

《给父母一场电影的时间》正官庄家庭月传播

- ◆ 广告主：正官庄
- ◆ 所属行业：保健品行业
- ◆ 执行时间：2019.04.22-05.20
- ◆ 参选类别：场景营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频：

https://v.youku.com/v_show/id_XNDM2NDg2NjMwNA==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1

或者
扫一扫看视频



1 活动背景

破局·打造有温度的母亲节

■ 被过度消费的母亲节该如何破局？



在以往母亲节的传播营销中，不少品牌都会以子女角色代入，由他们的过节观念作为洞察角度进行施策执行，如多数子女都会认为母亲节孝心的表达就是一份有意思的物质礼物。

正官庄，作为一个保健品品牌，发展至今已有120年的历史，一直专注于红参事业的推广，以关注人们的健康事业为企业发展愿景。

在各大商家铺天盖地的父母亲节传播中，如何以有限的预算突出重围，

让有送礼需求的目标消费者感受到

正官庄，不仅是送给家人的礼物，更是一个温暖的陪伴！

同时联动多方媒体进行报道传播，最大程度增加企业品牌曝光度。

2 活动洞察 two

正官庄·一个有温度的品牌

■ 对于母亲来说，她想要的真的是一份实实在在的礼物么？



根据移动社交APP易信发起的一项调查显示，83%的父母最想要的礼物是陪伴。

多数的母亲其实最想要的往往不是一份简单的母亲节礼品，而是子女们陪伴相处的时光。

调查研究表明这才是最受妈妈喜爱的母亲节礼物，和你准备的一样吗？

2017-05-14 09:57

陪伴

对妈妈来说，当然没什么比“孩子陪在身边”更让人开心了

希望你们都可以做那个让妈妈开心的好孩子喔



回归节日主角——母亲

因此今年母亲节，我们决定打造一场

以爱为名，

陪伴为礼的母亲节活动

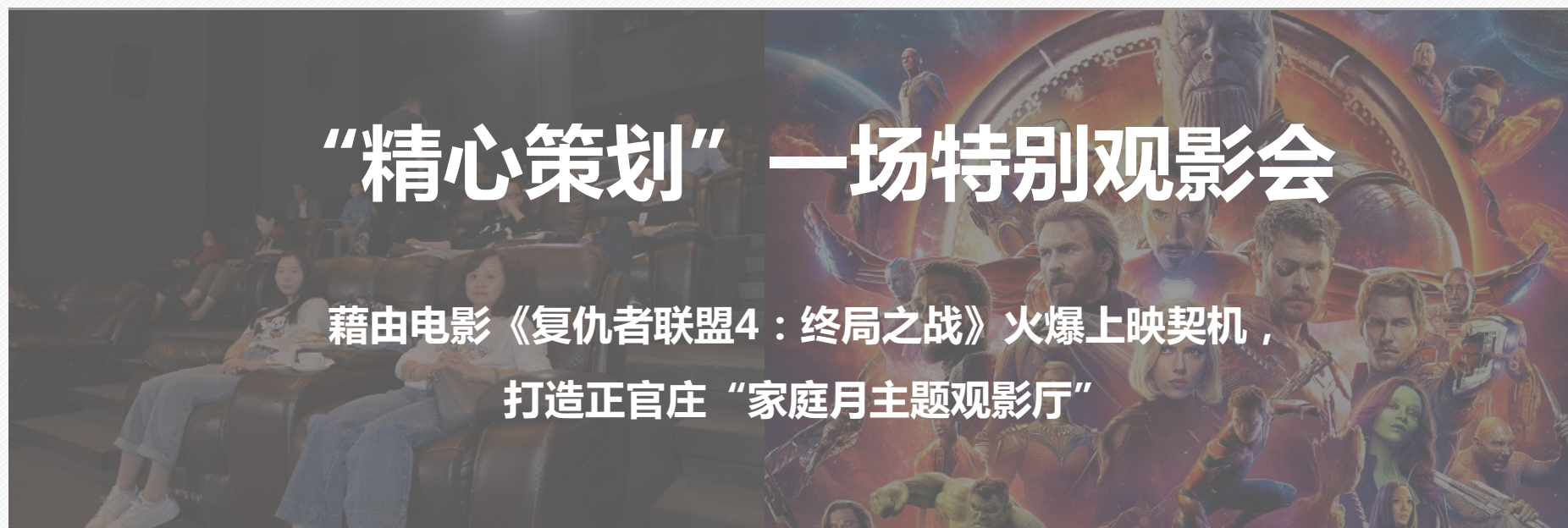
3 活动策略 THREE

策划 · 一场特别观影会

■ 如何和母亲在这一天度过美好的时光？



周末一天陪伴的时间,对于大家来说也许很短,但是对于母亲来说足够珍贵。而这一次,我们该如何让这次母亲节的陪伴更具温度呢？



和母亲一起看复联，不仅是借助电影热度，更重要的是借助这部深受年轻人喜爱的电影IP搭建起和母亲沟通了解的桥梁，让母亲了解子女所喜爱的东西，让亲子关系真正地“亲”起来。

一场以爱为名，陪伴为礼的母亲节活动

活动亮点1.

