

来快手“入圈”年轻市场 磁力引擎携手王老吉拥抱美好吉祥年

■ 郑梓

1月19日,快手磁力引擎与王老吉新春合作发布会在广州举行,宣告双方牛年新春合作正式启动。快手高级副总裁马宏彬、快手磁力引擎销售副总裁毛海峰、快手磁力引擎华南区销售负责人李睿、王老吉大健康副总经理叶继曾、王老吉品牌负责人黄良水以及快手磁力引擎达人、相关MCN机构等参加了本次发布会。

此次快手磁力引擎与王老吉春节合作,是正式拉开双方战略合作的开始,未来还将共同携手将王老吉“吉文化”与快手年轻多元生态做深度结合,深化年轻市场,拥抱有温度的营销。

“四有”营销磁力,助力“吉文化”入圈

春节一直都是中国人最重要的节日,也是各大品牌竞相追逐的营销竞技场。面对这场营销界“年关大考”,今年王老吉选择了快手作为营销搭档,除了看重快手巨大的流量池,还看重其覆盖全国各个区域、各个领域的国民社交基础与年轻群体新消费市场。“拥抱美好吉祥年”不论对于快手还是王老吉,不仅仅只是一句单纯的口号,而是以快手为载体,红罐王老吉为介质,将中国传统春节“送礼送吉祥”“过年就喝红罐王老吉”的美好寓意在年轻群体中得到传承,在这个中国人最重要的充满欢乐的节日,掀起传统与时尚并存的“新国潮”风。

据快手磁力引擎华南区销售负责人李睿介绍,本次快手磁力引擎与王老吉新春合作,将从“有料”、“有趣”、“有颜”、“有想像”四个维度出发,共同打造一整套更加立体化的“吉文化”营销玩法,串联至春节营销的整个生命周期。利用快手特有的“营销磁力”将王老吉的品牌理念“入圈”年轻消费群体,助力实现品牌年轻化与产品网红化。

“有颜”的快手国潮“福娃罐”

本次春节营销合作从王老吉定制罐身



开启。这是快手和王老吉首次跨界合作,以“恭祝老铁、新年大吉”等脍炙人口的新年贺词为主题打造了一套限量款“福娃罐”。罐身极具代表快手的吉祥物“小快”和“小六”搭配新春经典的造型萌动可爱,俘获人心。高颜值的“福娃”红罐不仅寄托着王老吉和快手对老铁们的美好吉祥和新春祝福,也将快手极强“私域信任力”注入红罐,形成品牌与用户的强情感纽带,让王老吉“红罐”在快手成为“网红”本红。

这款“福娃罐”在1月25日开启的快手App平台春节营销重磅IP【寻找中国福娃】活动中作为奖品之一进行发放。通过“一人中奖,全村同享”的形式展开,除了每天送出千万奖品,线下还将抽一人作为中国福娃,全村同享6.66吨年货豪礼,送出中国最大福袋。王老吉品牌基调与【寻找中国福娃】活动内容深度契合,利用线上+线下玩法联动,打造春节营销事件。

“有趣”的“超吉年货星推官”

“过吉祥年,喝红罐王老吉”,从产品特性出发本次春节合作的引爆使用了具有快手特色的达人直播PK赛的营销玩法。融入当

下“南北方不同春节习俗”的社会热门话题,联手两位磁力引擎达人分别以南北方人代表的身份,在1月23日晚打造一场“超吉年货星推官”的“直播PK赛”。通过公私域流量的强力引爆,将“超吉年货星推官”直播PK巅峰赛打造成春节期间快手用户耳熟能详的超级IP,以及“过年囤年货,就买王老吉”的典型消费场景,助力品牌达成“品销合一”。

“有料”的王老吉“吉祥剧场”

对王老吉来说,“吉”是美好的预言、衷心的祝福、温暖的期待和动人的憧憬。春节期间,王老吉联合快手小剧场精品短剧IP,打造新春快手合家欢必看的王老吉“吉祥剧场”。据了解,本次小剧场合作剧目《我的契约男友》将于2月7日上线,《牛三》于2月9日与大家见面。两部精品定制短剧富有想像力的剧集场景,让王老吉的“吉文化”自然融入到短剧场景中,表达“拥抱吉祥生活”的憧憬。

“王老吉首届老铁共创大赛”是快手磁力引擎为王老吉量身定制的春节共创场景营销的专属活动。特别邀请优质快手创作者、MCN机构加入,鼓舞更多年轻人

一起平等对话,利用互动玩法产生更多情感羁绊。

活动于1月15日上线,通过投稿抽奖、评委初审、投票开始、榜单公布的形式,让年轻一代从“观察者”升级到“参与者”,让王老吉的“吉文化”融入到春节场景营销的每个点滴,激发快手用户的内容创造力、生活表达力和王老吉购买力。

