

白象×美的跨界营销

- ◆ **品牌名称:** 白象
- ◆ **所属行业:** 快消类
- ◆ **执行时间:** 2021.07.15-09.03
- ◆ **参选类别:** 区域特色品牌营销类

- **品牌营销的背景和初衷**

- 2021年夏，河南大雨引发洪灾，揪紧了全国人民的心。白象作为河南本土企业，总部就在郑州，本身就在受灾之列，但依旧义无反顾第一时间驰援灾区，甚至捐空了仓库。白象企业本身并无意借此弘扬企业社会责任，反而看到了国人齐心，国货崛起的风貌，为后疫情、后灾情时代充满信心，因此以“万象更新”为主题，希望和消费者一起，为国人国货打气，助力华夏大地，破水而出，万象更新，美的象样。

- **最终想要实现的目标**

聚焦国货消费主力，洞察国人的多元多面，借此跨界，树立品牌与“国货”的关联，拉近国人，也就是消费者的距离，扩展国货属性，展示国潮新气象。

- **目前面临的挑战和困境**

- 品牌主的主要精力在支援灾区、自我修复中，并且不希望用救灾的行动去获取关注，更多的想要立足洞察国人、发扬国货的点，因此跳出公益视角，精准选择国货伙伴、把握跨界方向与尺度较为关键。

• **对目标人群的洞察**

- 目标人群主要聚集在掀起“野性消费”国货的年轻人，TA们成长在国家飞速发展的时代，国家自豪感、民族自信感强；TA们包容高，喜欢新鲜事物，有能力去支持自己心中所爱；TA们多元多面，人气coser本职工作可能是一位医护人员，动物救助物志愿者可能同时是位乐队成员；TA们矛盾，一边养生一边熬夜；一边离开手机活不了，一边比任何人都怀念没有互联网的童年；一边“幼稚”爱玩一边成熟有担当。这些看似双面对立且经常被网络化描述的行为背后，是国人珍贵的品质：真诚又大胆，朴素又进步，是国货崛起、国潮重燃不可或缺的力量。

• **核心策略**

- 充分利用小红书独特的平台环境，聚焦到具有网红属性的情绪化拌面—白象大辣娇火鸡面以及美的手持小风扇，还有白象IP贴纸、辣椒头箍以及个性果冻包在内的白象x美的「万象更新」限量联名礼包，包可罗万象，种草的不仅仅是礼包，是国货，更是“万象更新”的精气神和审美，还有区域特色可以成为更好国货的心态。通过整个项目输出只为生活美的象样的价值观。

• **案例的最大亮点**

区域特色品牌很难突破本土战场舒适圈，白象则愿意探索新国货的定义，因此选择了与完全不同行业的国民科技品牌美的强强联手的同时，发动了极具区域特色的其他国货品牌前来助阵，为国货阵容扩大声量。

