奥知音Ⅱ代新品上市暨313奥粉节IP整合营销

- **品牌名称：**奥克斯
- **所属行业：**家电行业
- **执行时间：**2023.03
- **参选类别：**跨界营销类

结案视频

链接: https://pan.baidu.com/s/1FD7dyvyluQ9n-nd3Oe-Gxw

提取码: uvc7

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

背景&目标

- *2023年春天，奥克斯空调面向敢于尝试智能家电的Z世代消费者重磅推出新品——奥知音Ⅱ代乘风上市，跨界联动国内一线实力乐队海龟先生。紧随着《用心倾听，风中知音》创意TVC的发布，随即推出高质量合作改编曲——《微笑（2023知音版）》，并于奥克斯空调年度大型营销节点313奥粉节当日，举办以“听风之旅”为主题的线上音乐节，同时赋能电商。伴随着线上音乐节的举行，“知音识方言”的春风不仅吹响了奥知音Ⅱ代的大势未来，更吹进了Z世代新智能家居生活中。*

洞察&策略

- *1.深刻挖掘海龟先生乐队和奥知音Ⅱ代智能语音空调的共同点，并将其作为后续创意输出的支点：乐队和乐迷的关系就如同奥知音Ⅱ代和用户的关系——皆为知音；乐队通过「制音」寻知音，奥知音Ⅱ代用「智音」实现秒懂方言乡音并找到知音；乐队如沐春风的音乐和奥知音Ⅱ代传递给用户的体验感一致等。*

- *2.奥知音Ⅱ代发布于特别的三年后的第一个春天，跨界音乐营销于春日如期而至。奥知音Ⅱ代智能语音空调提供给用户的体验，是个人空间的舒适风，而借由乐队海龟先生之口歌唱出的春风之曲，是那阵吹往空调家电行业，甚至大环境中每个人心中的温柔新风。*

- *3.结合海龟先生乐队强大的创作实力，打造惊艳耳膜的跨界合作曲。大胆构思，改编海龟先生乐队热门单曲《微笑》，创新地在编曲中融合方言元素和智能语音音效，重新编写的歌词分别从产品角度和用户角度表达“知音”心路，于歌曲中完成一场深刻的人机对话。传播上，利用原曲高传唱度赋予产品长效推广BGM，使奥知音Ⅱ代秒懂方言的核心卖点深入人心；*

- *4.玩转音乐营销新解法，利用乐队IP特质打造其传播效果最大化的方式——举办线上音乐节，为奥粉及乐迷献上一场视听盛宴，更为奥知音Ⅱ代代奏响新智能家居生活的时代强音。*

AUX

二、措施规划(落地节奏)

返回

奥知音Ⅱ x 海龟先生&313奥粉节整合营销

Campaign主题	四海遇知音 方言更秒懂			
传播阶段	超前预热 2.23-3.8	预热期 3.9-3.12	Big day 3.13	长尾传播 3.14-3月中旬
官方自媒体	6城方言海报 奥言奥语海报 小奥IP地域方言条漫	313奥粉节云音乐节倒计时海报 TVC上线	云音乐节直播	云音乐节回顾
艺人自媒体	TVC上线直发			抖音全民任务彩蛋TVC发布
媒介投放	本地生活类kol	微博素人投放丰富话题内容 改编歌《小奥（2023知音版）》上线 网易云硬广、冲榜	段子手类kol 媒体kol朋友圈、社群传播 蓝v金v、实时koc加热微博话题阵地	PR稿件网媒传播 抖音KOL投放

产出物料

AUX奥克斯
四海遇知音
方言更秒懂
奥知音 II 新品乘风上市
懂风更懂你
03.13(mon.) 19:00-20:30 携海龟先生邀你共赴
「听风之旅」音乐节
我在
舒适风已为您打开
你好，小奥!
开机~
好巴适哟!
奥粉节
奥知音II 新品重磅上市
语音轻松控 方言更秒懂

AUX奥克斯
直卖空调 高配置 超优价
四海遇知音
方言更秒懂
奥知音 II 新品乘风上市
懂风更懂你
03.13(mon.) 19:00-20:30 携海龟先生邀你共赴
「听风之旅」音乐节
我在
舒适风已为您打开
你好，小奥!
开机~
好巴适哟!
19th Asian Games Hangzhou 2022
奥克斯「知音」体验官
扫码参与优惠活动
即刻扫码预约精彩直播

主KV

AUX

产出物料

返回

6城方言海报

AUX

产出物料

返回

奥言奥语海报，奥知音II x 奥粉节利益点组合植入

AUX

产出物料

返回

河南、江浙、陕西方言条漫

产出物料

「听风之旅」云音乐节预热海报

产出物料

「听风之旅」云音乐节剧照、回顾视频（列举部分）

媒介&执行

- *【预热期间】*
- *活动预热期间，通过官方平台账号及多地地方自媒体发布6省6城方言海报，利用品牌自有的成熟IP《小奥的朋友们》改编绘制品牌三大直销地区方言条漫，构筑各地消费者对奥知音Ⅱ代秒懂方言这一核心卖点的强认知。*

媒介&执行

- 同时，活动前一周多平台陆续释放IP物料，如TVC悬念视频，创意TVC正片，倒计时海报等，引发线上奥粉及乐迷的关注。（注：本案例TVC由柳橙影业有限公司东熠导演工作室出品）

