快手磁力引擎《新市井美学》

- **品牌名称：**快手磁力引擎
- **所属行业：**网络平台及服务类
- **执行时间：**2022.04.01-12.31
- **参选类别：**IP营销类

背景&目标

营销背景

快手磁力引擎作为商业化平台，于2021年提出了“新市井商业”品牌理念，发展十年以来，**以人和内容为核心**搭建了一个层次丰富的社区生态体系，这座生活的艺术馆，蕴藏着快手老铁的审美情趣。如今我们数字生活的日常半径，既是足不出户的一次次指尖的点击，也是亲临线下的一次又一次打卡，当**数字商业与市井烟火逐渐交融并济，让生活的确定与生意的预期散发出无限活力之美，「新市井美学」应运而生**。

挑战和困境

“如何深度诠释“新市井”概念和持续有效地向市场传递快手平台独特的商业价值？”

背景&目标

目标：

1、帮助大众通过「新市井美学」理解「新市井商业」

产出重点项目制造曝光，吸引行业目光；持续挖掘并产出日常创意物料，不断渗透影响行业心智；帮助品牌在快手迅速定位，助力其打造快手营销主阵地，助推商业化变现；

2、以新市井美学传递生活的美好，建立人情温度的线上共情

以新市井艺术家的画作、创意、视频等多种形式传递生活的美好，带老铁们感受人间烟火中的艺术美；以新市井牵引我们对生活与生意的「美学」产生悸动，重新建立人与人的互动，体会真实的人间烟火与温情美好，这不仅存在于一幕幕竖屏的场景，也更真实的存在现实；

3、重新激活数字生活下“消失的附近”

借助艺术家合作的形式，打造“新市井美学”长线系列，为磁力引擎的品牌理念发生寻找全新的形式，触达B端人群。

INSIGHT:

在现代生活中，**有许多“美”的内容由于太过日常而被忽视**，人们一边抱怨着高速发展的现代生活丧失了市井气息，一边对市井可爱的点点滴滴视若无睹。我们抓住熟悉世界中的被忽视的美，用真实世界的内容进行艺术加工，尽量迎合用户普遍爽感，创造低门槛高创意的美学。而在市井人情中，吸引流量、链接用户、消费转化，是快手新市井生态给予品牌发展的多元价值。因此， 面向品牌的内容营销，需要让品牌清晰地了解新市井生态。美学概念融于生活，赋魅新市井生态。

STRATEGY: **「新市井美学」以快手原生内容为底色，对「新市井商业」概念进行具象化拆解与感性呈现，结合快手原生创作者的“整活儿”天赋，与众多艺术家跨界合作，打造可复制的艺术家联名合作方式，以系列化创意视频向市场发声。**快手磁力引擎打造新市井美学，以深化生活的感性价值，为新市井生态增色，实现平台与用户双向奔赴，建立相互信赖的同时，为之后的品牌营销注入全新价值。

□新市井城市里的艺术家们，通过对生活的感悟，深入烟火，探索艺术与生活的交织，以美学的形式诠释出自己对新市井美学的探索，反应出快手自上而下的美好与温情。

□营销上通过创意概念+达人合作+周边联名，三大板块展现美学营销的魅力。

营销亮点

创意概念展现新市井之美

与书法家朱敬一合作产出艺术字“新市井美学”，与创意海报结合，呈现「新市井美学」概念；辅以新市井大楼、新市井·红色篇等创意物料，为后续理解美学初始定调，广泛吸引用户对IP的关注，为后续产出及曝光效果蓄力。

达人合作传递IP价值

通过「新市井自建x艺术家合作」、「艺术家原创x新市井合作」两种链路广泛开展达人联名合作，选取快手原生素材及达人，以海报、视频、交互H5等多媒体形式诠释新市井美学，对站内外用户进行“共情引导”，传递IP价值。

周边联名拓展合作新边界

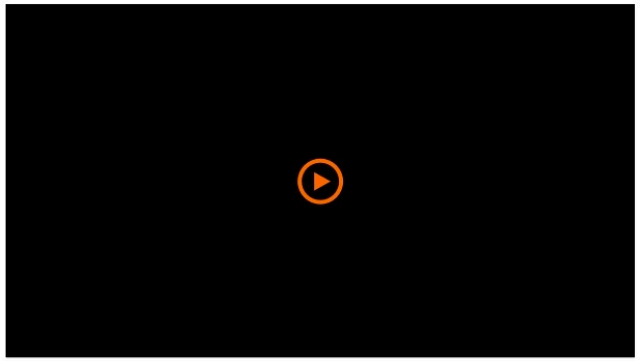
新市井艺术家x故事会联名礼盒、新市井艺术家x快手新年礼盒发布并在磁力制造官方小店售卖，快手百万粉达人、个人社交媒体发布开箱视频与图片等，并在礼盒发布当天直播连麦，扩大曝光度与讨论度。同时，与珀莱雅花西子等品牌进行商业合作，拓展达人合作新边界。