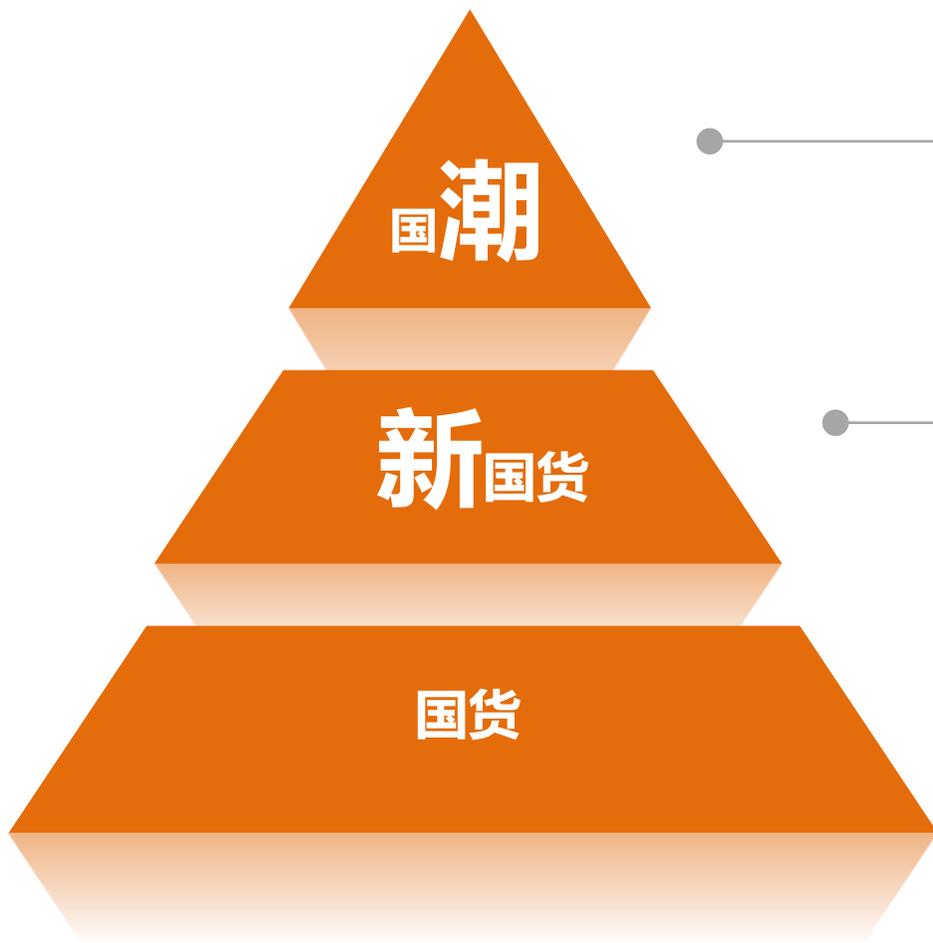
野性支持国货开始后，白象在小红书平台受到关注

野性种草

官方账号粉丝量直线上涨

好评如潮





以国货促进国潮，借势产品网红属性，强种草，更像样



- **新**是对灾后重建信心
- **新**是民族自信
- **新**是白象换新升级年轻化
- **新**是全新的消费体现与幸福生活的向往
- **新**是国货差异化品牌生命力

与家电国货头部品牌强强联合，
强化国货属性，借野性消费潮再次收获好感

白象大辣娇 X 美的网红小风扇



品牌	诚就幸福滋味	科技尽善，生活尽美
TA	国货撬动年轻市场	网红小家电 锁定Z世代
产品	大辣娇：美味火辣两手抓	小风扇：真网红·真降温

就是要在矛盾中找到最「像样」的点，就是要有新吃法，开最网红的风扇，吃最美味的泡面！



小象IP居中的礼包剪影中生小麦、辣椒、城市、生活，将白象食品与美的科技融合，传达世代更新，国货变化，生活美好，美得像样的讯息

- 阿金 ✨
要搞事情啊 08-26
- Midea 美的生活小家电 作者
期待吗 🤔🤔🤔
08-27
- Qqqq
666 🍉🍉 联手搞事 08-25
- Midea 美的生活小家电 作者
坐等好事发生 🍉
08-26
- 元元结不想陪跑
加载进度99.9% 08-25
- Midea 美的生活小家电 作者
100%即将加载成功 🍉
08-26
- 小窝窝
蹲！看你们贴贴！ 🍉 08-25
- Midea 美的生活小家电 作者
嘿嘿！贴贴你 08-26

一萌一酷，可辣可甜的气场碰撞和场景化的礼包展示
从物到人，表达「万象更新，美的象样」的主题



白象食品 8-27 14:30 来自 微博 weibo.com 已编辑

#国潮正当时，万象更新日#白象食品将和它的小伙伴@中国劲酒 @UU跑腿 @南国椰味食品 @雪鹿啤酒官方微博 @东阿阿胶官博 @洽洽食品官方微博 @小郎酒 一起万象更新！愿你的生活也能万象更新，美的“象”样！带话题#万象更新#转发，并在评论区分享你最想更新的，8.30抽2位小宝贝送【万象更新】大礼包，小风扇@美的生活小家电、大辣娇@大辣娇微博，美好生活就很飘！一键get同款，速戳：网页链接 抽奖详情



白象x美的联合7大品牌【@中国劲酒 @UU跑腿 @南国椰味食品 @雪鹿啤酒官方微博 @东阿阿胶官博 @洽洽食品官方微博 @小郎酒】参与创意平面发布，共同推出万象更新礼包，发布瞬间阅读量破3万。

