

## 乐事2019summer#路飞喊你去寻宝#

广告主：乐事

所属行业：快消

执行时间：2019.08.15-08.26

参选类别：跨媒体整合类

### 营销背景

中国二次元市场的逐步发展日趋成熟，受众人群达到约 3.9 亿人。乐事作为持续与年轻消费者积极沟通的品牌，如何在热爱二次元的年轻消费者群体中拔得头筹？

### 营销目标

借助二次元爱好者喜爱的经典 IP，结合创新的互动玩法，展现乐事品牌年轻有趣形象的同时精准切入二次元爱好者群体，加深品牌与年轻消费者沟通程度，拓宽品牌与年轻消费者的沟通路径。

### 策略与创意

核心创意：路飞喊你去寻宝

航海王罗杰引领了一群海贼踏上伟大航路的寻宝征程，而伟大航路的故事也正因为这群海贼熠熠生辉，寻找 one piece 是贯穿海贼们一生的伟大事业，也让无数漫迷深陷其中乐此不疲。这一次乐事联手《航海王》，不仅带来美味的海味薯片，更把 SUNNY 号开上你手机上的百度地图，邀你和路飞一起寻找乐事 ONE PIECE，一起夺宝淘金。

### 执行过程/媒体表现

1、携手坐拥全球 32 亿受众的现象级 IP《航海王》，精心推出“海味”薯片及特别定制款礼盒及 20 周年限量版路飞纪念金币。



2、与百度地图深度联合，成为首次开放商业合作项目，采用创新形式结合 LBS 和深度 AR 技术，将 SUNNY 号开上你的百度地图，全力打造全方位丰富的线下线上寻宝沉浸式体验。



3、乐事作为活动主办方联手路飞率先官宣，路飞喊你去寻宝活动在百度地图 app 上线，同步建立话题#路飞喊你去寻宝#。



4、品牌代言人-杨洋，品牌大使-肖战、刘宇宁、宋祖儿，作为寻宝游戏首批体验者晒出乐事 x 航海王 20 周年纯金路飞纪念币，限量珍贵奖品触手可及。



(以上为不完整截图)

5、数十个航海王及零食相关 KOL 自发传播游戏，呼吁粉丝们一起参加，更有消费者自发扩散到百度贴吧等其他平台，活动辐射到全网。



(以上为不完整截图)



## 营销效果与市场反馈

1、#路飞喊你去寻宝活动#在各平台共累计获得超 10 亿次曝光，总互动超 930 万；

消费者在新浪微博平台自发参与话题讨论并晒单好评，话题#路飞喊你去寻宝#共获得 3.4 亿次曝光；



百度地图寻宝活动曝光达 7.1 亿，超过 585 万人次参与了活动，获得了消费者的积极反馈；



(以上为不完整截图)

2、天猫超市活动上线 1 小时销售爆发 2000+套相关产品 ,活动当天 UV 环比 7 月日均 ,增长 85%。