特别的映前“广告”——感动全场

利用大银幕的极致视听感受，结合影院氛围，撬动在场每一位的泪点；主持人现场进行情绪引导，进一步将现场气氛浓化。

这是一场简单的观影会，也是一场不寻常的观影会

活动视频回顾：<https://v.qq.com/x/page/d08686jtlvt.html>



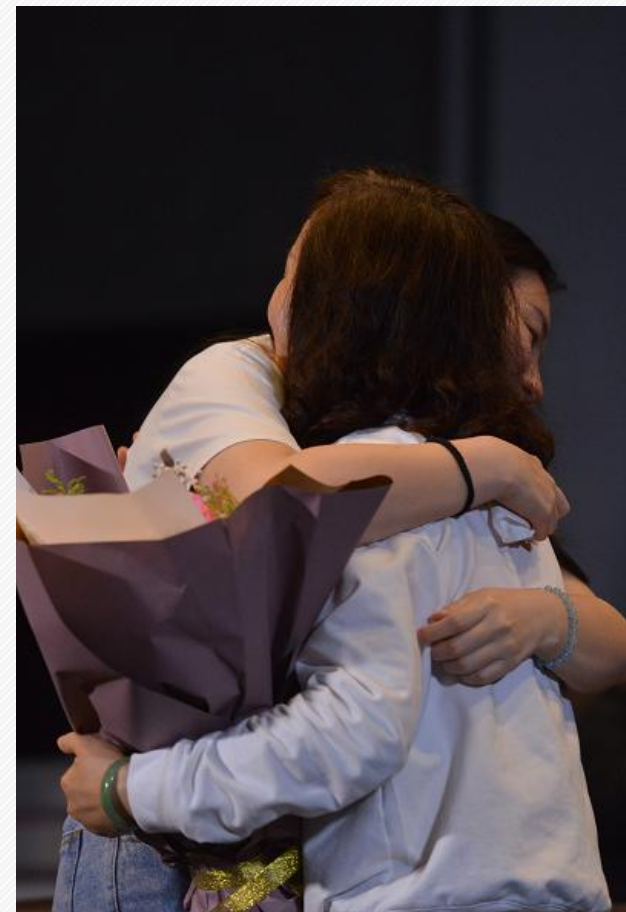
电影开播前，大银幕播放子女预先录制的惊喜表白视频



主持人采访，母亲分享内心感受，引发全场共鸣



子女现场表白送礼，现场气氛温暖感人



活动亮点2. 线下携手CGV影院，搭建家庭月主题影厅

母亲节主题观影活动中充分考虑到品牌理念的触达、产品的体验、与消费者的互动环节，形成“品牌+产品+消费者”三端的闭环整合
在有限的空间范围内为消费者构造出多位一体化的原生营销体验场景



主题冠名影厅

▲专属影厅，打造品牌高端价值感

▲交互装置，借用影院人流转化潜在消费者

品牌交互装置



从里到外，多位一体
打造全新体验营销原生场景

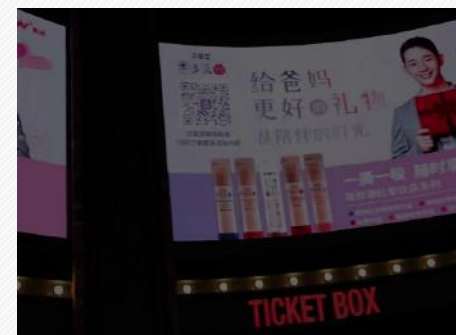


亲子候影室

▲品牌候影室，品牌与场景完美融合

▲大屏轮播，增加品牌强曝光

影院广告位置



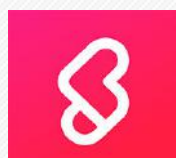
活动亮点3.

线上二次传播事件，跨平台深度发酵话题

充分利用活动素材在线上SNS平台上发起二次传播，将活动视频进一步在受众面中扩散。

回顾传播

通过联合平面媒体、网络新闻媒体及SNS平台回顾活动，二次传播事件



网易新闻



今日头条
你关心的 才是头条

鳳凰網
ifeng.com



腾讯新闻
NEWS.QQ.COM



新民晚報

延展发酵

联合KOL、组建品牌蓝V联盟，延展发酵活动话题，上线表白H5、宣言海报等，进一步拉高话题声量

现场温暖感人：《给父母更好的礼物，是陪伴的时光》暖心上映

活动前期制作感人告白视频，现场“突然”上映

活动现场亲子告白的动人时刻，参与嘉宾暖心拥抱



百万级平台覆盖：现场视频获KOL+CGV联合助推

两大主流视频平台、CGV传播矩阵牵头发布告白视频

借力微博微信KOL，上线即完成**百万级覆盖**



70家媒体、344.9万阅读：知名媒体争相报道，收录营销案例

此次活动获**搜狐、网易、腾讯、凤凰**等70多家知名网络新闻媒体及《新闻晨报》、《新民晨报》等传统平面媒体报道，
累计获得344.9万阅读量



回报感恩,正官庄让爱常相伴



中新网 2019年04月25日 14:14
回报感恩,爱陪伴就是的礼物,让我们和正官庄一起,共同带给父母健康和幸福的生活。免责声明:本文仅代表作者观点,与新浪网无关。新浪网不对文章所包含内容的准... 百度快照