做有温度的社区,拥抱“有温度”的商业

据广州王老吉大健康产业有限公司副总经理叶继曾介绍,王老吉良好的市场表现和与时俱进的品牌战略以及一直推行的“吉文化”密切相关,而王老吉品牌和快手双方对年轻群体的关注与拥抱,也正是促成此次合作重要的核心。对“吉祥年”的情感绑定,只是与快手共同探索与打造品牌焕新探索的第一步,未来还有更多可以尝试、可以突破的契机,共同追寻品牌营销的新突破。

“在春节这个中国人一年中最重要的时刻,王老吉选择快手作为营销搭档,我们自爱之余也充满着自信”,快手高级副总裁马宏彬在本次新春合作发布会中表示。快手孕育与成长着大批年轻创作者,老铁们与创作者之间的情感积累与信任连接,让新春这个中国最具代表性的节日被快速激活与升华,让快手成为年味更浓的新媒体社区。而快手商业化将丰富的人与有温度的内容、沉浸式场景交织在一起,可以让王老吉在快手形成了一种全新的磁场,通过更有信任感的老铁经济串联春节营销的每一环。

本次与王老吉的新春合作,是快手磁力引擎整个“开运营销季”开篇,也是正式拉开王老吉和快手双方战略合作的序幕。如今,快手已成为年轻人喜爱的,更有温度与信任的新媒体社区,未来还将挖掘尝试更多可以突破的新契机,通过更多更优质的资源,用年轻人喜爱和更愿意参与的方式,与像王老吉这样敢作敢为客户建立品牌情感印记,沉淀专属符号,通过打通公私域流量的创新营销玩法,让品牌更有“吸引力”,实现“品销合一”!

四川新春年货购物节首次线上举行

受新冠肺炎疫情影响,23日,“第25届中国(四川)新春年货购物节”首次在线上正式开幕,将持续至2月6日。据悉,本次线上年货节搭建线上年货交易平台一微信小程序“四川新春年货购物节”,并与MCN机构深度合作,利用电商、短视频等大量直播平台举办“精品年货网络评选”“爆款年货专场直播”“红人推荐家乡好物”等活动。本次年货节商品种类丰富,涵盖美酒、休闲食品、粮油调味品、特色农产品、进口商品、美妆个护、服装服饰、家居用品等近20万种;设置川渝扶贫产品馆、进口商品馆、名酒糖果馆、特色农产品馆、肉制品休闲食品馆、市州精品馆、茶具茶具馆、5G时尚生活馆、品牌服装馆等九大线上主题馆。

(单鹏)

15个闽台文创企业携手直播带货

全闽乐购·文创漳州文化旅游专场带货直播23日在福建漳州开启。漳州的闽台文化产业企业携手开展直播带货,15个品牌商家展示当地代表性文化创意产品共30余款。

当天的直播现场气氛热烈。吉他、尤克里里、钢琴等乐器产品,凸显“全国第三大吉他生产基地”的特色;漳州木版年画、漳绣等非物质文化遗产创作出的文创产品,展现历史文化名城魅力;创意红包、卡通好运牛等工艺品和各式休闲食品,彰显浓厚年味。

一把爆裂纹的吉他吸引不少网友注意,它出自台商吕孟哲的雅歌乐器(漳州)有限公司。该公司业务专员郑秀霞说,公司已经在漳州扎根20多年,产品以外销为主,近几年尝试拓展国内销售。“通过直播带货,推广新创立的国内销售自主品牌”。

“漳州的乐器产业最初由台商引入,经过30年发展,成为了全国第三大吉他生产基地,产品远销世界各地。”漳州市乐器商会会长、漳州市昱恒乐器有限公司负责人吴嗣南表示,漳州乐器不仅是一项轻工业产品,也是一种文化,“漳台大广弦制作技艺”“蔡福美鼓韵”等非物质文化遗产传承不息。

直播间里,福建省级非物质文化遗产项目漳绣技艺打造的“漳绣粽子香囊”造型独特、清香怡人。漳绣技艺代表性传承人郑密珠介绍说,漳绣起源于明代,在中国织造史上的地位仅次于“四大名绣”,明清时期作为朝廷贡品驰名海内外。郑密珠表示,香囊采用漳绣打籽和盘金技法绣制,可做为车挂和手提包挂饰,“传统技艺蕴含了传统文化,值得在线上推广”。

(张金川 龚雯)

易车获2020“金i奖” 年度最佳汽车整合营销奖

近日,2020(第十八届)中国互联网经济论坛暨云上论坛·成果发布盛典在北京举办,并揭晓了2020(i-China,18th)“金i奖”获奖名单。作为国内汽车互联网引领者,易车凭借在整合营销上的杰出表现,荣膺“2020年度最佳汽车整合营销奖”。

由于2020年疫情影响,互联网营销,以及线上线下一体化的整合营销对汽车行业更为重要,为此,易车进行了整体营销上的布局,通过创新、跨界、出圈和一体化闭环的营销打法,实现了销售线索质、量双升,为车市的回暖提供了强大的驱动力。

