

525，和翼支付一起共“付”世间小美好

广告主：中国电信 翼支付

所属行业：运营商

执行时间：2019.05.24-05.25

参选类别：创意传播类

营销背景

5月25日，翼支付嗨5生活节5周年之际五折立减让全民嗨购。并开启#翼支付嗨5生活节#活动，希望影响更多支付使用用户了解嗨5生活节并使用翼支付。

但在移动支付领域，竞争愈发白热化的今天，翼支付如何能让其“会生活”的品牌价值观快速传递，并抢占更大的市场份额？

营销目标

翼支付嗨5生活节5周年之际，携手新浪传递“会生活”的品牌价值观。以“用户”的视角和生活故事，展开一场多元形式的圈层营销。

让生活的小美好被更多人发掘，让大家尽享嗨5生活节优惠。

策略与创意



对TA们来讲



平凡的生活里虽然有小无奈、小失落，但更重要的是要会生活，过生活。
会生活的他们在柴米油盐的琐碎生活中收集美好
一张半价的电影票，一份双倍的美食，一次低预算的旅行，一张五折的生活账单

都是他们眼中的小惊喜、生活的小美好

在这个嗨 5 生活节，翼支付与新浪联合“为美好生活助力，让全民付一场美好之约”。新浪将翼支付嗨 5 优惠活动与小美好的生活建立强关联，吸引更多会生活、爱生活的 TA 加入优惠活动中，一起共付小美好。

嗨 5 五折活动与小美好生活强关联，世间小美好等你来付、为生活中的小美好买单、共付美好生活之约三大篇章，让每一个会生活的 TA 都能找到自己心中的小美好，一起共付小美好。

核心IDEA

YI 起遇见世间小美好

半价的电影观影，双倍的美食大餐，低预算的旅行，五折的生活账单
 是**翼支付嗨生活节**为大家准备的生活里的**小美好**
 让生活的**小美好**被更多人发掘，让大家**尽享翼支付嗨生活节优惠**，
 让每一个会生活、懂生活、爱生活的TA，都能找到自己心中的**小美好**。

提升翼支付品牌知名度
加强曝光从听过到用过

强化翼支付产品喜好度
小美好营造情感偏好

执行过程/媒体表现

Part1 世间小美好等你来付

四大“会生活”高手分享嗨 5 小美好惊喜

剁手高手“大美丽”、隔壁大妈“王大妈”、省钱大拿“铁不花”和快递小哥“张耳朵”，他们纷纷举起“大喇叭”，以不同的优惠通知和吸引了各自身边的圈层人群。



Part2 为生活中的小美好买单

聚餐中的职场小美好，故事引发“会生活”态度共鸣

作为职场新人，每个人都曾有过尴尬的瞬间：聚餐多，打车贵；同事忘付午餐费；...小白悲伤的打开钱包，却得知可享 5 折优惠，惊喜涌上心头。漫画中小白的悲喜牵动了白领人群的内心，引发强烈共鸣。



Part3 共付美好生活之约

新浪官微&微博强势资源引领全民共赴嗨 5 生活节

千万+粉丝新浪微博账号与公众号立体联动，热门自媒体矩阵扩散，微博开机报头、品牌速递、热搜话题套装 525 当天将活动推向高点，引领全民共赴嗨 5 生活节。



案例视频链接：

https://v.youku.com/v_show/id_XNDQxMjM3NDIxNg==.html?spm=a2hbt.13141534.app.5~5!2~5!2~5~5~5!2~5~5!2~5!2~5~5~A

营销效果与市场反馈

此次营销，我们从小人物着手，以小美好、小故事为支点，撬动了全民内心的大共鸣。

贡献话题阅读量上千万，转赞评论过万，翼支付真正树立了全民心中“会生活”的美好品牌形象！