总触达**640W**，白象官方小红书账号涨粉率**112%**

话题**#国货正当时**，万象更新日**#阅读量30W+**

国货联合发布「万象更新」限量礼包
在微博平台引爆

单条微博阅读量24小时内近**200W**
互动率**137%**



小红书kol开箱掀起关注国货
花式吃白象火鸡面，吹美的小风扇

开箱视频见：<http://xhslink.com/Y6Yk7d>



长图“最想更新什么”话题
引发深度讨论互动

收获微博阅读量**128W**



亿邦动力将本项目写入行业报告

《抢占4万亿消费市场 国货品牌如何圈粉Z世代》：
<https://m.ebrun.com/452543.html>

经典国货品牌的“联名”动作也颇为引人关注。譬如，白象食品与美的两家不同领域、毫无交集的国货品牌最近突然跨界联名合作，打出“万象更新”、“生活就要美的象样”的口号，将白象大辣娇火鸡拌面和美的小风扇相结合，一冷一热、一味觉一触觉，碰撞出新的火花，别出心裁。活动开启当天，立即引发网友热议，网友纷纷留言对“更新”的理解，有人想更新生活，有人想更新身体和知识……

可以说，白象大辣娇已成为老字号“玩转”年轻化的“实力担当”。除了联名，此前白象大辣娇还与ChinaJoy等频频联动，不断跨界、破圈，与Z世代年轻人互动，收获了一众好评。近期，在火鸡拌面、红油面皮、酸辣粉之外，白象大辣娇再推新品重庆小面，切入非油炸速食赛道，通过搭配麻辣川渝风味，再辅以“辣就一起燃”、“我的粉，由我不由天”、“嘶哈辣油，一滴入‘魂’”等网



营销盘点详细解析本项目小细节中的惊洞察

《国潮，被方便面和小风扇看得透透的》：
<https://mp.weixin.qq.com/s/87BHPxCgOTna4fIWtYCn-Q>

02

小细节，精洞察

8月27日，白象食品x美的分别在各自官方自媒体平台发布了态度平面大片，两位模特形象酷辣甜美相对，文案直给，画面中矛盾冲击碰撞而又和谐，细节满满个性，噱头满分的联合限量礼包露出更是格外惊喜。更让收到过礼包的时尚达人惊喜不已的是，我们的国货之光集美观与实用于一身，白象食品和美的「万象更新」包走了更务实的路子，美观实用兼备，而包里除了有食有用还有辣椒头箍、镭射果冻包以及IP贴纸，展示品牌的同时兼具实用性，这与两家企业的务实风格也极为相符。而两家的海报也分别采用了橙和蓝的暖冷色调，无一不在互相呼应，碰撞出国货对国潮的新理解。

老牌国货话题获超高网友讨论度，凭实力打造话题出圈

一只瑶锦鲤 
这次的联名名字好有创意 
5天前

hey_大鹅种草记 
🍗🍗🍗火鸡拌面吃太热，开个美的小风扇吃？这个创意很棒，不过美的家的联名每次都很棒!! 捧场场~ 3天前

tianxuan819 
这一波操作洋气了哦！两个国货之光强强联合！支持国货品牌！白象棒棒哒！
08-25

钳Sweet 
当今社会速食还是比较受欢迎的，火鸡拌面香浓美味，关键方便快捷呀，夏日炎炎小风扇更是缓解炎热呢，头箍每个女孩子少女的梦，个性贴纸随处贴一贴都是蛮好的，果冻包太可爱实用了吧，选我照样认真分享  1天前

梦幻海琴 
哇塞，是心动的感觉啊！超级喜欢吃火鸡拌面的，无辣不欢呀！这个组合太搭配了，现在天气还是挺炎热的，出门必备小风扇，还有果冻包也可以随身携带一些物品放在里面，送的奖品太齐全啦  果然是包罗万象啊  辣椒头箍，好喜欢呀！许愿大礼包 昨天 19:47

本本 
白象真的是老品牌了 08-27
作者赞过

初见 
这波叫双厨狂喜梦幻联动呀  08-25

假如我是评论家 
哇塞，这是梦幻联动吗 08-25

努力学习
懂得不行

阿鱼 
🍗🍗一边吃火鸡面一边吹吹风

胖胖的:)M 
啊啊啊白象!汤好喝系列和多半袋都很绝!每个口味都没有踩雷的!  08-27
作者赞过