

啦哄
Lohom

HOLICC
立合智美

- ◆ 品牌方：啦哄
- ◆ 合作方：立合智美
- ◆ 参选类别：年度移动营销金牌搭档

- **双方的合作时间：**2015年5月25日至今。
- **双方的合作渊源、合作范围及规模：**东盛塑业隶属于辽宁东盛集团，是全国最大的本土对日出口塑料袋加工企业，在改变单一的OEM产业模式和产业升级的背景下，打造一个具有行业领先性的互联网品牌成为企业转型并抢占国内消费市场的重要战略目标。鉴于东盛塑业与立合智美在前期打造线下家居日用品牌等业务合作中建立的深度信任，东盛塑业委托立合智美为其提供互联网新品牌及东盛塑业旗下其他线上、线下业务策划及整合营销传播的全方位代理服务，包括全面的品牌定位、产品设计、形象设计、市场推广服务。
- **双方的合作模式：**立合智美从产品端开始介入，从创意服务模式到产品经理模式的前移，为品牌产品创意提供增值性驱动力，帮助企业提高产值，赢得市场。
- **共同的目标及长远合作价值：**在低关注度的垃圾袋品类中塑造互联网第一品牌，迅速占领消费者心灵市场；打造爆款产品抢占国内线上垃圾袋品类流量入口，让消费者从爱上品牌的产品开始，爱上品牌，为品牌的可持续化发展奠定坚实的基础。

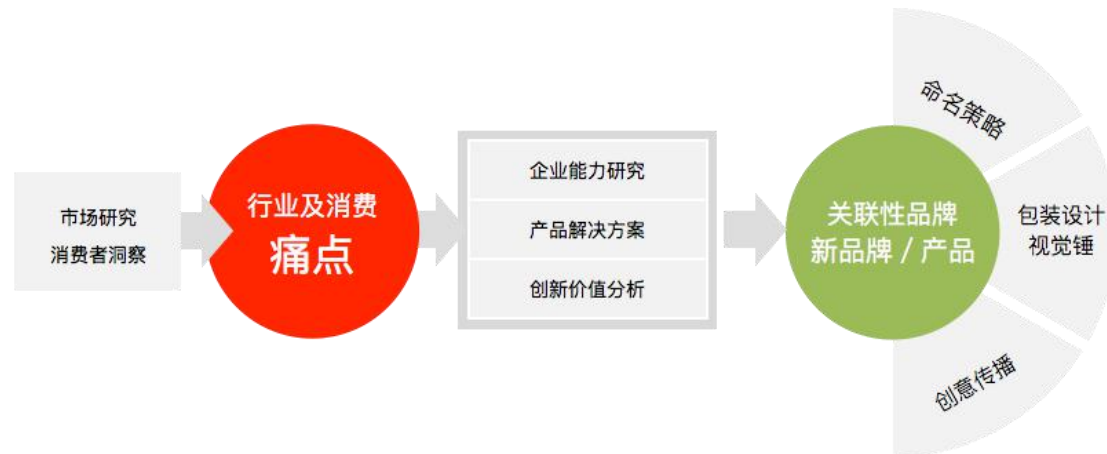
我们的挑战：

在互联网家居日用品行业中，膜袋类产品作为快消品，市场庞大，竞品众多，同时也是关注度极低的品类之一，大多数膜袋产品又以低价格作为竞争手段，品牌的作用相对弱化，在此情况下如何引发消费者的注意，激发消费者的购买欲望，打造爆款、塑造品牌成为我们最大的挑战。

解决方案：

立合智美从产品端开始介入，双方合作坚持以客户需求为研发导向，以客户洞察为营销基点。基于东盛集团公司一流的设备与技术人才支撑，从产品品质入手，并从包装到详情页设计，以创新和富有灵感的产品为消费者提供与众不同的产品体验，啦哄品牌及旗下创意产品应时而生。

产品创新研发合作基本流程：



啦哄Lohom来自理想星球，外星直邮，极客专供。

啦哄lohom品牌为城市中追求理想生活的年轻完美主义者用心打造，通过设计来自理想星球的品牌故事和人物形象提升品牌体验和联想，塑造超脱地球人生活标准的品牌诉求，以“欢乐”“个性”“积极”的品牌性格，成为消费者追求理想生活路上的伙伴。

品牌故事

高能生物lohom来自理想星球，外表呆萌可爱，内心古灵精怪；lohom热衷于科研，一进实验室就开挂，在理想星球有自己的实验基地，创造了很多牛逼哄哄的点子；在一次实验中，由于想法过于大胆，不料脱离轨道，把自己发射到了遥远的地球；地球的一切让lohom惊奇不已，由于语言不通，只会不住地感叹“拉风~”他也看到了一些不够理想的地方，于是决心把理想星球的好东西都带到地球来。

每晚仰望星空，它依稀记得回家的路.....

