

| 安吉尔七夕营销 | 《让爱流动成诗》

- ◆ 品牌名称：安吉尔
- ◆ 所属行业：家电
- ◆ 执行时间：2025.01.10-05.20
- ◆ 参选类别：节日/事件营销类





案例视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://v.qq.com/x/page/n3170zotb2k.html>



背景&目标

- 安吉尔作为全球科技领先的净水专家，在七夕传统节日背景下，将安吉尔空间大师系列全屋净水产品价值融入情感与文化语境，结合情侣或者夫妻生活用水场景植入产品卖点，通过情感化、故事化、诗意化的内容构建，实现品牌价值从“**功能满足**”到“**情感陪伴**”的传播。





洞察：

七夕情人节，以爱之名，传递对TA的关爱，我们回归初心，如何让七夕过的不一样？

我们发现，国人其实不擅长直接说爱，却善于以物寄情。亦如水，润物无声却陪伴在日常左右，滋养万物。夫妻相处中，也常常用“多喝点水”作为常见的关心及问候。

七夕不仅仅是情人节，更是所有“爱”的仪式场。中国自古有把爱意写成诗句的传统，将深沉的爱意深藏于诗词之中，是国人独有的浪漫情怀。我们洞察诗歌是承载爱的形式，点滴生活都是爱的体现。夫妻之爱、家庭之爱、自我之爱，皆可成诗。每一个有爱的瞬间都是独一无二的诗。安吉尔陪伴与呵护日常生活健康，让大家在流动的情诗氛围里谱写生活的幸福诗意。



策略：

中国人总将深情凝练成诗行。这种含蓄的表达，在现代家庭中化作更绵长的韵律——清晨洗漱流淌的叮咚是平仄，深夜厨房接水的剪影是留白，而安吉尔空间大师系列全屋净水，正是这首生活长诗最温柔的韵脚。



创意阐释：

以“水”为载体，借七夕情感热点，打造“让爱流动成诗”的核心创意。

安吉尔七夕特别企划《让爱流动成诗》TVC 总体结构采用“场景+故事+读诗”的模式。

以电台主持人的身份贯穿全片，以读诗人角色，通过讲述三对标签鲜明、不同相处模式的夫妻故事，展示安吉尔品牌及安吉尔空间大师系列全屋净水在他们日常生活的场景渗透。展现安吉尔品牌对美好及浪漫生活的追求，引发情感共鸣，促进品效合一。





媒介&执行

- 整体传播聚焦安吉尔官方社媒矩阵，涵盖微博，微信，小红书，抖音、视频号等热门平台
- 预热期以张春预告开篇，通过LIVE动图海报重点呈现三对夫妇与用水场景、安吉尔空间大师系列全屋净水的互动；爆发期重点展示三对KOL夫妇的【让爱流动成诗】的诗意场景；长尾期集中侧重蓝V及用户自发UGC，引爆全网扩散

预热期:8月25日-8月28日

爆发及长尾期: 8月29日-9月5日

七夕氛围感创意海报，结合安吉尔品牌红融入爱心设计



动态视觉体系创意物料，Live动态海报

<https://v.qq.com/x/page/t3170yli4la.html>



《让爱流动成诗》TVC

<https://v.qq.com/x/page/n3170zotb2k.html>



一镜到底SVG互动长图

https://mp.weixin.qq.com/s/8Fl4qZi_NuwYNyzSOfYpA



KOL及家电家居蓝V转发、用户UGC，形成巨大讨论声浪





效果&反馈

- 此项目自8月25日上线以来，截止9月9日11:00，#安吉尔让爱流动成诗#话题量达2705.4万，全网讨论量3.1万，视频全网播放量793万，参与合作的 KOL（如张春、余天超、贾昊悦）及家电、家居类蓝 V 纷纷转发，形成“品牌 - 意见领袖 - 行业”的传播矩阵及巨大的讨论声浪，建立触达灵魂深处的情感连接，扩大品牌影响力。



安吉尔

25-8-29 10:00 发布于 广东 来自 微博视频号

【有奖互动】安吉尔七夕特别企划 #安吉尔让爱流动成诗# 今日甜蜜上线！

特邀作家张春@张春酷酷酷 打造「爱意流动电台」，以水为引，用三首不同质感的情诗：《晨昏》、《默契》及《定情》，一起见证室内建筑师余天超@余天超_ & 服装珠宝设计师严淼@miu是三水、拉丁舞世界冠军@张爱马笛 & 拉丁舞世界冠军@贾昊悦Alissia、家庭摄影师老韩 & 斜杠设计师ZOE 三对夫妇的诗意日常。

带 #安吉尔让爱流动成诗# 话题转发并评论分享「你的七夕爱意时刻」，我们将在9月5日随机抽取6名用心分享的安粉，1人获得【飞利浦情侣电动牙刷组合】，2人获得【拉夫劳伦玫瑰缇梦香氛40ml】，3人获得【六神沐浴套装】，中奖用户额外获赠代言人摇摇乐周边一套。

#安吉尔空间大师系列全屋净水#，见证每个爱意流动时刻。 安吉尔的微博视频

793万次观看

1015 2037

分享这篇博文

张春酷酷酷

8-29 15:16 来自 微博视频号

安吉尔七夕特别企划 #安吉尔让爱流动成诗# 今日甜蜜上线！今天，化身@安吉尔「爱意流动电台」主持人，以水为引，三种情诗展示爱意流动日常。《晨昏》中，发现室内建筑师 余天超@余天超_ & 服装珠宝设计师严淼@miu是三水 藏在一杯纯净水里的温暖；《默契》里，解锁拉丁舞世界冠军 @张爱马笛 & 拉丁舞 ... 展开

1.1万次观看

03:14

转发 4 45



效果&反馈

- 作为安吉尔空间大师系列全屋净水的用户，在情感层面也与安吉尔品牌实现同频共鸣，大家纷纷在网络晒出自己与另一半的【七夕爱意时刻】，让用户从“内容接收者”变为“诗意创作者”，实现从“情感认同”到“产品兴趣”的转化，达到情感共鸣与品牌认可双丰收。

