

## 国潮上头条

**广告主:** 字节跳动

**所属行业:** 互联网

**执行时间:** 2019.07.01-07.15

**参选类别:** 跨界营销及 IP 应用类

### 营销背景

#### 品牌传播及营销背景:

一篇《新来北京的年轻人已经不再尊重二环里的胡同了》引发了今日头条品牌对传统文化的反思。

今日头条作为一个在年轻人中影响力巨大的新闻资讯平台，一直秉持着积极弘扬传统文化的态度，肩负传统文化建设使命，面对传统文化打不开与年轻人沟通桥梁的境况，不禁开始怀疑年轻人真的不再喜欢传统文化了吗？

#### 面临的营销困境及挑战:

- 1、项目执行期紧张，考验团队机动性与执行力。
- 2、老字号有自身调性，需要根植于老字号进行创意发挥。
- 3、大众对老字号品牌有固有认知，需要以新突围。

### 营销目标

今日头条需要利用自身属性与传统文化携手共建，通过线上带动线下的手段推动传统文化的年轻化发展，为传统文化注入活力，将传统文化的魅力释放出来，进而引发社会大众尤其是年轻人对于传统文化价值的认同。

### 策略与创意

我们幻想中的北京二环，应当是一片繁华，可真正到了，我们才发现只有游客才固执地要来这二环的胡同走一遭，年轻人集散中心已经转移到外围，年轻人真的不再喜欢传统文化了吗？其实不是的，近年来不断突围的“国潮”品牌备受年轻人的追捧，我们从年轻人的眼神中可以看到他们对于民族文化的自信流露，与其固执说年轻人不再喜欢传统文化，不如说我们应当给予年轻人一种全新的传统文化打开方式。

## 核心策略:

我们要让年轻人在此次品牌跨界中看到思维的碰撞，理念的碰撞，文化的碰撞，把一切可以产生意想不到的东西架起交融的桥梁，让现代与传统交融，MIX 一切，让国潮上头条。

## 营销亮点:

- 1、BD 十家中国老字号，邀请来自 FIT、东京大学及本土知名设计师，根植于老字号的传统文化、历史，挖掘拆解定制 10 套今日头条 X 老字号联名服饰。
- 2、北京每条胡同的第一条都叫头条，所以取“头条”的双关含义，我们选择在北新桥头条搭建一所国潮馆作为载体，在这条头条胡同里上演一出“老字号服装大秀”。
- 3、与普通大秀不同的是，这次走秀请来了京剧、遛鸟、叫卖小贩、霹雳舞等演员与新生代模特同台上演文化冲撞大秀，完成了一场互联网牵手线下的文化共建。

## 执行过程/媒体表现

**第一阶段:**我们在短短十天内，洽谈到了内联升、瑞蚨祥、同仁堂、摩奇、东来顺、大北照相馆、北新桥卤煮、吴裕泰、庆丰包子、老舍茶馆十家中华老字号，开始了我们大胆的老字号的国潮复兴之路。

**第二阶段:**我们邀请了土生土长的北京姑娘--世界小姐杜暘，以她的视角为主导，探店老字号，展现了一个她记忆中老北京，也为大家展现了一个与旧印象里不太一样的老字号。

**第三阶段:**我们寻找到了几位来自 FIT、东京大学以及本土知名的新锐服装设计师，邀请他们根植于老字号的品牌特点、文化、历史进行拆解挖掘，找到创新灵感切入点，注入与之相匹配的新潮文化元素，创造十套今日头条 X 老字号服装，在保留传统文化的魅力同时，放大老字号的独有潮味。

**第四阶段:**我们将目光锁定北新桥头条胡同的一间上下两层的胡同大院，准备着手改造成胡同里的国潮馆，为老字号搭建一处闪亮的大秀舞台。比起旧元素的改造重组，我们更倾向于胡同里原生态京味儿文化的复原：一颗院中的大树摇身一变便成了北京人记忆中的树下理发摊，大北照相馆的老式相机默默守候着一面属于它的留念墙，二楼树荫下的木质地板上摆放着几张桌子，一个“头条市集”从市井文化中醒来。几位瑞蚨祥、内联升的非遗手艺人也在国潮馆里有相应的展示区纳鞋底，绣盘扣，胡同的记忆渐渐苏醒。

**第五阶段:**一场属于老字号的时尚大秀拉开帷幕，新生代超模穿着今日头条 X 老字号的联名服装，与京剧、霹雳舞、铜人等演员上演了一出传统文化与新潮文化碰撞融合的胡同大秀，让老字号以全新的面貌突破固有的大众认知，并且借助了今日头条自身平台优势，将骄傲的传统文化传递给了更多年轻人，让老字号活跃起来，让更多年轻人建立传统文化的认同和归属感，完成了一次互联网携手线下的文化共建，一次传统与新潮的文化碰撞。







## 头条联名周边



## 头条走秀现场



## 头条活动现场



## 媒介的优化组合：

头条系资源：抖音、今日头条 app 开屏导流，线上大规模曝光；老字号微博、抖音 Bd 联动，整合优质粉丝资源曝光参与；北新桥地铁站投放，辐射线下及周边人群；时尚领域 KOL 探店 vlog，把握活动整体话题导向。

## 营销效果与市场反馈

ROI 最大化：开馆当日，话题#把中国老字号穿身上#冲上微博热搜，活动总曝光量 1.3 亿，超过 1.8 万人参与讨论。在今日头条端内，#国潮上头条#话题登上热榜，该话题超过 1.5w 人参与讨论，超过 1.4 亿次曝光；同时抖音话题#当老字号潮起来#登上当日热搜榜第 9 位，总播放量超过 3000w 次。

影响力与口碑：今日头条 x 老字号联名款服装受到用户一众追捧，该项目还获得时尚芭莎首页推荐，引发大众对于传统文化的积极讨论，在活动举办期间，参与跨界的老字号也受到了极大关注。