现在有个大计划，就是卖掉实验基地的产品，攒钱亲手造一台LOHOM飞船，回到家园。



啦哄品牌识别设计

由品牌故事、品牌形象进行延展，将太空元素及啦哄形象的衍生变体应用于旗下产品的主形象、包装、电商详情页的设计和 产品推广、品牌推广中，从而形成了啦哄独有的视觉识别符号。并借助产品线的延伸，进一步的丰满了啦哄的品牌故事和内涵，使品牌更具张力。



扎根于理想星球的土壤，延伸出超越地球产品的诸多分枝。

啦哄品牌从建立之时便通过“理想星球”的品牌故事，将品牌及产品提升到了高于“地球产品”的高度。在此背景下，啦哄所打造的产品必须从实用性、创意性、品质性等多个层面都达到令消费者满意乃至惊喜的程度，而这一目标的实现一是依托于东盛塑业强大的制造能力和研发能力，二是依托于立合智美在创意、策略、洞察等方面的支持，及双方建立在互信基础上的密切合作。

这一合作模式的成功范例，尤以以下几款理想生活产品为突出代表：

钢袋系列厨房垃圾袋



钢袋产品是双方研发制造能力和创意策略能力相结合的突出成果。

2015年9月, 啦哄品牌携钢袋厨房垃圾袋上市, 打响了啦哄在互联网家居日用品领域的第一炮。由立合智美方面所提供的产品创意策略, 使得钢袋产品从名称、外观、包装等维度上与市面上的垃圾袋产品截然不同, 更加突出, 更能吸引消费者的关注。由东盛塑业方面所保障的产品品质和服务保证了消费者对钢袋产品的信任, 塑造了产品忠诚。

钢袋上市至今已收获近25000条好评, “钢袋”一词成为垃圾袋产品搜索的关键词之一, 并引发了业内的模仿热潮, 在淘宝、天猫、京东等电商平台均可见到钢袋仿品。后期啦哄通过洞察市场的需求而针对性的进一步生产了多规格、多款式钢袋系列产品, 拥有了大批忠诚用户。

扯袋车载垃圾袋

每一辆车里都该有个垃圾袋

扯袋车载专用



啦哄
Lohom



扯袋是啦哄推出的创新产品，它瞄准了市场的空白点，并通过细致的需求洞察和精细的产品设计，准确的填补了车载垃圾袋领域的空白，成为这一领域的先行者和领导者。

自2015年12月扯袋车载垃圾袋上市以来，以其实用性和美观性，得到了消费者的欢迎和好评，扯袋组合装产品至今零差评。

扯袋MiNi 桌上垃圾袋

扯袋 MiNi
精确匹配桌上垃圾桶



啦哄
Lohom

小而有度
精确匹配桌上垃圾桶

MiNi不是一味的小



扯袋MiNi桌上垃圾袋是啦哄在细分市场领域的又一次成功尝试。放眼整个垃圾收纳产品市场，桌上垃圾袋是其中十分小众并且拥有极多替代性用品的一款产品。而啦哄大胆创新，在这个小市场中首创性的针对桌上垃圾桶度身订做垃圾袋产品，自2016年2月上市以来，得到了消费者的喜爱，上市至今零差评。

冻吃大刺冷冻分类密封袋



2016年5月，啦哄厚积薄发，在厨房收纳领域创新推出了冻吃大刺袋，在常见的“密封”功能上，新增加了“分类”的功能，并在洞察市场需求的基础上进一步优化产品的尺寸，使得产品的利用率显著提升。并通过产品设计，解决冷冻层常出现袋身粘连的问题。上市3个月收获逾1600条好评，无中差评。