Step.1创意概念展现新市井之美：美学创意海报

朱敬一国潮书法 被誉为“最受95后欢迎”的新潮书法艺术家，在他看来，“新市井”这个词很有趣——“市井”代表着一种生活气息，同时，它又是“新”的。每个人可以从“新市井”中挖掘、品味出一些属于当代人的新生活方式。与数字艺术家黄河山，创造出一座具有朋克气质的「新市井城」，**以快手短视频内容和创作者形象，全景呈现生活和生意的融合之美。**

Step.2创意概念展现新市井之美：美学创意视频

稻画香创意视频



半年总结

新市井城视频

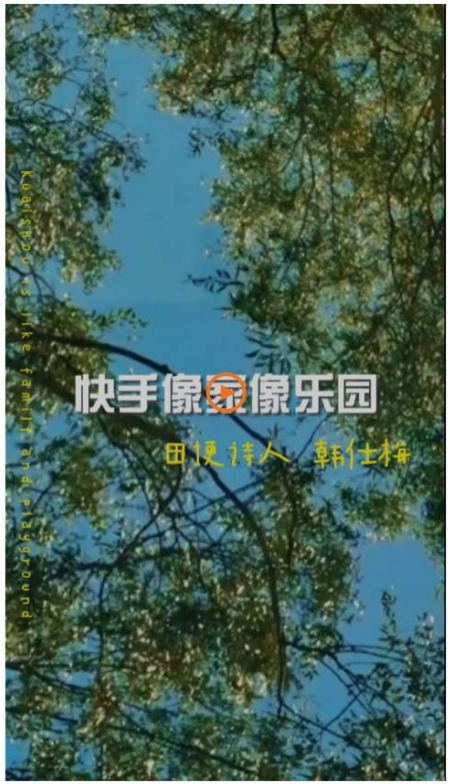
新市井城新年礼盒年终视频

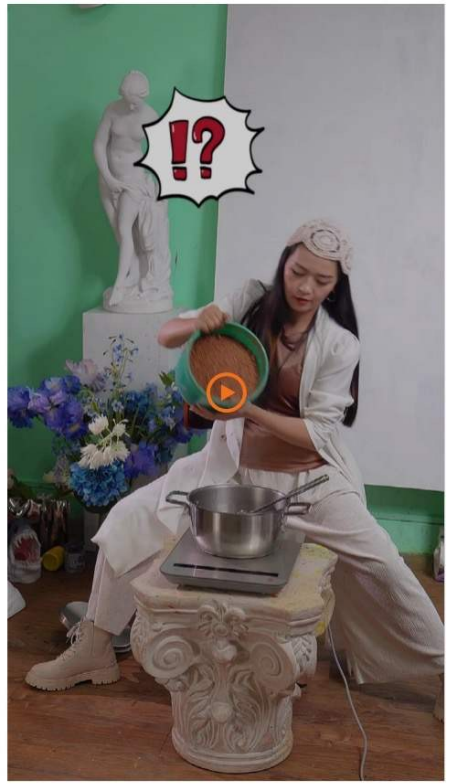
美学-隐形人《幕后推手》视频

Step.3达人合作传递IP价值：美学采访视频诠释新市井美学

以美学采访视频诠释新市井美学，以达人创意视频拉近新市井中的美学生活。旧市井逐渐变得模糊，新市井正在快手繁盛：渐行渐远的老手艺，从小众走向大众；生长于此的艺术家，从创作走向产业。在数字市井的烟火里，人人都有自己的舞台。

step.3达人合作传递IP价值：达人创意视频拉近新市井中的美学生活





https://v.kuaishou.com/2ast6I
“ 画家何水晶，是注定要在"快手新市井 画画一生的人。

https://v.kuaishou.com/3rnam5
当过保安，干过苦力，这位热爱画画的老铁在快手找到了人生新坐标。

https://v.kuaishou.com/P447I
转角遇到小美好，平平无奇的红砖墙也可以带你回到90年代的街道，一起围观"新市井美学 吧！

效果&反馈

美学营销影响力

4725.2w+

「新市井美学」全网曝光

1619.4w+

「新市井美学」视频总播放

美学营销实现三大目标

1、以美学概念传递出新市井生活中的美好；
2、达人美学拉近了生活的距离，让“附近”不再遥远；
3、跨界联名让“人间烟火、真情美好”完美诠释。

效果&反馈

「新市井美学」将美的挖掘贯穿全年，通过日常沉淀美学资产、持续性产出联名合作视频、定制周边联名礼盒等全资源形式表现，扩大IP声量及价值。同时，**与每一位合作达人形成稳定关系，创建新市井美学达人库，成为可复用的商业化达人群体，拓展新的快手达人商业化合作边界。**