

清风

清风®

- ◆ 品牌全称：清风
- ◆ 所属行业：消费品-生活用纸
- ◆ 参选类别：年度最具移动营销创新力品牌

- 品牌发展

1996年注册成立，APP（中国）生活用纸事业部是世界500强金光集团于中国的投资事业，又称“金红叶纸业集团有限公司”，距今已经有23年历史，品牌产品横跨家居用纸及居家外商用纸巾。目前公司总资产达160多亿人民币，2018年销售额达100亿元，成为深受中国家庭青睐的生活用纸品牌。

- 市场定位

国民生活用纸品牌——清风，为消费者打造家庭的幸福生活。
品牌Slogan：清风拂面进我家

- 目标人群

18-35岁的新一代年轻人

- 行业地位

APP（中国）是国内唯一实践“林浆纸一体化”生产管理流程的生活用纸企业。从源头开始监控原木品质，在中国建立了六大浆纸工厂，直接将原木做成纸浆，坚持100%原生木浆作为造纸原料，提供消费者最纯净自然的生活用纸为企业使命。

在全国有14个工厂，5大销售区域。

APP（中国）拥有强大的生产力，2018年生活用纸产能达152万吨，位于行业第一。



清风纯男“纸”，擦掉你的不开心项目获2018金投赏商业创意奖/2017媒介360营销传播奖

林更新 X 清风® 内容营销IP娱乐化赢得双十一战役



挑战

#市场竞争激烈，趋向价格战#、#品牌形象刻板#、#缺乏80、90后年轻人的关注和喜爱#

清风希望：

- 通过**优质内容**合作打造双十一巨大声量
- 声量直接转换成强大购买力**提升销量**
- 传达“**清风，让幸福更纯净**”品牌理念



策略

- 林更新化身清风“**纯男纸**”，品牌结合电商技术打造：
- 预热甜蜜来电：林更新morning 小新城你起床
 - 创意H5视频：《不好，公司出大事了》林老板的福利
 - 互动纯萌三式：林氏男友哄女生的三招神奇大放送



结果

- 基于AC尼尔森数据，清风的市场份额同比增长了**31.5%**，首次问鼎日化类快消品**NO.1**，并且提升比例为同级别**最高**
 - 双十一当天全网成交额**2.2**亿元，各地仓库卖空，
 - 清风**首次进入天猫亿元俱乐部**，并荣获最受欢迎国货品牌前五名
 - 清风天猫旗舰店蝉联纸品行业销量**No.1**
 - 京东超市双十一期间纸品类销量**No.1**
 - 猫超，苏宁易购双十一当天纸品类销量**No.1**
 - 预售28万箱，天猫纸品预售**No.1**
 - 电商经销商双十一当天销量**突破36万箱**
- 同比增长**350%**



预热甜蜜来电



创意H5视频



互动纯萌三式



清风®

纸为我骄傲

城市热爱系列 ♥ 全新上市



清风「城市热爱系列」
纸为我骄傲 项目案例

- 背景

清风作为一个国民生活用纸品牌，目前产品线包装多年未更新难以吸引年轻人注意及购买，双十一在即，品牌需要提前为此进行一波蓄水。

在时机上，恰逢新中国成立70周年之际，品牌希望推出全新的产品包装献礼国庆。

- 目标

通过新品上市，推动品牌年轻化脚步，并借势祖国70周年华诞&国庆，浓重的爱国氛围，打造爆款新品，实现品牌好感度及销售方面的双赢。

- 面临挑战

国庆节期间各大品牌纷纷发力，为双十一前预热蓄水，竞争激烈抢夺注意力困难。

品牌形象根深蒂固，产品难以吸引年轻人注意及购买。

- 人群洞察

年轻消费者作为中国“独生子女”的一代，比上一代人有更好的教育环境，拥有更广阔的视野去看世界，同时他们成长在中国经济快速发展的年代，高铁、支付宝、基建发展都让年轻一代深深的为国家感到自豪。综合以上内在因素及外在环境，年轻一代认为“我”是最独特的，他们有理由为自己骄傲。



