

王老吉X小米2019生态跨界合作

- ◆ **广告主**：王老吉
- ◆ **所属行业**：饮料，快消
- ◆ **执行时间**：2019.07.15-08.21
- ◆ **参选类别**：跨界营销类

背景和初衷：

品牌希望在这个夏天找到合适的合作伙伴进行深度跨界营销，传播品牌“越热越爱走出去”夏季主题

目标：

- 1，通过此次跨界营销突破传统场景与形式，与年轻人进行深度沟通，实现品牌年轻化
- 2，深度转化米粉为王老吉品牌人群

挑战和困境：

- 1，如何在众多纷杂的媒体环境中找到合适的合作伙伴，真正实现目标受众、营销场景、品牌核心思想上的高度统一，从而做到双赢！
- 2，如何通过小米全生态及资源触达不同层级米粉，更针对性的进行有效沟通从而最大化营销效果

品牌契合：

品牌精神链接相通
因热爱而在这个夏天相聚

“越热越爱走出去”
在王老吉加持下
让世界看到你的热爱



在小米加持下
“永远相信美好的事情
即将发生”，保持热爱

人群契合： 小米粉丝特性与王老吉所追求的 新生代核心消费群体高度契合

18~35岁社会中坚人
学历较高
消费力旺盛



年轻群体，
为了小米出而疯狂，而尖叫
愿意品牌可以一起变得更好

智能共创大事件 + 智能大数据生态资源 触达各圈层米粉，全面提升品牌好感，建立互动关系

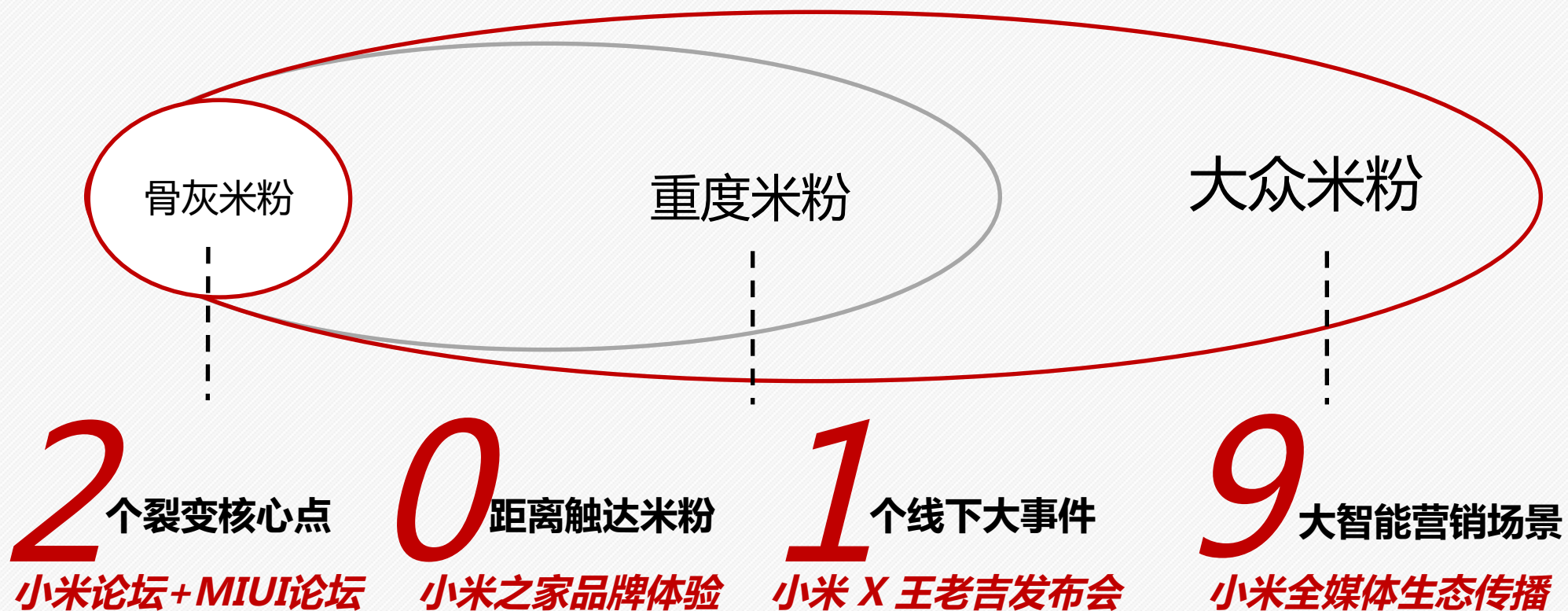
骨灰米粉
米粉生态KOL
最新产品的体验官

重度米粉
生态的忠实消费者
和体验口碑制造者

大众米粉
口碑和性价比买单



越热越AI 美好吉刻发生



语音场景：小爱同学 -触达大众米粉



AI智能语音场景大爆发，5大语音场景心智抢占

项目slogan化身互动唤起词

场景式植入品牌slogan“越热越爱王老吉”，实时唤起手机小爱，曝光品牌明星产品，直观触达品牌电商

创新且趣味的定制浮层广告

娱乐化互动形态极度吸睛，更加直观生动展示品牌，强化品牌与用户之间的互动性，有效提高用户兴趣度

小爱同学全媒体智能传播

实现从品牌沟通、到口碑营销，再到销售转化的全过程，收获多重曝光，直接触达品牌目标人群

闲聊场景	未识别	天气场景	音乐场景	百科场景
				

居家场景：小米OTT-触达大众米粉

大屏营销视觉冲击覆盖家庭场景，联动遥控器推出霸屏趣味互动
屏效合一造就电商品效合一



硬件互动霸屏指引



品牌代言人霸屏广告



品牌专区



电商组件



电视画报

小米OTT与小爱音箱联动，直接将品牌原生植入用户客厅，创意玩法赢得用户好感，用户大屏观影全链路原生植入，从开机、引流大屏专区、电商购买，实现即看即买，注意力转化为消费原动力。

