

美的制冷王空调 《桑拿奇葩战》

- ◆ 广告主：美的空调
- ◆ 所属行业：3C
- ◆ 执行时间：2015.7.6-2015.8.7
- ◆ 参选类别：内容营销类

案例视频

http://www.iqiyi.com/w_19rswzyntx.html



复制链接到浏览器或者扫描二维码观看视频



Top
Mobile
Awards

背景&目标



项目背景

这是一个属于年轻人的江湖。

互联网是年轻受众的聚集地，从《奇葩说》、《盗墓笔记》等视频内容的成功，爱奇艺看到了针对年轻用户设计的“年轻派优质内容”能够引起聚焦全网的关注并引发话题热议。

无惧超高温考验



时尚外观+强大阵容

新品上市

美的制冷王如何融入年轻人这个江湖？



数据来源：百度指数

美的空调的在30+的人群拥有极高的忠诚度，但对于年轻人的影响力相对较弱，2015美的年推出新品制冷王空调，号称室外机在封闭、西晒、顶楼.....等恶劣的高温工作环境中依然能够保持优秀的制冷性能。想要通过互联网营销活动与85后人群进行沟通，让制冷王空调的形象获得更多年轻人的认同。



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

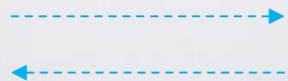
洞察

每个年轻人心里都有一个深井冰

年轻人说：“我们都是深井冰”。所以我们要用深井冰的方式做内容。

年轻人是网络催生的新文化的直接对象，“深井冰”三个字正是他们用来炫耀自己“我就是我，是颜色不一样的烟火”的方式，既是他们的独立个性体现，也是品牌针对年轻受众进行营销时能够引发共鸣出发点。我们的目标就是：通过这样一个共鸣点，找到目标宣传的年轻人群与他们进行沟通传播产品卖点。

每个特例独行的**85后**



江湖人称

深井冰

用对人

给制冷王烙印深井冰的标签，让其成为江湖中的传说

我们将制冷王“不败形象”具象化为一只制冷怪兽，并用霸气十足的奇葩之王马薇薇作为其化身，让冰冷的产品用深井冰的方式与年轻人群沟通

这个夏天，江湖传闻惊现一只制冷怪兽



美的制冷王化身深井冰大BOSS

奇葩高冷女王
马薇薇

江湖尊称：制冷王
必杀技：在60度超高温环境下强劲制冷
杀伤力：★★★★★

第一季《奇葩说》冠军马薇薇，用各种“深井冰式的金句”打败各路奇葩荣登奇葩之王宝座，是代表战无不胜形象的最佳深井冰。

找到人

我们是这样号召到全世界的深井冰的

通过年轻人群所关注的内容、人物、渠道找到目标人群，一起升温挑战大BOSS



深井冰聚集地 发起升温挑战

《奇葩说》作为爱奇艺独家自制的现象级综艺，在第一季结束后囊括了大批粉丝，2015年6月28日迎来第二季开播，新的奇葩选手加盟将再创新的观看高峰，借助这样一档调性100%覆盖“深井冰”人群的综艺节目，发布升温创意的挑战活动，必将获得最强大的关注与认同！



深井冰发言地 征集奇葩升温创意

在深井冰高发集中地，通过多种方式征集“奇葩升温创意”：用H5页面，微博、评论等方式征集网友创意，用“话题”引发年轻人的关注。



深井冰界领袖 演绎升温创意

跟随《奇葩说》第二季开播，选取受关注的深井冰选手参与此次挑战（并增加更多具有话题性的深井冰代表名人参与挑战），组成深井冰挑战者联盟，演绎网友的奇葩升温创意，用KOL的影响力吸引到深井冰关注与传播！

说人话

我们是这样和深井冰好好说话的
用他们的喜好语言方式与他们进行沟通



深井冰
一起抢



弹幕



对话深井冰

弹幕作为年轻人的网络新文化产物，是深井冰的重灾区，是他们进行交流沟通的最佳形式。用制冷神器制冷王，追剧神器会员卡作为奖品吸引网友调戏制冷王和明星，把深井冰都引了出来。通过深井冰界领袖、美的制冷王在线官弹与年轻网友互动，“面对面”交流提供升温创意，实现了与深井冰人群的深度互动。

奇葩金句

给深井冰洗脑



借助《奇葩说》节目的核心记忆点——“选手金句”模式，为美的制冷王打造一句句具有互联网传播价值的深井冰式金句，围绕美的制冷王的核心卖点进行马薇薇与各路挑战者之间的金句PK，强化美的空调对抗超高温的优势。让产品概念深入深井冰的心。

