

# 蓝月亮



- ◆ **品牌全称:** 蓝月亮（中国）有限公司
- ◆ **所属行业:** 快消 - 日用品
- ◆ **参选类别:** 年度最具移动营销创新力品牌

自2008年开启中国洗衣“液”时代以来，蓝月亮根据消费者洞察迭代产品；2011年，倡导“专品专用”，推出手洗专用洗衣液；随后陆续推出**宝宝专用、旅行专用、预涂专用洗衣液**；2015年，蓝月亮推出国内首款泵头计量式“浓缩+”**机洗至尊洗衣液**。2018年，推出重磅高端新品——**至尊洗衣液，让用户感受全新的洗衣体验**。蓝月亮一直以消费者需求为导向，力求持续创新，并以洗衣液市场的强大竞争力和品牌影响力，引领全民走向浓缩洗衣新时代，致力于改变中国用户洗衣体验方式！



蓝月亮定位于**中高端洗涤市场**，旗下主打的**高端洗衣液——至尊洗衣液**，针对有美学和高附加值要求的用户而生，填补了中国洗涤高端用品领域的空白，也是顺应消费升级大趋势而为之。**至尊洗衣液的目标人群**聚焦于**追求更高生活品质，愿意尝试新生事物的中青一代**。他们追求时尚，有极高的生活品味，对衣物洁净的要求更高。



作为开创中国洗衣液时代的行业品牌，**蓝月亮已经连续9年在洗衣液行业同类产品市场综合占有率排名第1，连续8年获得中国洗衣液/洗手液品牌力第1名，更在2018年入选CCTV国家品牌计划洗衣液品牌（洗衣液行业首个且唯一），致力于推动洗衣液市场浓缩化。**





- *近一年品牌在移动营销领域的创新性表现及突出成绩:*
- 2018年蓝月亮京东超级品牌日《轻松一泵，颠覆想象》，京东首页下拉H5《洗衣净化大挑战》**PV量达132万+，UV量80万+**，创京东下拉H5历史新高！微博话题#最会洗衣服的明星#**阅读量达1.7亿+**。超级品牌日当天销量是**2017年618当天的3.9倍，新品浓缩洗衣液总销量占比高达42%!**
- 2018年《中秋三日当刮目相看》蓝月亮中秋系列营销，超级品类日**销售环比日常增长382%**；超级新品日**销售同比日常增长569%，单日销量达成率最高205%**，中秋品类日**整体销售额完成率103%**，**最终问鼎中秋洗衣品类销量冠军!**

# 案例1：《轻松一泵，颠覆想象》蓝月亮2018年京东超级品牌日

京东  
超级品牌日 | 蓝月亮  
尊超级 选大牌

## 蓝月亮京东超级品牌日

部分每满 99减 50

蓝月亮代言人 彭于晏



蓝月亮代言人 刘雯





2018年1月9日，在中国上海，举办蓝月亮至尊科技生活盛典，彭于晏、刘雯明星助阵，引爆新品发布。





1月9日，刘雯转发官微，公布时尚洗衣法，引发社交端话题，为蓝月亮京东超级品牌日预热。



刘雯转发



微博热搜



微博热搜轮播



导流电商页面



1月8-10日，在京东发现频道上线明星内容，发布明星专属视频及趣味内容，进行内容营销。



内容营销页面



视频：刘雯定制洗衣小TIPS



视频：彭于晏刘雯教你选洗衣液



# 超级品牌日开启，配合首页下拉H5互动，引爆当天销售代表案例

通过京东首页下拉小游戏，用户了解蓝月亮浓缩洗衣液十年进程，进行互动赢取优惠券，跳转主会场；H5的PV量达**132万+**，UV达**80万+**，创下拉历史新高。



下拉封面



下拉效果



游戏开始提示



游戏玩法



中奖弹窗 10



1月10日，配合开机屏等站内核心素材，对新品首发进行曝光及售卖，购买新品可获得3D全息投影礼盒。



开机屏



新品购买页面



3D全息投影仪



# 130万

《洗衣净化大挑战》  
下拉H5互动量创京东新高

# 1.7亿

截止1月17日,  
#最会洗衣服的明星#微博阅读量

# 3.9倍

是17年618当天销量的3.9倍

# 42%

新品（包括浓缩洗衣液）  
销售占比高达42%

# 案例2：《中秋三日，当刮目相看》蓝月亮2018年中秋系列营销



中秋三日

当刮目相看

蓝月亮京东中秋系列营销



蓝月亮领衔京东清洁品类打造线下净化溯源馆，用户参与互动赢取中秋惊喜好礼，并扫码引流至京东





优质圈层KOL线上同步软文直播报道活动，寓情于文站外精准引流至电商，助力站内首波销售爆发



用户中秋心愿化作出彩态度宣言诠释品牌洁净理念，新品倒计时海报为中秋活动持续发酵





超模刘雯对衣物的呵护极度苛刻，与蓝月亮的呵护理念相契合实现人设加持。  
刘雯现身揭秘中秋好礼，各渠道助力撩动粉丝期盼心愿，进一步扩大品牌声量







开机屏动画



APP首页顶通



商品分类Banner



超品日小程序首焦

刘雯化作月亮天使演绎洁净守护，现身微博与粉丝互撩，隔空传递中秋祝福，圈层热议引发粉丝共情





广深两地“满月剧场”线下快闪盛大开幕，邀用户齐聚观影净享团圆时光，趣味内容激发受众情感共鸣，将团圆情感转化为购物需求，反哺线上电商销售助增销量





官微联合百万级蓝V共玩同框圆月，扩大品牌中秋情感势能，流量转化助增销量。







超级品类日

**382%**  
销售额环比  
日常增长

超级新品日

**569%**  
销售额同比  
日常增长

中秋品类日

**103%**  
整体销售额  
完成率

**NO.1**

中秋洗衣品类销量冠军