运动场景：小米运动-触达大众米粉

深耕夏季户外运动场景，小米运动深度诠释“越热越爱走出去”

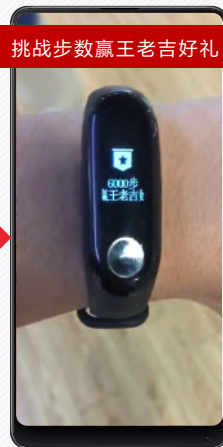
小米运动与王老吉健康理念不谋而合，精准覆盖小米运动高价值年轻运动人群，配合全球第一穿戴设备—小米手环特色功能，以6000步低门槛互动，达标震动及文字提醒功能，达标7天抽奖+连续21天达标赢奖品多重奖励机制，深入户外场景传递王老吉越热越爱的品牌主张



小米运动硬广导流



6000步震动提醒



加入挑战



每日打卡



完成挑战

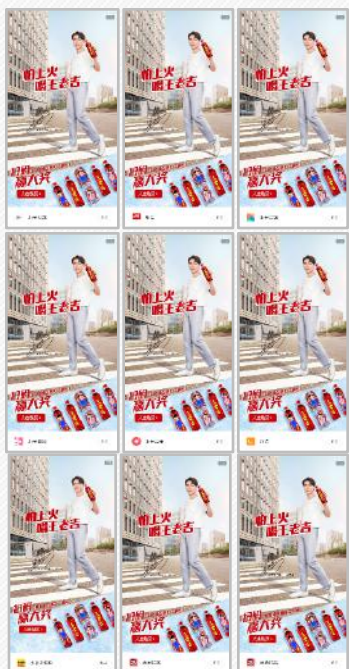


赢取奖品



手机大曝光：全场景APP-触达大众米粉

小米应用全联动强势大曝光，覆盖用户多场景，助力活动声量



小米APP矩阵全场景覆盖年轻用户

精选小米用户高频使用，原生小米APP开屏联投，全面覆盖用户手机生活娱乐场景，为王老吉夏季传播提升声量

小米日历定制，精准节气营销

用户晨起第一场景，结合暑期节气，以原生广告在炎热的夏天，植入夏季上火的经典饮用场景，深化品牌理念



体验场景：小米之家-触达深度米粉

新零售突破线下渠道，打造线上线下载营销闭环，小米之家黑科技体验为刺柠吉造势



参与问答互动 / 购买CC手机

刺柠吉中的刺梨产于我国的哪个省？
A: 贵州
B: 广东 C: 青海

刺柠吉的主要水果成分是什么？



获得吉礼



13家小米之家深度合作，以小米新零售线下实力，打通线上线下，借势小米CC手机新机上市销售热潮，结合王老吉新品刺柠吉维C卖点发起“维C大升级，发现C位美”联合主题活动，刺柠吉新品上市赠饮、明星款制冷杯赠品，掀起互动、抢购热潮，给米粉留下深刻印象，为王老吉新品刺柠吉全线上市，打开市场口碑。

社交社群营销-聚集重度米粉

忠诚米粉聚集地小米社区置顶帖，触达小米核心人群，传递“热爱”主题
有效增加品牌在米粉心目中好感度，转化米粉为品牌粉丝，为品牌精准引流



版块推荐	百宝箱
小米9/9 SE	小米MIX 3
小米8/8 SE/青春版	小米Max3
红米6	红米Note 7
小米电视	小米盒子
小米路由器	小米笔记本
小米手环3	小米平板4
九号平衡车	小米空气净化器

签到	7871人 签到看排名
----	----------------

热点动态



项目亮点: 创新性

小米音箱历史首次开放商业合作
智能AI小爱同学首秀英文



The king is always lucky !
“越热越爱王老吉” !

