

| 创维光伏，让全家有光

- ◆ **品牌名称：**创维光伏
- ◆ **所属行业：**新能源行业 - 光伏行业
- ◆ **执行时间：**2024.01.31-02.24
- ◆ **参选类别：**IT及信息服务类

● 作品资料



<https://www.bilibili.com/video/BV1b4421A7U4/>

背景&目标

品牌信息

农村大片闲置的屋顶宽敞且具备独立产权，尤其适宜开发户用光伏，已成为我国户用光伏发展的“主战场”。

国民科技企业创维集团旗下的光伏企业——深圳创维光伏科技有限公司（以下简称“创维光伏”）自成立伊始，便延续集团的高新科技基因，通过“光伏+普惠+数字科技”的创新商业模式，联合国家电投、华夏金租、华能等央国企，启动“乡村振兴-光伏富民”工程，助力国家乡村振兴计划的稳步推进、巩固脱贫攻坚成果。



● 背景&目标

面临挑战

创维光伏虽然有面向C端市场的户用光伏产品，**但普通消费者对其感知不深、认知不足。**

除了日常传播的户用光伏产品解读外，创维光伏更希望借助营销热点，以及独特的创意视角和故事情节，**彰显创维光伏的企业高度和人文关怀，与普通消费者建立情感链接和共鸣。**

创意目标

春节 是品牌做故事传递和情感链接的最好节点，尤其对于身处小众行业的创维光伏来说。

在2024年春节前夕，**创维光伏希望结合“春节寓意”，围绕“创维光伏”的品牌、产品及相关服务与赠送政策，开展有情感、有温度的春节营销，提升品牌知名度和好感度。**

H A P P Y N E W Y E A R

● 背景&目标

目标人群

虽然创维光伏的目标市场集中在城镇或农村，但随着中国城市化进程的加剧，城镇或农村的孩子大多都在一二线城市工作。此次春节营销的重点，**即是面向一二线城市的年轻打工人，通过创维光伏春节营销，打开他们对创维光伏的认知，从而间接助力城镇或农村家庭对创维光伏产品的安装和使用。**

SKYWORTH
创维光伏



直接影响
提升认知和好感



创维光伏CNY营销



间接影响
提升购买转化



在上班和上进之间，选择了**上香**

在求知和求学之间，选择了**求佛**

一个有趣的社会现象_

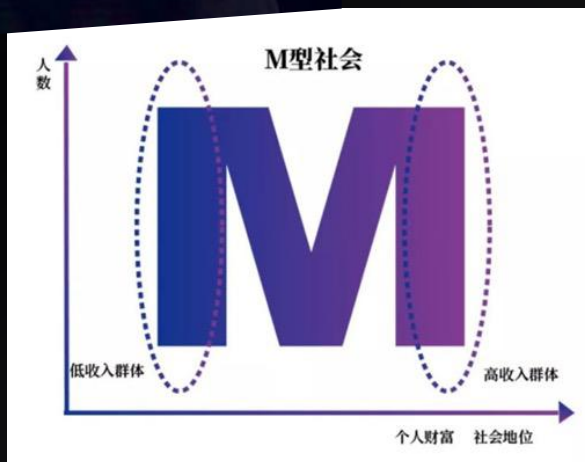
现在的普罗大众，尤其是年轻群体中

比起努努力和加加油，他们更愿意选择**沾沾光**

在迷茫和迷失之间，选择了**迷信**

在拼一拼和卷一卷之间，选择了**刮一刮**

现象背后的心理趋势 (insight) _



“

中国“M型社会”将来临，高收入和低收入阶层各居两端，贫富差距将会拉大，中产阶级将会塌陷（更多流向贫困阶层）

”