Top
Mobile
Awards

凹袋手提式保鲜袋

凹袋
ALL IN BAG

背心式保鲜袋
凹出方便，凸显用心



凹袋 NOT ONLY THE SHAPE
凹的不只是造型



凹一下，好扎口
扎口防串味、防洒漏，
手提可外带



凹一下，好取用
创新楔形盒，防尘卫生。
一次抽一袋，使用方便。



2016年7月，啦哄在厨房收纳领域再发力，推出了凹袋手提保鲜袋产品。深度洞察消费者对保鲜袋类产品的使用习惯和使用情境，为同时满足保鲜袋的“家用”及“外带”的两种不同的使用需求，而进行了产品款式、规格等多方面的特殊设计。上市至今无中差评。



Top
Mobile
Awards

理想装备营



啦哄在膜袋领域之外，特别开发了哇擦一次性抹布、粘无忌无痕粘钩等理想装备营的关联产品，依托于东盛塑业的强大的供应商网络，为实现全面的理想生活助力。

- 哇擦一次性抹布，替代了传统的抹布产品，以使用方便、干净卫生为厨房清洁创造了更多的便利。
- 粘无忌无痕粘钩，是粘钩领域的创新产品，以“无忌无迹”的产品特点解决了困扰消费者许久的使用问题。

打造一个成功的品牌必须要培养消费者的品牌忠诚，我们也为啦哄品牌打造啦哄的粉丝文化。

- 以钢袋系列产品为切入点，重复购买过钢袋系列产品的消费者即成为钢袋的粉丝——钢丝。通过独特的创意设计和别具心意的礼品对钢丝进行回馈，给钢丝提供专属的尊贵体验。
- 2016年8月，基于对啦哄主要消费人群的洞察，为回馈粉丝而特别推出了小包装的棉签，方便女性随时修饰妆容，通过“打气”包装向那些在忙碌的工作生活中保持着良好的身心状态的女性们致敬。
- 2016年9月，啦哄一周年之际，啦哄通过“谢谢米”的活动，向粉丝致谢。优选蟹田大米，取“谢谢你”的谐音，实用与诚意兼备。



市场端能够根据我司的产品和行业情况，以长远的眼光精准定位人群，并对客户有非常深度的洞察。在产品设计和营销策划层面，以精益求精的标准，卓越的设计和文字能力牢牢抓住消费者的眼球和心。引领品牌持续良性发展！

——辽宁东盛集团总裁 文博

自合作以来，每次定期的碰头会，大家都在和谐又不失激情的碰撞中，展开天马行空的想象，闪烁着无数个创意的火花。于是，一连串的产品设计，形象设计，文案设计，营销推广等等各方面的创意层出不穷的被创造出来。虽然不是一个团队，胜似一个团队，双方的合作是建立在互信、共赢的基础上，向往着同样的目标，有着共同的梦想。任何伟大的合作都始于信任，我相信在这种良好的合作氛围中，一定会持续创造出更多的奇迹。

——辽宁东盛塑业事业部总经理 闫石

在过去的数年中，立合智美十分有幸能够与东盛集团一起同历风雨，共赏彩虹。

从相识，到相信，立合智美与东盛集团业已远远超出了客户和AGENCY的关系，成为了相依相伴的事业伙伴。作为中国本土最大的塑料膜袋出口企业之一，东盛有着很多东北企业少有的开放、果敢、谦和的行商态度和臻至完美的企业追求。这不仅驱动了东盛事业的逆势增长，也为双方构建了一个良好的合作平台。特别是在共同开拓国内市场的进程中，立合智美将深刻的市场洞察、领先的产品思维、卓越的创意产出与东盛强大的研发能力、资源实力有机融合，实现从创意服务模式到产品经理模式的前移，从而打开了一条助力本土实业加工企业走向市场运营企业的创新之路，而Iohom品牌的阶段性成功，也让我们更加坚定了继续合力前行的勇气和信心。

——立合智美总经理 董宇

与东盛集团的合作始于移动互联时代兴起之初，感叹于东盛集团超前的国际化视野和面对未来的前瞻思考。面对着一个新时代的到来，这个本土最大的塑料膜袋出口企业之一做出了最快速的反应——借助自身产业优势进军国内快消品市场，打造本土塑料膜袋品牌。这与立合智美坚持的助力本土生产型企业互联网品牌转型的策略不谋而合。

在与东盛集团不断的深入合作的过程中，东盛人特有的诚信、责任、感恩、加速、创新、共赢的价值观，以及实业兴邦、产业互动、创造价值、回报社会的使命，感染着每一个合作伙伴。

立合智美愿与东盛集团一起创造互联网时代的新的品牌神话。

——立合智美新媒体事业部总监 吴桐