项目亮点: 技术性

黑科技定制：王老吉x小米定制冰杯

IP外观

品牌代言人形象加持，
速冷杯由制冷机底座
+高传导铝杯构成，
机身及杯子定制
王老吉logo等品牌元素



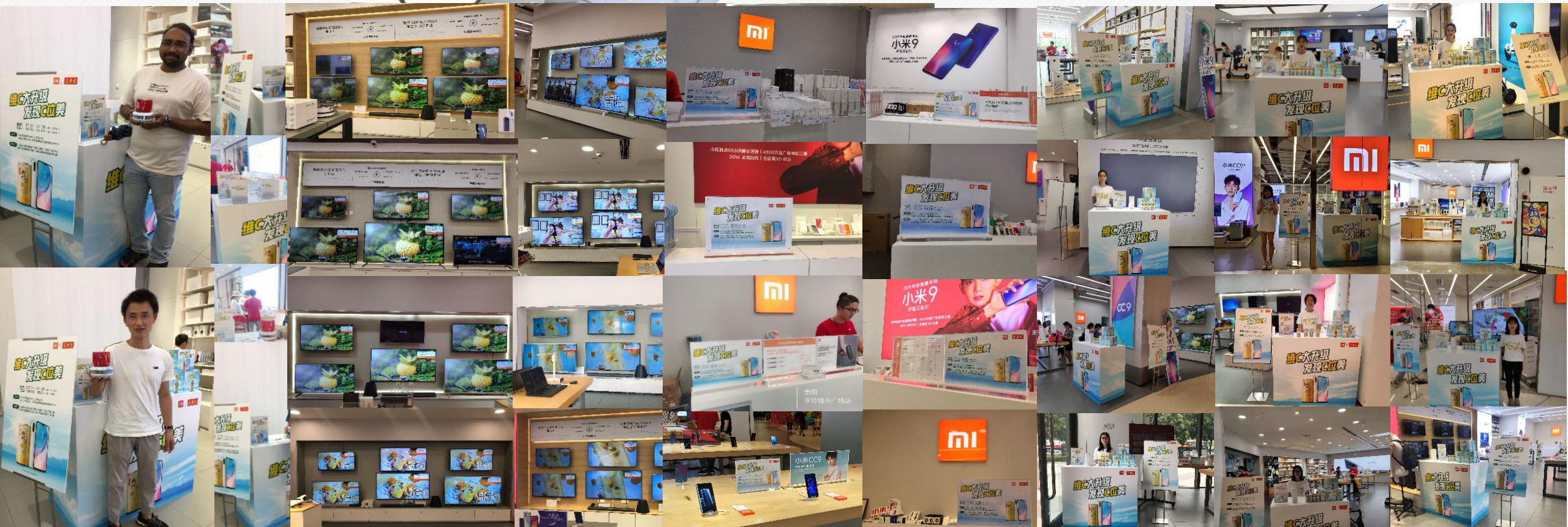
速冷科技

将王老吉放入杯中
加入适量水，启动电源，
1分钟左右迅速降温至5°C
即刻享受清凉

小米之家买赠奖品、小米运动互动奖品、王老吉品牌活动奖品

项目亮点: 互动性

一款王老吉“黑科技”奖品点燃社交讨论 十三个王老吉黑科技基地为刺柠吉打开市场口碑



项目亮点：史上首次生态全方位跨界 定义AIoT智能物联营销

物联场景营销

AIoT场景，万物皆媒



独家AIoT生态覆盖
深入4大物联场景
全面触达用户生活路径

沉浸式体验

屏效合一，深度互动



打破消费者场景壁垒
线上线下路径打通
和消费者深度互动

软硬件互动

创新交互，趣味吸粉



首个步数提醒定制
国内首次电视与音箱互动
创新交互提升品牌好感度

黑科技硬件定制

硬件创新，清凉一夏



小米“黑科技”独家优势
跨界定制冰镇神器
话题参与度双重刺激

小米物联营销生态全域跨界营销，探索突破AIoT覆盖生活全场景
助力王老吉年轻化战略，携手打造越热越爱品牌声量大爆发

智能物联打造线上线下载营销闭环，实现品牌双赢



首创AI智能语音场景

总曝光

5000万+



玩转米粉居家生活场景

总曝光

5.4亿+



深耕夏季户外运动场景

总曝光

2.2亿+



打造线下黑科技体验场景

线下总互动量

68万次+



霸屏联投强势覆盖米粉生活

总曝光

2亿+

公关口碑传播

30个知名网媒、20个微信公众号、15个资讯类大咖，
共传播上百余次，多渠道多媒体全方位打造行业案例



王老吉X小米，越热越AI 吉聚三方热爱，共创更好品牌智能体验生态！

TA高度重合

营销场景高度契合

品牌态度高度一致