回报感恩,正官庄让爱常相伴

大众生活报网 2019年04月25日 12:12
事实上,和我们一样时刻关注父母的还有韩国百年高丽参品牌正官庄。正官庄一直关注着万千家庭的健康和幸福,并以诚挚的匠人之心带来了感恩父母的健康礼赞。作为一个拥有... 百度快照

回报感恩,正官庄让爱常相伴



中国食品网 2019年04月25日 12:17
事实上,和我们一样时刻关注父母的还有韩国百年高丽参品牌正官庄。正官庄一直关注着万千家庭的健康和幸福,并以诚挚的匠人之心带来了感恩父母的健康礼赞。作为一个拥有... 百度快照

“参”情伴伴 正官庄CGV家庭观影会温暖上映



上海热线 2019年04月30日 09:57
4月27日,韩国百年高丽参品牌正官庄携手兄弟品牌正官庄|恩珍源,在上海CGV影城七宝万科店举办了一场温馨的家庭观影会。活动正值母亲节前夕,更是时下热门超级英雄电影... 百度快照

“参”情伴伴 正官庄CGV家庭观影会温暖上映

大众生活报网 2019年04月30日 09:58
4月27日,韩国百年高丽参品牌正官庄携手兄弟品牌正官庄|恩珍源,在上海CGV影城七宝万科店举办了一场温馨的家庭观影会。活动正值母亲节前夕,更是时下热门超级英雄电影... 百度快照

“参”情伴伴 正官庄CGV家庭观影会温暖上映

新浪 2019年05月01日 01:15
4月27日,韩国百年高丽参品牌正官庄携手兄弟品牌正官庄|恩珍源,在上海CGV影城七宝万科店举办了一场温馨的家庭观影会。活动正值母亲节前夕,更是时下热门超级英雄电影... 百度快照



22,097 人次参与抽奖：观影赠票活动H5发布，获优质UGC

活动期间推出《正官庄家庭观影赠票》H5，推动全民家庭观影潮。**四城KOL统一发声，覆盖348万人群，累计获得8.68万阅读量**
传播期间，**活动H5累计收获 22,097 PV**，成功激活各地消费者积极参与活动，共64名消费者获得奖品，**收获真实用户优质UGC内容**



上海	感谢你们一路相伴，谢谢爸爸妈妈！我们一起走后面的路
上海	爸爸妈妈你们在我心里最美，最完美，我喜欢你们
上海	爱你们天荒地老，感谢你们把我抚养长大
上海	爱你们，就如你们爱我一样！感谢你们的付出
上海	身体健康长命百岁
上海	很久没有回家了，心里的想念不停歇！爱你们
上海	感恩，感谢，我爱你们，我亲爱的爸妈
上海	健康快乐长长久久
北京	小时候，我总是理所当然的索取着你们的付出；如今长大了，让我来照顾你们，爱你们！
北京	如同您陪我一起长大，我会伴您一起老去，长谈的老有所依，其实您的依靠一直在您身边，守护着您。
北京	希望爸爸妈妈永远年轻，健康，开心
杭州	妈妈我爱你你辛苦了
杭州	我爱你
杭州	爸妈你们辛苦了，希望你们天天开心，给我更多的时间来陪伴你们

312万+曝光阅读，近4万转评赞：#更好的礼物#蓝V话题上线

母亲节当天联合10家蓝V组建母亲节蓝V陪伴联盟，针对此次活动，

微博话题#更好的礼物是陪伴的时光#上线短短12小时后，已突破312万+曝光阅读，蓝V活动阅读量破164万，近4万转评赞



小成本预算下的大效果

效果 > 预算

整个活动以最小的传播成本发酵出最大的传播效果。

微博话题#更好的礼物是陪伴的时光#已突破**310万+**曝光阅读，**3.4万+**转评赞互动；

同时，活动获搜狐、网易、腾讯、凤凰等多家知名网络新闻媒体及《新闻晨报》、《新民晨报》等传统平面媒体报道，活动新闻报道

影响覆盖**近数百万人**。最终实现客户的活动目标：

提升正官庄的品牌知名度与美誉度，走近消费者，将品牌记忆植入消费者的印象，让消费者感知：

正官庄·是一个有温度的品牌