衣机

洗衣机

空气净化器

冰箱

### 多种类项目合作

短  
视  
频

事  
件  
营  
销

H5

品  
牌  
营  
销

TVC

整  
合  
营  
销

## 持续深度合作，建立起长期 战略合作伙伴关系

- 图派现已成为三星重要的合作伙伴，将在三星各产品线进行深度合作
- 我们将携手去革新家电领域的营销策略，创造更多有效的，精准触及消费者的营销战役
- 我们将与三星一起探究品牌。为三星树立起深受消费者喜欢和信赖的品牌形象，是我们未来最重要的课题

## 三星AI电视探寻家的意义，人文创意直达人心



**#告别日常的琐  
碎#  
直击用户痛点引  
发共鸣**

生活化创意 让产品更接近  
消费者



**看见妈妈的少女心**



- 母亲节借势传播
- 引发情感共鸣



**TVC探寻家的意义**

- 建立情感链接，引发消费者共鸣，思考家的意义
- 传递品牌理念和产品价值

## 解读“大隐耀视”，引出“时代的隐者”

### 三星官方发声，引出#时代的隐者#概念

- 将三星QLED电视塑造成隐者形象，诠释何为“大隐耀视”
- 表达品牌理念，将“大隐耀世”的主张进行本地化传播

### KOL背书，诠释三星QLED的

- 解读精英阶层的“大隐耀视”
- 触达更多目标受众，获得更多认同



## #致敬时代的隐者#引发全民参与，刷新朋友圈B格



### 致敬时代的隐者掀起致敬风潮



- H5表达“时代的隐者”的核心理念
- 10位大V助阵扩大曝光

### 概念TVC 诠释隐者的隐耀之道

- 用概念TVC及致敬海报，对大隐耀视做一次最彻底的升华。
- 以“大隐耀视”的东方洞察为出发点，用舞者形象诠释时代的隐者隐耀之道。



视频链接<https://v.qq.com/x/page/q069544s3rm.html>

# 打通线上线下一体化，『让父亲上头条』为父爱发声，让父爱闪耀



## 1 感性呼吁 父亲节的仪式感

- 唤醒忽视父爱忽视父亲节的人们
- 让父亲节更有仪式感，上传对父亲的祝福，让父爱上头条，引发传播



## 2 线下装置引发市民围观互动

线下装置同步H5中UGC内容，引起市民围观参与，并引发深圳本地媒体采访

## 3 现场采访影片引发二次传播

活动现场实时采访到到场打卡的深圳市民，采访影片中真实的情感流露，引发二次传播



## 文华

图派数字整合  
传播机构CEO

图派拥有多年服务家电行业品牌的经验，与三星的合作对我们拥有里程碑式的意义。三星与我们都抱着互相开放、互相信任的态度，使得我们的合作更加顺利，迅速建立起紧密的合作关系，这也是未来我们实现合作共赢的坚实基础。

图派凭借优秀的创意能力、整合营销能力和执行力，在短时间内，已经做出了几个成功的案例，所以迅速成为了三星家电市场部的重要伙伴。希望未来能够一起打造出更多有意义有价值的营销战役。

## 邓晓华

三星电子大中华区  
家电市场部副总裁