我
是最独特的



有理由 为自己骄傲

- 核心策略

精准 曝光

强曝光：聚焦流量平台 + 统一传播信息

聚焦抖音、微博、朋友圈、腾讯系平台，拦截流量，三天内实现品牌大曝光。统一的传播信息及导流方向，有效助力销售转化

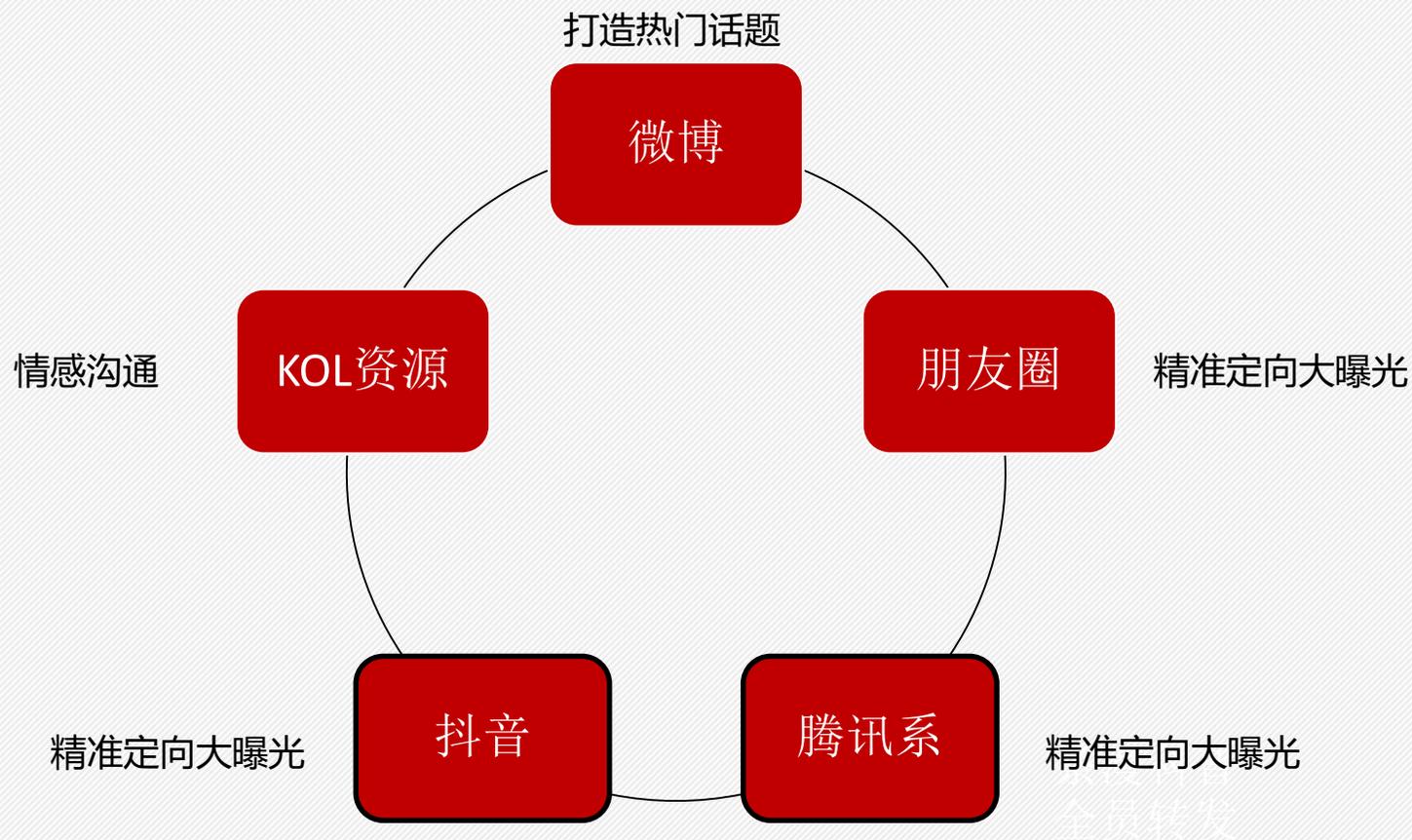
情感 共鸣

借热点：家国情怀+头部KOL影响力

借势国庆的舆论氛围，联合双微、抖音平台头部流量KOL创作内容与用户对话，引发情感共鸣，增强年轻消费者对清风的好感度。

- 核心策略

整合不同特性的媒体平台，实现传播效果最大化



- 项目亮点

1 找到年轻人聚集的流量平台，进行**精准推送**，为京东**导流**

2 **推出**十六款城市热爱系列**全新包装**，吸引消费者注意力

3 整合**微博、抖音**两大平台流量，**引爆话题**#此刻我就是骄傲#

4 通过六支系列短视频、10W+声量大咖的**优质内容**激发消费者**共鸣**

5 **线上线下**多维联动，联手打造**爆款新品**

清风城市热爱系列新包装上线 - 整体传播规划

传播阶段		预热阶段 (9.19-9.25)	引爆阶段 (9.25-9.27)	续力阶段 (9.28.9-10.13)
传播主题		# 纸为我骄傲 #		
传播目的		引发造势 深挖情感共鸣	引导全民分享 激发跟风浪潮	线下活动落地城市声量 助力爆款高效转化
传播内容		Video # 此刻我就是骄傲 #	抖音挑战赛 # 我就是骄傲 # “京东超市大牌风暴日”	创意快闪店+ 商超路演
Social	清风官微	持续展示活动素材及消费者参与内容		
	微博/微信 内容方向	# 此刻我就是骄傲 #	清风 X 京东超市 促销活动信息	营销复盘
	抖音	官方发起 抖音挑战赛	KOL领航发布 消费者参与并扩散	消费者平台持续发酵
Media		朋友圈视频信息流 抖音原生信息流 腾讯系APP闪屏联投		

朋友圈广告15s原生视频

精准推送定向人群，跳转商城一键下单



外层15" 视频信息流触达用户



内层观看完整视频



点击Button跳转京东商城

投放腾讯系媒体资源

聚焦电商促销日，进行导流转化



腾讯新闻 事实派
Copyright © 1998-2019 Tencent. All Rights Reserved.



