

清扬 “清 young 学” ，听我炸翻场！

广告主：清扬

所属行业：快消

执行时间：2019.07-10

参选类别：创新营销类

营销背景

长久以来，清扬一直致力于把#不屑质疑 无懈可击#的品牌口号传递到消费群体中，以价值认同的方式获得人群心理占位，打造不可替代性的品牌地位。然而，在受众迭代过程中，我们发现，清扬一直以来的**向下“教导”型传播**，通过实力派明星代言人，打造#不屑质疑#宣传短片，一味的告诉年轻人该怎么做的模式，**已经带不动这届 Z 时代个性主张的新兴群体了。**

为此，清扬开始不断探寻年轻人群的沟通方式，力求融进年轻圈层，以他们易于接受，并更贴近他们日常生活故事去诠释清扬理念，让他们主动感知并认同清扬#不屑质疑 无懈可击#的品牌内核，进而实现年轻消费人群的纳新。

营销目标

深耕年轻圈层，**找寻年轻人群更为偏好，更易接受的沟通模式**，为清扬打造真实对话年轻人群的新型营销方法。让清扬#不屑质疑 无懈可击#的品牌精神**真正落地到年轻人群的生活中**，激发他们的情感共鸣，**强化清扬在年轻消费人群之间的影响力。**

策略与创意

为成功实现与 young blood 的“平等式”交流，我们牵手清扬加入《中国新说唱》，通过年轻人所疯狂追捧的“说唱”文化，打破传统“向下”教导式传播，不是“我告诉你应该怎么做”，而是跟随年轻人的自我主张个性，把选择权交给年轻消费者，成功**开创反套路“清 young 学”：不屑质疑，我要听我的！！**打开品牌与年轻人沟通的新方式，让年轻人主动接受并认同清扬的品牌理念。

- 1、不屑“由你主宰”，我要听我的选择！（打造首个用户参与的互动视频广告）；
- 2、不屑“你的质疑”，我要听我的态度！（讲述用户视角的品牌故事）；
- 3、不屑“全凭你说”，我要听我的心声！（开展用户共情的外围沟通）。

执行过程/媒体表现

以行业赞助的身份合作《中国新说唱》2。通过三招杀手锏反套路出牌打造清扬“清 young 学”，从节目内到节目外引发受众共情，让清扬“不屑质疑，无懈可击”品牌理念深入人心。

第一招：不屑“由你主宰”，我要听我的选择！

清扬洗发水打造国内首个创意互动视频广告，打破传统受众被动接受广告的一贯模式，开启让受众主动参与互动的营销大门。以双向选择的模式让受众参与到内容中来，让他们主动掌握选择权来解锁不同结局。同时观看超长时长的品牌宣传片，增加扩大品牌曝光，以“我要听我的选择”的方式让品牌与 young blood 形成“平等式”交流；捆绑节目中备受争议的选手，通过他们一路遭受质疑却不畏惧的经历与品牌“不屑质疑，无懈可击”理念融合，打造“由我主宰”模式的歌词，用 rap 的形式唱与世界听。



第二招：不屑“你的质疑”，我要听我的态度！

清扬洗发水选择通过捆绑 6 位备受质疑的选手（杨和苏、西奥 SIO、福克斯、刘炫廷、林胜也、肖恩恩）进行 15 秒 RAP 口播创造，突破清扬以往故事不落地的弊端，以年轻人真实的经历引发共鸣，用 RAP 的方式唱出 rapper 不屑旁人质疑的态度，坚持做自己、以实力证明自己的决心，同时传递品牌“不屑质疑、无懈可击”的理念。通过 6 位 rapper 发布“不屑质疑”话题+定制 vlog，向粉丝、向大众表明品牌主张和愿意倾听年轻人的态度，提升品牌在受众心中好感度，变 rapper 粉为品牌粉。



第三招：不屑“全凭你说”，我要听我的心声！

打破以往众多品牌自嗨式营销方式，清扬做内容的同时紧抓外围宣推，与受众产生内容共情。节目外携手音乐平台，捆绑 6 位话题性选手，根据品牌进行创作 6 首歌曲，打包成清扬冠名的说唱 TOP 榜单。唱出选手的态度，唱出年轻人的故事引发共鸣，也唱出品牌的理念和精神，实力收割 punchline。



利用微博热搜，吸引更多粉丝，打造话题#吴亦凡中国新说唱#收获 32.8 亿阅读。

营销效果与市场反馈

清扬此次捆绑爱奇艺《中国新说唱 2》进行 IP 创新升级营销，成功开创反套路“清 young 学”：不屑质疑，我要听我的！塑造品牌与年轻人群沟通的新方式，成功实现年轻消费圈层的渗透。不仅借势 IP 热度进行品牌曝光，同时也尝试开拓式创新、打造了国内首个互动视频的新模式，为品牌带来 Double 的热度和流量，并通过互动视频在社交外围引发的热议来证明创新举措的革命性意义，整合传播让品牌、内容、受众同频共振，达到品牌营销高潮。

IP 热度效果：节目热度 7588（爱奇艺），“破 100”（骨朵数据，今夏首个），云合数据网络综艺霸屏榜 8 月榜首、正片有效播放市场占有率 16.23%；节目人气 Rapper 微博转评赞 140 万+，单条互动最高 26 万+，全部 rapper 全程涨粉共 989 万。

互动视频效果：广告效果 double X 2，共完成权益 134 次 828 秒，完成率 182.4%；清扬互动视频——主动互动率 20.22%，互动用户反复观看 21.42%，互动点击率提升了 213%，看完两个结局的比例达到 40%。

SNS 传播效果：微博上榜 113 个，节目微博热搜人气值 1.9 亿+，主话题阅读 155 亿+；清扬 X6 位 rapper 演绎 6 支品牌短片微博观看量达 710.6 万；微信 KOL 累计阅读量 87.6 万+次，覆盖粉丝 5190 万+人次；相关短视频发布量上榜 162 万+，短视频播放量 25 亿+，权威媒体点赞认证，央媒等重点报道相关内容上榜 130+ 篇，网易云音乐【中国新说唱】之清扬无懈最强音歌曲收藏量 2 万+，6 首定制曲评总数 1 万+。