全世界的深井冰一起KO大BOSS

将深井冰们提供的本周最精彩升温创意变成一场试验，得到了电水火风四期升温考验制冷王的奇葩视频。



《桑拿奇葩战》：每周更新，征集网友让安装了美的制冷王的桑拿房升温的奇葩创意，筛选出奇葩创意，创造视频内容，通过《奇葩说》人气选手现场演绎代表网友去考验制冷王，验证制冷王是否能在风、火、水、电四种方式创造的超高温下正常运作，输出四期“桑拿奇葩战”挑战视频。实现UGC+PGC的完美结合。



Top
Mobile
Awards

媒介&执行

STEP 1

通过**挑衅**找到深井冰

大BOSS向深井冰下战书

7月6日《桑拿奇葩战》号召视频上线::马薇薇宣称自己代表的美的制冷王在超高温的环境下,依然“高冷”,号召广大网友提供奇葩升温创意让桑拿房升温,看美的制冷王是否能正常共工作。并通过个人微博发出挑衅号召,看有谁能敢来应战。



传播深井冰式金句

“只要空调足够COOL 桑拿房也要穿秋裤”



号召深井冰们参与弹幕互动提供升温创意

宣传覆盖深井冰的社交圈

个人微博
号召



微博
话题



朋友圈创意H5



在深井冰最爱看的《奇葩说》进行拦截宣传

《奇葩说》贴片引流，号召网友拿房约战马薇薇！

The image shows a video player interface for the show 'The Uncanny Valley' (奇葩说). The main video area displays a scene with a teapot pouring water into cups, with a woman in the foreground. A text overlay at the top left reads '即将播放：康永说服黄健翔接受开放式婚姻'. A '会员免广告' (Member Ad-Free) button is visible in the top right. The bottom left features a colorful logo for '奇葩说' with the text '桑拿的制冷王空间' and '拿什么聊 聊什么!'. The bottom right has a '了解详情' (Learn More) button. On the right side, there is a list of episodes under the heading '奇葩说第二季' (The Uncanny Valley Season 2).

选集	看点	片花
	奇葩说第二季之康永说服黄健翔接受开放式婚姻	819万
	奇葩说第二季之黄健翔找恋爱经验少伴侣被调侃	2166万
	奇葩说第二季之马肖浩合体力挺遇到挚爱要离婚	2343万
	奇葩说第二季之肖骁战周思成好友恋人出轨请闭嘴	4656万

STEP 2

用领袖**号召**深井冰

四位将挑战马薇薇的深井冰领袖通过官方弹幕账号与网友进行互动，号召网友为他们提供奇葩升温创意，只要你的创意足够“深井冰”，将会被在他们挑战时进行演绎。用制冷神器制冷王，追剧神器会员卡吸引网友调戏制冷王和明星，把深井冰都引了出来。



