

# a豆新品上市传播

- ◆ **广告主:** 华硕电脑(上海)有限公司
- ◆ **所属行业:** 数码3C、AIoT
- ◆ **执行时间:** 2018.08.20-11.12
- ◆ **参选类别:** 内容营销类

- **背景与初衷:**

新生代年轻消费者不断崛起，他们因文化背景、审美喜好等不同与在选择数码产品时与传统消费者有着很大差异，为市场带来了全新的消费冲击。立足于此，华硕于2018年9月正式推出面向年轻消费群体的独立子品牌a豆，满足年轻消费者的全新消费需求。

- **目标:**

a豆是定位科技数码潮物的全新品牌，致力于成为年轻人生活的时尚ICON、年轻人首选的数码品牌

- **挑战与困境:**

年轻人虽崛起，但还未完全成为市场消费中坚，a豆专注于年轻人群体在目前是更为细分的品牌策略，意味着无法满足大众主流市场的全部需求；另一方面，立足存量市场，打造全新的独立新品牌需要有更颠覆性的革新力，做好全面挑战市场的准备。

- **目标人群的洞察:**

1、在华硕的调研当中发现，对于当下的年轻消费者而言，性能和价格已经不再是他们购买数码产品的唯一考虑因素，他们更青睐于在同质化的数码产品中找到专属自我、低调内敛同时符合当下萌系潮流设计的产品，这样全新的审美品位变化为a豆的萌系产品设计奠定了基础。

2、当下的年轻消费者已经全方位步入大学校园及社会，他们的生活场景多为宿舍等独居或群居场景，在这样的生活环境下，如何为年轻人带来生活便利，同时也为他们的孤独生活带来关怀感，是a豆 AIoT产品出现的重要契机。

- **核心策略:**

- 1、围绕核心卖点，充分利用年轻人喜爱的传播形式和阵地，实现传播效果最大化。
- 2、对内整合平台资源，对外整合跨界资源，通过全方位的立体式传播打动用户。
- 3、携手年轻人喜爱的流行idol偶像，为品牌及产品背书，树立更具亲和力的品牌形象。

## **传播内容:**

传播主题：新萌物，鲜生活

传播方式：结合a豆家族产品特点及卖点，构造a豆的年轻生活生态，深度定位a豆家族整体形象，传递新萌物鲜生活的品牌理念。同时，借助a豆品牌代言人陈立农影响力进行宣传传播，使年轻人进一步了解a豆的年轻风范，产生认同感。

## **媒介策略:**

- 1、围绕核心卖点，充分利用媒体资源的叠加效应，实现传播效果最大化。
- 2、微信、微博、抖音等年轻人喜爱的大流量优质平台，为产品背书的同时覆盖更广泛的年轻人群。

- **传播亮点:**

- 1、热门社交软件的精准合作:**

在微博、微信、抖音等年轻人常用的热门社交软件投入传播，利用社交软件的快速传播效果达成大规模的辐射影响，同时在微博这样的开放社交平台形成相关热搜，全力推动品牌宣传

- 2、流行idol偶像合作:**

让流行idol陈立农成为a豆品牌代言人，直击年轻人的偶像“饭圈”文化，借由陈立农出众的影响力让a豆深入年轻人当中，另外还能让a豆与陈立农的气质形象“暖萌潮”相契合，将a豆的年轻品牌感更好传播。

- 1.a豆作为首个面对年轻人的数码潮物品牌，主打青春朝气、萌动可爱的品牌形象，并根据品牌形象邀请了新晋偶像陈立农担任a豆品牌代言人，并拍摄海报、宣传图、视频等宣传材料，展示了陈立农与a豆品牌的契合度。
- 2.为了更好的向用户传播a豆是面向年轻人的新兴数码潮物品牌，使网友对a豆有深入的了解，树立品牌形象。在品牌前期建设期间从品牌故事、品牌定位、未来愿景和与华硕的关系四个角度为基础在网友关注度较高的百度及头条搜索平台进行了大范围的传播。
- 3.在新品上市后，根据产品特点撰写产品稿件在网络媒体上传播，使广大网友对产品有更深入的了解。
- 4.在新品牌a豆上新之初，在网络传统渠道传播的同时，也注重新媒体的传播，在官方微博上发布预热海报信息，通过海报上的小细节，网友猜出了a豆品牌代言人陈立农，随后粉丝纷纷关注官博“a豆探鲜者”，粉丝量在短期内有大幅度增长。同时品牌及粉丝加强互动，积极参与陈立农的线下活动增加与代言人及其粉丝的黏度。
- 5.拓展传播平台，在短视频平台及社交平台APP上进行开屏广告合作，吸引潜在用户关注。

## • 传播效果:

总曝光量6.07亿; 网络曝光1.9亿+, 微博曝光8480W+

ROI:

a豆首销玫瑰金i3版全部售完, 登顶京东笔记本热卖榜第一名, 限时疯抢前四产品均为a豆

## • 口碑反响:



**杨承铭** 关注

人生第一次开箱3c产品测评: 超薄超轻续航一整天的2019年学生党笔记本电脑

人生第一次做3c产品的开箱, 不全面的地方还请各位老婆多照顾~

这款笔记本是从小到大第一次接触到那么薄那么轻的笔记本电脑, 我入手的价格还是非常平价的



**田大大官人** 关注

超长续航笔记本

超轻薄还能续航一整天! 19年新款平价笔记本开箱评笔记本电脑已经是相当成熟的数码产品, 硬件高度已经远超软件发展的当下, 如果你不是专业使用(视频制作、音频制作、电竞选手), 只是用来学习、办公、捎带娱乐, 顺手剪个短视频, 那么adol (a豆) 的确是个不错的选择。现如今产品再次出新, 带来了14英寸屏和长达一整天的续航时间! 还有新生偶像陈立农作为adol (a豆) 的品牌代言人, 可盐可甜啊~

**x\*\*\*\*3** ★★★★★

非常好的笔记本! 金属外壳,背光不刺眼! 键盘的按键也非常好用! 机器很薄! 试用了几个钟! 电池的续航也很好! 边框也很窄! 办公用这款绝对够用, 装了很多软件仍然运行流畅, 全面屏设计颜值很高,携带很方便! 不重! 很值!

流畅度: 很快    办公: 迅速    显示: 清晰

【皓月银】 【升级版】 新i3 4G 256GSSD    2019-03-05 09:40    举报    10    2

**李艳warm** ★★★★★

电脑性能: 性能不错, 性价比贼高! 显卡效果: 轻薄本随便打打lol之类的没问题! 外观材质: 外观超好看! 仙女必备! 金属感的粉色! 我爱这个粉色! 其他特色: 很薄, 很轻, 携带很方便! 客服也很好, 遇到问题跟他们说, 都会很耐心解答!

【14英寸桃浦粉】    i5处理器 8G 256GSSD 全金属    2019-06-20 23:26    举报    6    5

**心\*\*\*\*0** ★★★★★

华硕a豆系列很适合年轻人的审美, 金属质感很强, 表面摸着磨砂质感, 看上去很有档次。1.3KG比较轻薄小巧, 出差携带比较方便。窄边框设计看上去就是一块屏幕, 屏幕色彩清晰, 看电影沉浸感十足, 键盘带背光晚上辨识度高, 打字更方便。处理器很强, 办公毫无压力, 运行速度比较快, 很顺心, 续航能力比我之前的强的不止一点点, 续航表现相当出色, 总体而言很满意, 价格也比较亲民, 很满意。

【14英寸银蓝灰】    i5处理器 8G 256GSSD 全金属    2019-06-25 19:38    举报    5    2