大家似乎都进入了“想躺躺不平、想卷卷不动”的尴尬处境。因此，通过“沾沾光”的行为（求佛、上香、刮刮卡等）来祈求好运。

尤其是在辞旧迎新的春节期间，“沾沾光”更成为了Ta们扎堆去做的事儿。

现象背后的心理趋势 (insight) _

但我们要清醒地认识到，

Ta们的“沾沾光”，

并非表示Ta们真的就不再努力了，

而这只是，

Ta们内心的一种表达，一种情绪宣泄的出口。

本质上，Ta们依旧是那群，为更好的生活而不停努力的人。

Ta们在大城市打拼，只有过年才有机会回到自己的老家，

是希望能为自己和家人创造美好生活，能让自己和家人脸上有光。



创维光伏的机会点_

创维光伏，

诞生于深耕中国市场三十多年的创维集团，**是最懂中国家庭的光伏品牌。**

创维光伏，

懂得，中国年轻人现在的尴尬处境，

懂得，Ta们在大城市打拼，只有春节才能回家的不易，

更加懂得，Ta们想要让自己的家人脸上有光的心情。

创维光伏，

不仅以航天级品质，给Ta们的老家带去***高品质的光伏产品和服务，**

更在CNY这一特殊节点，成为照亮Ta们回家路上的那束光，让他和他的家人们脸上都有光。

* 高品质产品：高品质工艺标准、高品质用材用料、高品质产品组件等

高品质服务：回购件同行业价格最低、高品质家电0元送、乡镇最后一公里都能配送等

创意主题 _

创维光伏,让全家有光

物理的光: 指创维光伏的系列产品,可以通过光能转化成电能,让全家人享受到灯光照明

心理的光: 指创维光伏懂得和理解在大城市打拼的人们,通过给予最温暖的支持和助力,让他们也能沾到光

洞察&策略

SKYWORTH | 太空创想
创维光伏
中国航天太空创想光伏行业官方合作伙伴

创维光伏，让全家有光

一座电站 三份收益 多份陪伴



扫码集光赢红包
参与互动，惊喜好礼相送



建品质电站 选创维光伏

电站0元装 家电免费送



微信搜索：创维光伏 [搜索](#)

