

## 璀璨时刻挚爱分秒，周大生让爱灿若珍宝

广告主：周大生

所属行业：珠宝

执行时间：2019.05.19-12.04

参选类别：创意传播类

### 营销背景

周大生创新融合珠宝、装扮风格、场景与情感，将全新的设计理念和情感文化融入“情景风格珠宝”，向消费者传递在不同生活场景中表达情感的生活美学。

### 营销目标

抓住 520、七夕、国庆三大节点，有节奏地向消费者传递周大生“情景风格珠宝”在时间维度上由浅入深的情感诉求，植入浪漫甜蜜的产品理念。实现有效引流，提升销量。

### 策略与创意

从**话题传播、抖音挑战赛、现场仪式**三点发力，强化消费者互动，激励自发传播。

- 1、依托 520 应景主题“**为你别有用心，甜蜜星人心机告白**”传递“有趣、甜蜜、小心机”的产品理念，通过小红书、微博、抖音三大平台 KOL 发声，塑造产品“心机告白神器”的定位，引发话题传播。
- 2、借助七夕，发起“**就爱吃定你**”抖音挑战赛，通过明星、达人CP 创意视频和品牌贴纸的展示，传达出产品卖点与含义，给产品制造甜蜜和爱的氛围，增强粉丝对品牌的好感度。



3、结合国庆节，偶像男神汪东城化身“星推官”，空降现场，与百对情侣一起体验璀璨闪耀星空，共同参与“星空见证，挚爱时光”星愿仪式。以“挚爱时光，耀你星动”主题推广产品。

## 执行过程/媒体表现

1、**甜蜜星人** (2019.05.19-06.10) 打造传播主题“为你别有用心，甜蜜星人心机告白”。

视频创意结合红人自身调性，以情侣日常的角度记录下甜蜜互动小故事，自然地引出产品，突出记忆点。微博曝光量 138 万+，总互动量 8 万+；小红书曝光量 2248 万+，总点赞收藏阅读量 33 万+；抖音总播放量 738 万+。



2、**爱就吃定你** (2019.08.06-09.06) 利用王祖蓝、Angelababy 两人有趣又有爱的明星特质，贴合产品属性，带动粉丝圈层点赞式传播。



### 硬广资源-开屏&信息流整体情况

**9,057,373**

广告总展示次数 (PV)

**116,032**

广告总点击次数 (Click)

备注：数据统计时间区间为8月7日-8月9日

内容与排版不断升级，通过对话或者情景剧等形式展现社会上普遍热议的话题，例如熬夜、体检、健忘、健康、脱发等，通过趣味性的表达与设计吸引粉丝阅读。

情侣 CP 领衔，玩转抖音甜蜜贴纸。七夕期间，用户在抖音随机触发贴纸，在头顶打分并出现兔子或胡萝卜，通过高低分值表示两人之间“吃定”与“被吃定”的关系，激发 UGC 产出高质量视频



内容，打造七夕话题热度，辐射更多消费群体。



参与视频数

7.4万+

视频总播放量

3.5亿+

参与人数

6.7万+

视频总互动量

1057万+

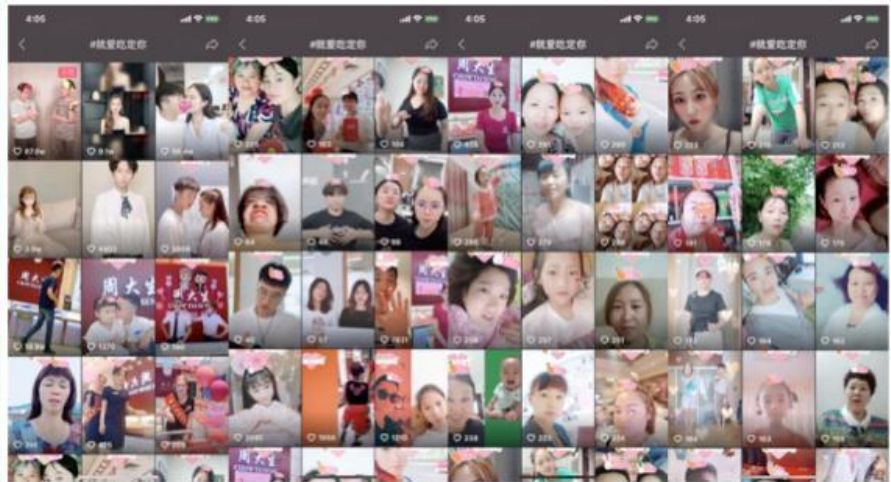
贴纸投稿数

21,643

周大生首次合作IDOU2.0项目  
树立珠宝行业新标杆

话题vv超高  
荣登IDOU项目TOP1

备注：数据统计时间区间为8月7日-8月13日



3、**挚爱时光 耀你星动** (2019.09.30-12.04) 由传播话题“时光穿梭 挚爱未变”开启，到“挚爱时光 耀你心动”邀请 100 对情侣在男神汪东城的见证下共赴一场星空之约，周大生官微、红人微博与明星互动加持，多角度覆盖微博传播。四个微博话题共计阅读量 1.9 亿，话题讨论达 15.4 万。



围绕时光之旅打卡和“汪东城”现场送祝福活动进行全网立体覆盖。微博推送三波，视频累积播放量达 525 万次。微信推送两波，总阅读人数达 22.8 万。从 9 月 30 日到 11 月 5 日，完成四波新闻门户网站发布。以层层递进的传播节奏，多维互动扩大品牌声量，提升品牌附加值。



随后，以秦海璐、毛晓彤两位明星带出产品新“饰”力，赋予缪斯女神们更强大的力量，保持锋芒，与星辰同行，开启美的觉醒。



最后，上线的都市女性情感治愈短片《挚》，以一段动人的爱情故事，寻找挚爱答案。烘托出周大生《挚》系列让钻石见证挚爱时光，在人生最好的时光里，和心上人一起变成更优秀的自己，一起站在光芒最盛的地方。执手挚爱并肩前行，才是爱情唯一的答案。



视频链接：<https://v.qq.com/x/page/i302957kbc4.html>

## 营销效果与市场反馈

- 1、“甜蜜星人”总曝光量 2851 万，总互动量（微博+小红书+抖音）18 万+；新闻覆盖媒体总数 66。
- 2、“爱就吃定你”王祖蓝及 Angelababy 抖音视频合计点赞数达 76 万，情侣 CP 合计点赞数超 60 万，“兔子-胡萝卜”主题贴纸互动视频投稿数达 2.2 万，有效提升品牌好感度。
- 3、“挚爱时光 耀你星动”微博覆盖量 1.4 亿+，互动量 38.9 万，微信覆盖量 598 万，互动量 22.9 万；新闻投放预估覆盖媒体总数达 521 家。
- 4、总触达超过 1.7 亿人次，声势与销量双向效果显著。