QQ音乐 让生活充满音乐



QQ空间



腾讯视频 不负好时光
Copyright © 1998-2019 Tencent. All Rights Reserved.



QQ阅读 海量好书 随心阅读



腾讯体育 为热爱而战
Copyright © 1998-2019 Tencent. All Rights Reserved.

投放周期：2019年9月25日-2019年10月01日

微博大V联动#此刻我就是骄傲#

登上微博热搜榜前三



发起向城市说爱的抖音挑战赛

青年演绎#此刻我就是骄傲



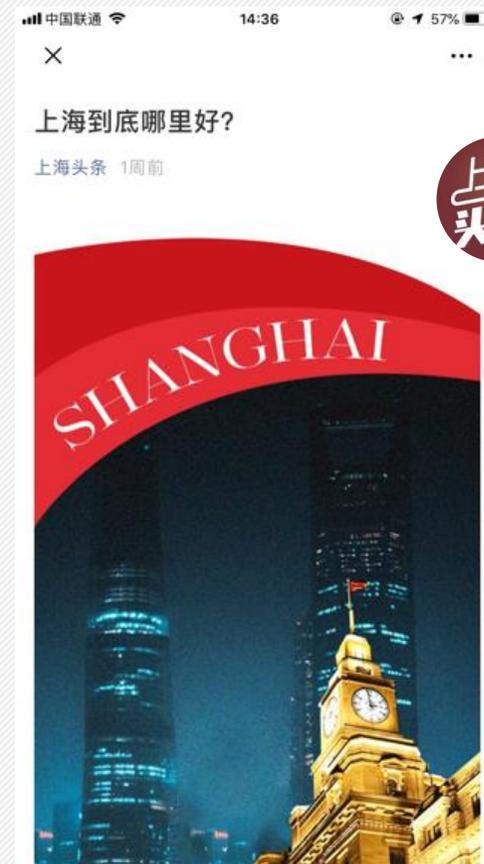
推出16个城市热爱系列限定包装

献礼国庆70周年



更有10W+声量大咖倾力发声

实力示范中国新青年骄傲



和六支走心城市故事视频

直击痛点 热爱感知



https://v.qq.com/x/search/?q=%E6%B8%85%E9%A3%8E+%E7%BA%B8%E4%B8%BA%E6%88%91%E9%AA%84%E5%82%B2&stag=0&smartbox_ab=

源文件链接

链接: <https://pan.baidu.com/s/1bF4lie1-IQRSEbSJDU1PYg> 提取码: kgif

线下快闪及商超地推



内容 × 媒介整合

最大化传播效果

总曝光 116,042,039人次

- 硬广合计总曝光近3626+万次，完成率为160%。
- 双微一抖总曝光近5463+万次。

微博话题总阅读量 1032.9万人次

传播效果
汇总

抖音挑战赛播放量 2515.7万

双微一抖KOL共同助阵，
全网互动量高达87万+

+

多家媒体发稿自发传播

今日头条 首页 / 体育视频 / 正文

为国而燃，清风上市

前瞻快讯 2019-10-14 14:21:13
港珠澳大桥全面通行、世界级篮球盛宴男篮世界杯海外多点开花、国潮势力风靡...最近两周年生日，国民生活用纸品牌——清风，高调推出“城市热爱系列”，成为不同城市青年的骄傲。



为国而燃，清风定制款“城市热爱系列”骄傲上市

来源：每日壹点 2019-10-14

港珠澳大桥全面通行，世界级篮球盛宴男篮世界杯海外多点开花，国潮势力风靡...最近中国，尤为令人震惊骄傲。为庆祝祖国70周年生日，国民生活用纸品牌——清风，高调推出“城市热爱系列”，成为不同城市青年的骄傲。



为国而燃，清风定制款“城市热爱系列”骄傲上市

潮闻知天下 10-14 14:41

港珠澳大桥全面通行、世界级篮球盛宴男篮世界杯海外多点开花、国潮势力风靡...人骄傲。为庆祝祖国70周年生日，国民生活用纸品牌——清风，呼吁不同城市青年大胆表达对



为国而燃，清风定制款“城市热爱系列”骄傲上市

前端资讯 4天前 一点号

港珠澳大桥全面通行、世界级篮球盛宴男篮世界杯海外多点开花、国潮势力风靡...最近两年，闪耀在世界舞台上的中国，尤为令人骄傲。为庆祝祖国70周年生日，国民生活用纸品牌——清风，呼吁不同城市青年大胆表达对祖国、对家乡的骄傲。



为国而燃，清风定制款“城市热爱系列”骄傲上市

每日热闻 4天前 一点号

港珠澳大桥全面通行、世界级篮球盛宴男篮世界杯第一次在中国举办、中国强势品牌在海外多点开花、国潮势力风靡...最近两年，闪耀在世界舞台上的中国，尤为令人骄傲。为庆祝祖国70周年生日，国民生活用纸品牌——清风，高调推出“城市热爱系列”，呼吁不同城市青年大胆表达对祖国、对家乡的骄傲。