户用光伏 | 工商业光伏 | 组件 | 支架 | 逆变器 | 储能

● 媒介&执行

主题TVC发布，品牌公众号、视频号等自媒体同步官宣

上线时间：1月31日



创维光伏,让全家有光

VO&SUPER

对于在外漂泊的游子来说，回家的路最好走，因为你知道总有一束光在家等你

什么是让全家有光？

有人说，是一种中国人特殊的情绪，在春节时会越发浓烈

有人理解为面上有光，做子女的往往更愿意把打拼一年的风尘收敛，将光芒留给在乎的人

在外漂泊的人呐，离去时承载全家的目光，归来时便成为照亮全家心里的光

想要全家有光，要留心他们追的新潮流，帮TA在人前秀一把

还要了解TA爱争高低的脾气，让老小孩里外都有光

今年，让全家有光有了具象表达

有光，不止在春节这天，更是陪伴全家的三餐四季，这就是生活里最好的光

创维光伏，让全家有光

集光行动正在创维光伏公众号火热进行中

快来扫码关注领取海量红包，每天都有哦

● 媒介&执行

TVC微信视频号传播 1月31日-2月1日

资讯及生活类视频号扩散传播，覆盖家庭生活属性用户人群，曝光95W+，互动超5000，转发联动品牌私域自媒体，矩阵式传播提升整体声量。



家居V

浏览: 248000
点赞: 250 转发: 329
喜欢: 1170 评论: 35



全球驿站

浏览: 218000
点赞: 206 转发: 401
喜欢: 1048 评论: 28



朝闻指南

浏览: 253000
点赞: 258 转发: 380
喜欢: 1255 评论: 39



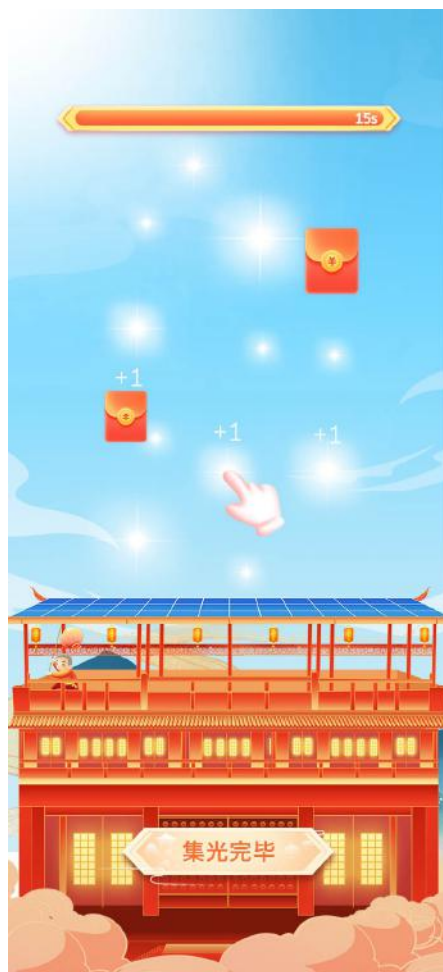
新时汇

浏览: 226000
点赞: 230 转发: 413
喜欢: 1121 评论: 27

● 媒介&执行

H5游戏红包活动 上线时间：2月1日-2月24日

以趣味红包雨集光游戏开篇吸引用户互动，并通过红包福利在领奖前引导用户留资转化，每日固定派发红包，用户互动粘性增加。



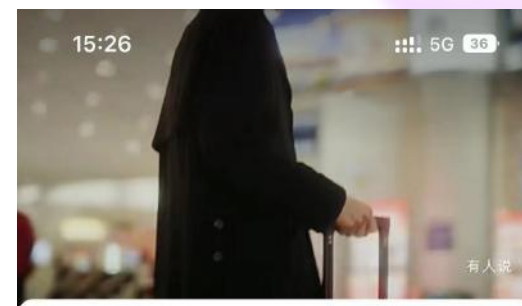
● 效果&反馈

总曝光：110W+，总互动：1.2W+

迎合24年春节节点，以“创维光伏，让全家有光”为传播主题，打造同名主题TVC，以情感故事营销引发用户共鸣，传播品牌温度，并以后续带有趣味游戏及红包福利H5互动活动引爆微信私域传播裂变，春节期间H5互动曝光15w+，参与用户达8w+，并获得有效用户建站留资信息，积累了品牌人群资产。

● 效果&反馈

品牌TVC温情营销引发用户情感共鸣，真实UGC好评如潮，提升了品牌好感度



效果&反馈

行业媒体纷纷转载报道，拔高事件价值高度



创维光伏玩转CNY营销，“年味”场景演绎品牌价值

原创 赞 收藏 评论

举报 2024-03-18

作为全年开局的重头之戏,CNY营销成为了众多品牌实现创意出圈、产品上新的重要营销节点之一。1月31日,一支主题名为“创维光伏,让全家有光”的TVC视频广告又上线了多个平台。这支TVC视频广告,讲述了在外漂泊的游子归乡过年,为了“让全家有光”,特意为父母准备了神秘年货礼物;父母的期待,游子的关爱,最终汇聚到了创维光伏“小阳楼”这款能够“让全家有光”的产品上。



建品质电站
选创维光伏

电站分三类：家庭电站、工商业电站、大型电站

光伏产品 光伏系统 光伏工程 光伏服务

光伏产品 光伏系统 光伏工程 光伏服务

在CNY营销中,“年味”、“亲情”一直都是创意营销绕不开的核心点。此次创维光伏正是因为洞察到了这一情绪痛点,紧抓2024龙年新春节日契机,通过对产品和营销的深入思考,赋予了“让家人有光”这一话题的有“爱”解读。TVC视频广告上线的同时,创维光伏还推出了H5小游戏、新年红包封面、新年主题海报等营销活动,通过围绕春节回乡情绪,进行创意广告精准推送,成功抢占了今年CNY营销的话题热点及目标人群。

数英网

<https://www.digitaling.com/articles/1051714.html>



创维光伏玩转CNY营销，“年味”场景演绎品牌价值

2024-03-18 14:30:20 来源： 作者：

作为全年开局的重头之戏,CNY营销成为了众多品牌实现创意出圈、产品上新的重要营销节点之一。1月31日,一支主题名为“创维光伏,让全家有光”的TVC视频广告又上线了多个平台。这支TVC视频广告,讲述了在外漂泊的游子归乡过年,为了“让全家有光”,特意为父母准备了神秘年货礼物;父母的期待,游子的关爱,最终汇聚到了创维光伏“小阳楼”这款能够“让全家有光”的产品上。



