

海信 50 周年整合营销

广告主：海信

所属行业：家电

执行时间：2019.09.01-10.08

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

大家电行业市场竞争日益激烈，竞品的产品新概念层出不穷，海信作为一家知名家电企业也寻求向世界级高科技企业的转型。提出“Give Me Fifty”主题，如何通过互动机器让品牌与用户真正击掌互动，营造并强化海信 50 周年的专属仪式感与氛围感，成为项目最大的挑战。

在这种背景下，海信需要在 50 周年庆之际，借助传播创新，向老用户致敬的同时，与年轻的消费者建立情感连接，进一步推动品牌年轻化。

营销目标

年轻一代消费者追求新奇体验，手机游戏、互动游戏是他们喜闻乐见的娱乐方式，使用前沿 AR 技术、互动体感等各类黑科技，戳中年轻消费者的嗨点，让消费者在另类趣味的互动体验中，参与到品牌周年庆典。在重识品牌过程中，进一步被品牌所圈粉，加深对海信品牌“高科技型企业”的认知。海信需要在 50 周年庆之际，借助传播创新，向老用户致敬的同时，与年轻的消费者建立情感连接，进一步推动品牌年轻化。

策略与创意

结合海信 50 周年提出“Give Me Fifty”主题，在线上，开发并传播“全城寻 50”活动 H5。在线下，搭建主题快闪店，设置互动体感机，引导用户参与击掌互动，实现与新老用户的深层互动。

亮点一：互动创新，开发“Give Me Fifty”互动体感机

为贯彻“Give Me Fifty”这一主题，开发主题互动体感机，现场邀请用户击掌互动，通过新奇有趣的方式供消费者体验。

亮点二：打破线上线下壁垒，为门店促销引流

为丰富消费者活动体验，利用 AR 识别技术，开发“全城寻 50”H5，用户通过手机识别身边数字“50”，即可获得专属优惠券，为线下门店引流。

亮点三：覆盖面广，优质资源强势曝光

在本次营销事件中，海信跨界携手青岛啤酒，投放青岛浮山湾灯光秀、重庆观音桥大屏、杭州西湖天幕，开启主题巴士巡游北京上海等重点城市，以强有力的资源策略，实现 50 周年全方位的曝光。

执行过程/媒体表现

经过 8 月的设计与落地，完成主题 H5 的设计与开发，并完成互动体感机的测试。进入 9 月，品牌通过微博微信大号等社交媒体传播，线下大屏、高铁站等硬广资源投放，引导用户关注海信 50 周年献礼活动，体验“全城寻 50”活动 H5，参与“Give Me Fifty”征集活动，打卡“Give Me Fifty”快闪店，体验互动体感机。

第一阶段

品牌发声，助力销量转化 进入 9 月，品牌通过主题巴士巡游、线下大屏、高铁站等硬广资源投放，引导用户关注海信 50 周年献礼活动。同时开发出“全城寻 50”互动 H5，使用前沿 AR 技术，扩大活动影响力。