- 【活动期间】
- 跨界合作单曲惊喜多平台上线，当即引发“自来水”为其打call，优质UGC频出，跃居当日飙升榜第9位。当晚「听风之旅」奥克斯空调313奥粉线上音乐节如约而至过。音乐节现场春日感满满，置身其中，春风早已荡漾心间。民谣歌手四首原创歌曲悠扬开场，直播初始便大饱耳福，音乐节氛围即刻拉满。主持人生动开场，与奥知音Ⅱ代智能语音互动，用唤醒口令启动奥知音Ⅱ代，空调风吹落金色盖布，完成独有的亮相方式。主持人向奥知音Ⅱ代发起多维度挑战，如方言挑战，响应距离挑战，展示奥知音Ⅱ代五大智控手段等，诠释多样化生活使用场景，同步发放奥粉千万消费券。奥克斯家电集团用户及市场副总监杨晓辉先生莅临直播现场，强势种草奥知音Ⅱ代，更为线上观众送出第一台28元秒杀奥知音Ⅱ代的重磅福利。 现场还请来奥粉代表，参与创意互动——「知音海龟汤」，趣味联动奥知音Ⅱ代产品及海龟先生乐队IP。根据奥知音Ⅱ代产品特色功能及卖点订制Z世代热门桌游海龟汤，联动现场及线上奥粉共同参悟“迷局”，同步强化产品核心卖点信息，并送出3张奥克斯「知音」体验官海龟先生签名照，强调乐队IP与产品间的联结。音乐节高潮环节来临，海龟先生乐队正式登场。浅谈奥知音Ⅱ代核心功能，展现奥克斯「知音」体验官与产品的强强联结。随后，奥克斯「知音」体验官海龟先生乐队热情开唱本次合作曲《微笑（2023知音版）》，同步开启第二台28元秒杀奥知音Ⅱ代福袋互动，引爆线上奥粉乐迷评论狂潮。回归主舞台，奥克斯「知音」体验官用音乐刺客卡祖笛演示奥知音Ⅱ代语音口令，幽默互动强化产品智能音控卖点，同步开启第三次28元秒杀奥知音Ⅱ代的福袋机制。
-

媒介&执行

- 主持人升级奥知音Ⅱ代语音互动，请上特别嘉宾——鹦鹉，开启“鹦”语挑战。特色互动惊艳全场，“鹦”语挑战圆满达成！奥克斯「知音」体验官海龟先生接连演唱经典单曲《捕风》，《男孩别哭》，《玛卡瑞纳》，音乐节旋律狂潮来到顶点，千万消费券持续发放，若干乐队签名照同步开启福袋互动，嗨翻线上一众乐迷奥粉。主持人再次强调奥粉节相关福利，感谢现场来宾及线上观众，同奥知音Ⅱ代语音互动，执行关机口令，伴随奥知音Ⅱ代关机文案“空调的风停了，新势力的风永远不停”和缓缓关闭的叶片，主持人宣布奥克斯空调×海龟先生「听风之旅」音乐节暨奥克斯奥粉节狂欢盛典正式结束。

媒介&执行

- 【活动长尾期】
- 直播人机互动片段多平台传播，海龟先生演唱视频为活动维持相应热度，多平台方言挑战持续引发受众对奥知音Ⅱ代和本次跨界合作的关注。与此同时，铺排新闻PR稿矩阵深层挖掘案例影响及背后的时代内涵，升华以“四海遇知音，方言更秒懂”为主题的整合营销活动，为本次合作画上圆满的句号。

效果&反馈

- *活动总曝光超2.8亿，实现近60万人次有效互动，此次营销动作极大赋能电商，打开了新品上市声量，奥知音Ⅱ代销量攀升明显，远超品牌预期，甚至在全国范围内接连出现“卖断货”的火爆情况。合作余温持续发酵，新品卖点生动展现，跨界合作曲播放量热力不减，粉丝参与黏性极高，精彩评论层出不穷。直播期间奥知音Ⅱ代各类挑战视频多平台传播，抖音平台#方言秒懂奥知音#活动引发各地用户拍摄方言挑战短视频。此次跨界，门户网站纷纷报道、探查此次空调家电企业音乐营销之新意及影响，在行业内外形成了广泛的自来水传播和好评。*

- *根据奥知音Ⅱ代产品特色，为其挑选调性极度相合的乐队IP进行本次跨界合作。围绕“四海遇知音，方言更秒懂”的主题，策划一系列年轻化整合营销动作，从前期释放一系列方言海报及方言条漫，强化奥知音Ⅱ代秒懂方言的核心卖点，同步利用海报内方言对话及条漫文案展现极致美学设计，五重智控手段和第五代自动水洗功能。利用产品本身过硬的特色功能为活动强势预热，引发奥粉好奇。*

效果&反馈

- *活动总曝光超2.8亿，实现近60万人次有效互动，此次营销动作极大赋能电商，打开了新品上市声量，奥知音Ⅱ代销量攀升明显，远超品牌预期，甚至在全国范围内接连出现“卖断货”的火爆情况。合作余温持续发酵，新品卖点生动展现，跨界合作曲播放量热力不减，粉丝参与黏性极高，精彩评论层出不穷。直播期间奥知音Ⅱ代各类挑战视频多平台传播，抖音平台#方言秒懂奥知音#活动引发各地用户拍摄方言挑战短视频。此次跨界，门户网站纷纷报道、探查此次空调家电企业音乐营销之新意及影响，在行业内外形成了广泛的自来水传播和好评。*

- *根据奥知音Ⅱ代产品特色，为其挑选调性极度相合的乐队IP进行本次跨界合作。围绕“四海遇知音，方言更秒懂”的主题，策划一系列年轻化整合营销动作，从前期释放一系列方言海报及方言条漫，强化奥知音Ⅱ代秒懂方言的核心卖点，同步利用海报内方言对话及条漫文案展现极致美学设计，五重智控手段和第五代自动水洗功能。利用产品本身过硬的特色功能为活动强势预热，引发奥粉好奇。*