建品质电站
选创维光伏

电站分三类：家庭电站、工商业电站、大型电站

光伏产品 光伏系统 光伏工程 光伏服务

光伏产品 光伏系统 光伏工程 光伏服务

在CNY营销中,“年味”、“亲情”一直都是创意营销绕不开的核心点。此次创维光伏正是因为洞察到了这一情绪痛点,紧抓2024龙年新春节日契机,通过对产品和营销的深入思考,赋予了“让家人有光”这一话题的有“爱”解读。TVC视频广告上线的同时,创维光伏还推出了H5小游戏、新年红包封面、新年主题海报等营销活动,通过围绕春节回乡情绪,进行创意广告精准推送,成功抢占了今年CNY营销的话题热点及目标人群。

瞄准情绪营销,紧扣品牌卖点

光伏产品是贴近用户日常生活的场景化消费,如何通过数字化营销精准地找到目标群体,并以符合品牌定位、产品消费场景的营销内容传播出去,是创维光伏一直在思考和探索的营销策略。

作为中国最重要的传统节日,春节承载着中国家庭最浓厚的情感和最切的期盼。对于在外打拼的年轻一代人来说,返乡过春节的意义不仅在于能和长辈家人团圆,更重要的是当年轻人拥有了新年年的仪式感后,每一笔新年消费的背后,都有机会成为给长辈的情感和欣慰。

此次“创维光伏,让全家有光”的TVC视频广告正是抓住了这一营销痛点,它以“让全家有光”为切入点,赋予了“让家人有光”这一春节回乡情绪的深层含义。在传播层面,既包含情感寄托游子在外奋斗的艰辛,以及对于父母长辈深深地思念和热爱;同时,又将奔波回乡之路的游子不断打透的这束“光”,以及在亲情陪伴下的父母满怀期待的这束“光”,最终,指向了“让家人有光”的创维光伏。



中国广告网

<http://www.ad-cn.net/index.php?m=content&c=index&a=show&catid=10&id=2731>



创维光伏玩转CNY营销，“年味”场景演绎品牌价值

作者：营销业界

关注

2024-03-19 10:33 浏览：99

分享

收藏(0)

作为全年开局的重头之戏,CNY营销成为了众多品牌实现创意出圈、产品上新的重要营销节点之一。1月31日,一支主题名为“创维光伏,让全家有光”的TVC视频广告又上线了多个平台。这支TVC视频广告,讲述了在外漂泊的游子归乡过年,为了“让全家有光”,特意为父母准备了神秘年货礼物;父母的期待,游子的关爱,最终汇聚到了创维光伏“小阳楼”这款能够“让全家有光”的产品上。



建品质电站
选创维光伏

电站分三类：家庭电站、工商业电站、大型电站

光伏产品 光伏系统 光伏工程 光伏服务

光伏产品 光伏系统 光伏工程 光伏服务

在CNY营销中,“年味”、“亲情”一直都是创意营销绕不开的核心点。此次创维光伏正是因为洞察到了这一情绪痛点,紧抓2024龙年新春节日契机,通过对产品和营销的深入思考,赋予了“让家人有光”这一话题的有“爱”解读。TVC视频广告上线的同时,创维光伏还推出了H5小游戏、新年红包封面、新年主题海报等营销活动,通过围绕春节回乡情绪,进行创意广告精准推送,成功抢占了今年CNY营销的话题热点及目标人群。

瞄准情绪营销,紧扣品牌卖点

光伏产品是贴近用户日常生活的场景化消费,如何通过数字化营销精准地找到目标群体,并以符合品牌定位、产品消费场景的营销内容传播出去,是创维光伏一直在思考和探索的营销策

广告门

<https://www.adquan.com/post-7-341426.html>

创维光伏,让全家有光

这是创维光伏第一次面向C端的春节营销！
这也是整个光伏行业不断拉近C端距离的大胆尝试！

通过深入精妙的洞察和一语双关的大创意，
引发全网用户的情绪表达与情感共鸣，
不但传递了创维光伏的品牌温度，更彰显出创维光伏的企业高度与人文关怀！