范恬恬

《奇葩说》最热情的麻辣御姐



乔杉

喜剧演员，《屌丝男士》中的桑拿房专业户



樊野

《奇葩说》第二季颜值担当



霸王娱鸡

天生逗逼，话都说不清的爱奇艺出境记者



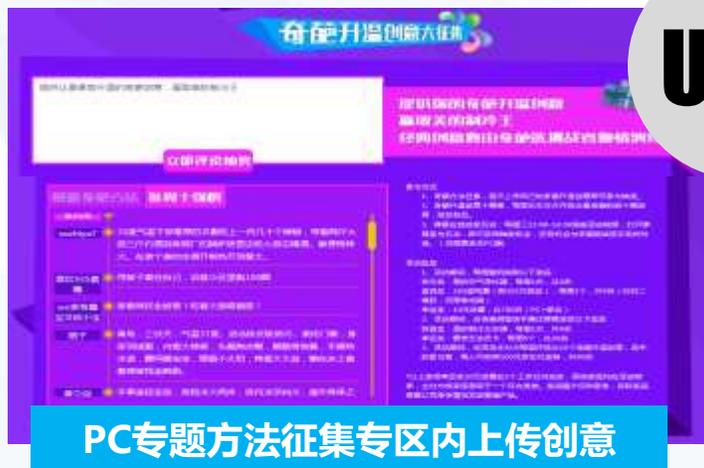
抢



奇葩领袖与全世界的深井冰互动

把深井冰的奇葩脑洞变成一段奇葩挑战视频

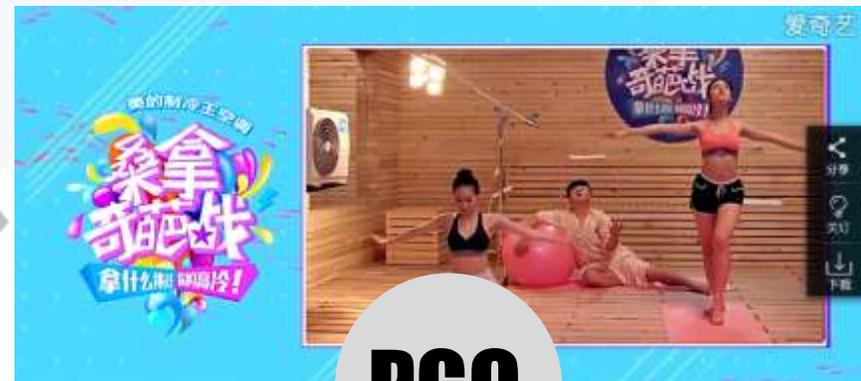
每周更新，从多个深井冰的发言渠道筛选最奇葩的升温创意



UGC



将深井冰的创意实现，奇葩领袖演绎
拍摄成专业的奇葩挑战视频



PGC

风火水电四期深井冰的挑战视频记录

演绎四种深井冰升温方式挑战&四回合的深井冰式金句PK

凶猛电力考验制冷王——乔杉篇



极限干蒸考验制冷王——樊野篇



狂风热浪考验制冷王——范活活篇



疯狂烈火考验制冷王——霸王娱鸡篇



STEP 3

深井冰出没高峰期**拦截** 在深井冰的视频浏览路径上拦截他们

《桑拿奇葩战》每周五晚接档奇葩说上线播出，通过与奇葩说关联的相关广告位以及奇葩说专题内的广告位置对挑战视频进行曝光宣传。

欢乐喜剧人

Q 搜全网

登录 注册 开通VIP 上传 下载客户端 消息 播放记录

美的 Midea

美的制冷王空调

美的制冷王空调
60°C高温制冷
看奇葩如何“烤”验

桑拿奇葩战

拿什么挑战你的高冷!

花千骨: 赵丽颖蒋欣惊艳斗香

奇葩说: 马薇薇神言论听傻全场

跑男2: 大结局选谁当班马

盗墓笔记: 会员免费看全集

极限挑战: 海岛“生死时速”

心理罪: 方木应对凶手公然挑衅

爱奇艺音乐榜: 男团上位碎节操

笑霸来了: 妖怪, 放开我基友

永远的灰姑娘, 不变的少女心

美的制冷王空调桑拿奇葩战

KT

爱奇艺

悦享品质

娱乐 体育 资讯

电影 片花 微电影

电视剧 综艺 脱口秀

动漫 少儿 游戏

生活 母婴 健康

音乐 时尚 旅游

搞笑 原创 拍客

财经 科技 汽车

军事 教育 纪录片

风云榜 全网影视 爱奇艺搜索

公益 直播中心 爱奇艺出品

PPS游戏 应用商店 爱奇艺商城

PPS奇秀 特色频道 个人中心

VIP 会员

今日焦点 [更多](#)

★ 独播



深井冰领袖们的社交圈开撕（约周五晚9点发）

看完《奇葩说》后，深井冰们继续进入社交网路吐槽相关内容，这时四位挑战者与马薇薇微博互动宣传《桑拿奇葩战》并在朋友圈推出创意H5，拦截深井冰们不想看都不行。

@马薇薇: #挑战马薇薇# 我是真的很喜欢你，只是制冷王让我及时保持了冷静。别难过，等婚纱杀剩下的挑战者，咱可以考虑约~@樊野是RMLUC

@樊野是RMLUC
#挑战马薇薇# 新郎在节日里跟新娘求婚，后脚就抬起来了！@马薇薇 我俩这是有什么仇什么怨？但无论如何，我都是最爱马薇薇的宝贝~ #桑拿奇葩战-樊野野



7月17日 23:40来自iPhone 6 Plus 转发 244 评论 434 点赞 3175

7月18日 00:20来自iPhone 6 Plus 收藏 转发 94 评论 276 点赞 2158

#挑战马薇薇# 吹了三期的制冷王，我好像也变得美丽“冻”人了许多。@高嘉慧Vila, 我保证，制冷王真的可以让你体验一秒变“冰冰”的感觉。

@高嘉慧Vila
#挑战马薇薇# 这次好不容易和我家老马@马薇薇 一起来到桑拿房，原以为可以安安静静地做个“马杀鸡”，没想到……网页：网页链接 手机：网页链接 老马，我什么时候能一起愉快地玩耍？视频链接：桑拿奇葩战-高嘉慧



7月24日 21:57来自你的iPhone 6 转发 51 评论 64 点赞 889

7月24日 21:41来自iPhone 6 收藏 转发 41 评论 99 点赞 1307



《屌丝男士》大(si)战(bi)《奇葩说》!