视频链接：

海信 50 周年主题灯光秀 https://v.youku.com/v_show/id_XNDQxOTU2MjEzNg==.html

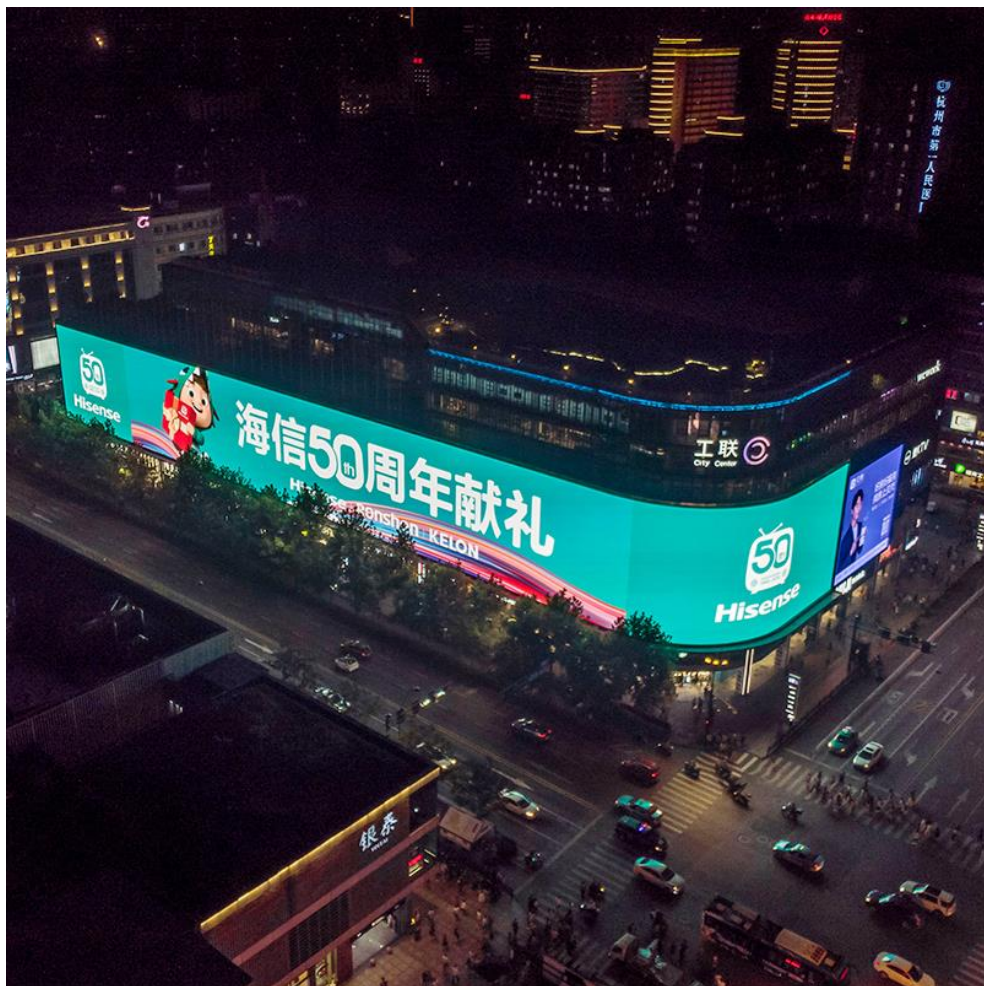
大巴车巡游 https://v.youku.com/v_show/id_XNDQxOTU2OTAyMA==.html



主题巴士巡游-北京电视台



青岛浮山湾灯光秀



杭州西湖天幕大屏展示



重庆观音桥亚洲之光



H5 互动页面

第二阶段

跨界合作，打造庆生好礼 在本次营销事件中，海信跨界携手青岛啤酒，打造定制款啤酒及礼盒，以强有力的资源策略，实现 50 周年全方位的曝光。



青啤定制联名礼盒

第三阶段

线上线下，引爆核心话题 结合海信 50 周年提出“Give Me Fifty”主题，在线上，开发并传播“全城寻 50”活动，通过微博微信大号等社交媒体传播，超过 3 亿社交媒体曝光，产出无数 UGC 内容，免费置换品牌曝光量超过千万。在线下，搭建主题快闪店，设置互动体感机，引导用户参与击掌互动，实现与新老用户的深层互动。9 月 21 日，活动主题快闪店落地。在为期一周的营业时间里，吸引众多用户体验互动体感机，领取海信 50 周年限量款礼品。

视频链接：

线下快闪店：https://v.youku.com/v_show/id_XNDQxOTU2NTgyMA==.html

线上传播病毒视频：https://v.youku.com/v_show/id_XNDQxOTU2NjY2OA==.html



爆料帝_

9-13 17:50 来自 微博 weibo.com

号外！号外！@海信 50周年中秋献礼，携手@青岛啤酒欢聚时刻 推出50周年限量款啤酒！快来伸出你的hand，一起来#Give Me Fifty#，限量款啤酒等你抱回家！

@海信: 中秋团圆夜🌕

海信用击掌传递爱，以光亮映婵娟🌕

关注@海信 带话题#Give Me Fifty# 转发晒出你的“击掌”照片，活动期间信叔每天抽3位粉丝送上海信50周年限量款青岛啤酒，欢聚时刻就要举杯畅饮！快来伸出你的手，和信叔一起#Give Me Fifty# @微博抽奖平台



680

168

40

转发110

评论134

赞346

微博大v 线上联动



体感机互动



线下快闪店搭建



线上产品海报

营销效果与市场反馈

在海信 50 周年营销事件中，近 100 万次 H5 体验互动，激发新老用户参与，众多消费者用户体验互动体感机，超过 3 亿社交媒体曝光，产出无数 UGC 内容，跨界携手青岛啤酒，免费置换品牌曝光量超过千万。无论是在社交媒体，还是线下门店，都掀起一股寻找数字 50，参与击掌互动的热潮，众多用户获得海信送出的 50 周年限量大礼，投入产出比达 0.8%。



微博话题互动数据