乔杉和马薇薇桑拿大战后，发了条微信

July 10 9:51 PM Delete



樊野送你的湿身好礼发货了



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

2503万 个深井冰观看了此次挑战

视频播放量合计：2503万次（其中马薇薇号召视频200万次）

提供了**437.5万**个深井冰的创意

参与互动人数合计：437.5万次（PC+移动），专题访问量合计：408.6万次（PC+H5）

活动效果

1.2亿 个深井冰看到了马薇薇的挑衅

贴片广告曝光量合计：1.2亿

7.7亿 个深井冰知道了此次活动

硬广曝光了总计：7.7亿

1.9亿 个深井冰参与了此次话题

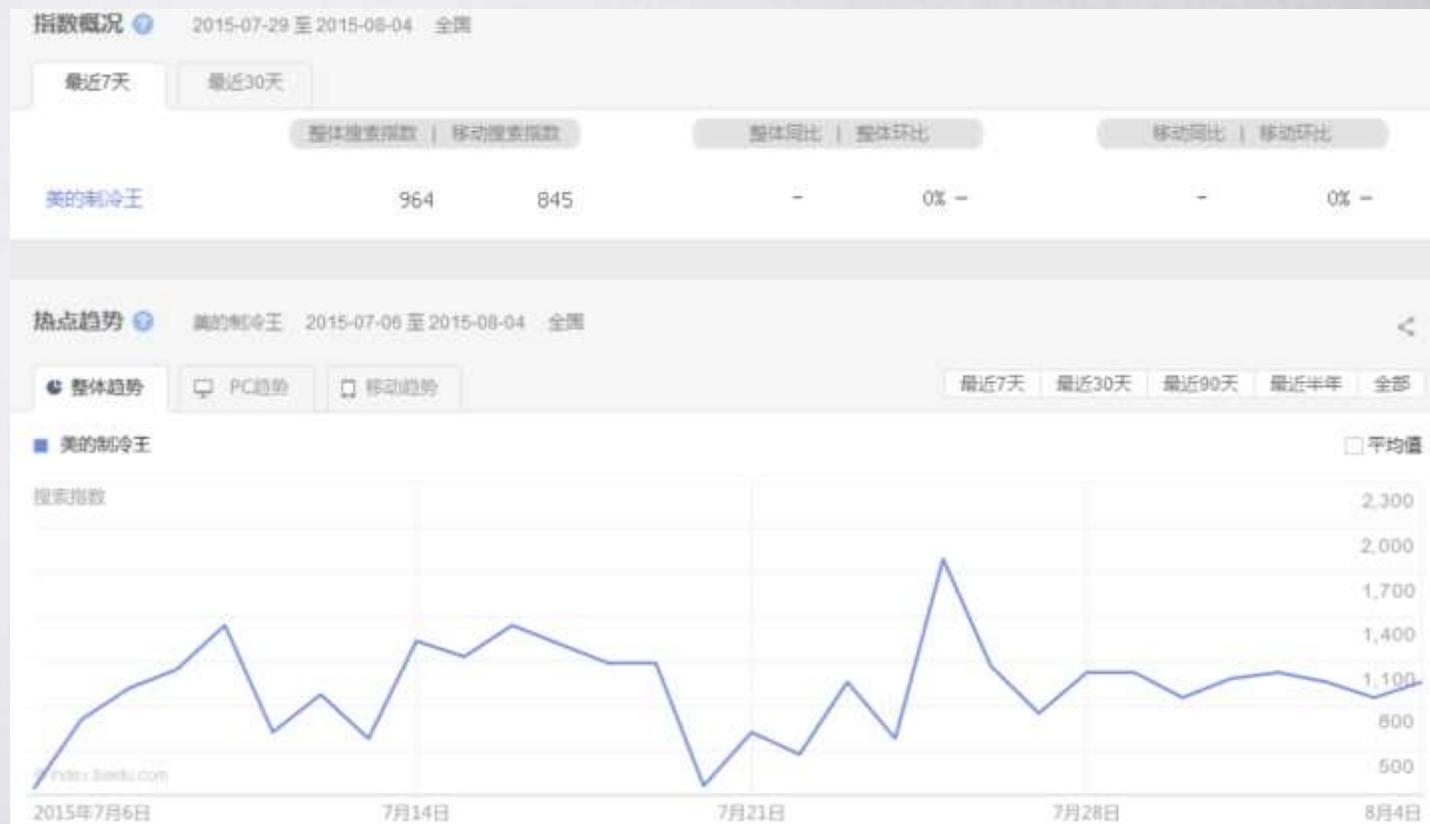
通过微博话题、微信文章、新闻报道关于此次话题的曝光量合计：1.9亿

美的制冷王，最终成为了江湖中的不败传说！

“美的制冷王” 百度指数同比增长**333%**



7.6日前“美的制冷王”的百度搜索指数保持在**275-300**的日均自然量（百度指数每日更新是昨天的数据，由于近期百度指数更新时间较为浮动未定能在当天获得最新的数据更新）



项目开始后截至今天“美的制冷王”百度搜索指数保持在**900-1000**日均自然量；同比增长**333%**（百度指数每日更新是昨天的数据，由于近期百度指数更新时间较为浮动未定能在当天获得最新的数据更新）