以用户运营模式 打造营销双引擎

存量时代,数字营销将迎来变革,传统以流量运营为核心的广告曝光模式逐渐转变为以用户为核心的用户运营模式。在用户运营模式下,内容/广告素材不再是“硬塞”给用户,用户注意力不再是“被劫持”,而是投用户所好,有针对性地、智能地推送原生、有效

的内容信息,进行精准营销。

为此,易车构建了包含营销引擎、运营引擎的双引擎策略,为车企、汽车经销商打造一个“人-车-店-厂”的数字化营销闭环。营销引擎是通过大事件策划、品牌建设、内容营销、主题电商、线下车展等方式带动用户增长,而运营引擎则通过资源入口、数据模型、技术实力等,提高用户转化效率。在双引擎策略指引下,易车为汽车厂商提供包含营销策略、智能创意、智能推荐等全程营销服务,助力其实现线索数量和质量的提升。其中比较重要的是内容和技术的创新,让用户成为营销的主角。

在技术上,易车构建了基于大数据+AI技术底层驱动的精细化用户运营体系,打造了包含用户数据体系、智能推荐、智能创意在内的易车AI能力,通过智能营销提升销售线索质量。在内容上,易车构建了由“PGC+UGC+OAG+AGC”组成的完整汽车内容生态,并大力推进视频化战略,成立了视频内容中心,以生产高质量、大制作原创视频,从服务购车用户延伸至服务车主、车迷用户,进一

步扩大用户群体。

创新整合营销 助力线索质、量双升

在双引擎策略下,锁定销售线索质量,易车也在不断进行整合营销的创新出圈探索和实践。

由于疫情的影响,2020年8月至10月,传统的车市淡季转旺季,在疫情可控后用户需求提前释放的关键节点,易车推出了以《新手驾到》为主线,从品牌种草到线索转化全链路的“驾享生活季”大型营销项目。这是以创新的TOMO(TV+OMO)营销模式,通过湖南卫视和易车的网台跨屏联动,多维度、全方位覆盖汽车生活“学、用、玩”三大场景,打造的线上线下融合的营销大事件。通过一体化的营销闭环,“驾享生活季”有效承接了流量,实现整体营销效果的最大化。

而作为驾享生活季的主线,2020年8月,易车携手湖南卫视联合出品的首档定制大型汽车综艺《新手驾到》也成为了汽车营

销的创新标杆。一方面,众多人气明星的号召力和节目本身的话题热度,让节目从开播开始,就屏霸各大热门榜单,创造了收视12连冠、芒果TV播放量6.2亿、微博阅读量31.1亿的佳绩。另一方面,作为季播节目,“一期一品质”的创新模式,让汽车品牌成为综艺节目的主角,从而可以实现深度聚焦,实现全方位种草。事实上,易车也在自身的品牌营销上进行投入,带动销售线索数量与质量提升。自2018年以来,易车品牌全面焕新,启用新LOGO、签约沈腾为首位代言人、开启“三年品牌计划”,并进行大规模品牌投放,登陆主流电视台、分众电梯、视频平台、广播电台、公交车等“陆海空”全渠道,深度覆盖数亿主流消费人群。

汽车是人类生活的延伸,汽车营销也是对生活的“营销”。通过整合营销创新,易车一步步把用户从汽车营销的受众,变成了汽车营销的“参与者”,从源头上实现了汽车营销的升维,成为汽车存量时代的营销突破的新标杆。

(中新网)

便民服务 收费标准:55元/行/天(13字1行)广告热线 028-66079393 QQ:769036015 地址:红星路二段159号成都传媒·红星国际2号楼1702室

●梁自明在成都怡星仁孚汽车服务有限公司于2019年12月12日开具的购车定金收据(编号:CDYXD201912120643 金额:10000元)遗失作废。
●尹泽凡的第二代身份证510102000510091X于2020年1月12日不慎遗失,自即日起非本人使用造成后果与本人无关。
●成都善善怡景装饰设计有限公司已盖财务章收据编号2021029内0004126-0004158声明作废。
●成都创响青年文化传播有限公司的财务专用章(章编号:510109905461)遗失作废。
●四川省南部县中医医院四川省医疗卫生单位门诊票据存根联(号码:F647100268、F64712737)遗失,声明作废。
●雷立品于2021年1月22日遗失身份证,有效期至:2021年1月22日,身份证号码:512923197411056170,声明作废。
●成都新德文化传媒有限公司营业执照副本注册号510104000170679遗失作废。
●深圳市中交出行科技有限公司成都分公司营业执照副本【统一社会信用代码:91510100MA67KWP05G】遗失作废。
●成都大家好蔬菜销售有限公司(统一社会信用代码:915101046965281XD)经股东会决议决定减少注册资本,由人民币1500万元减少至200万元。请债权人自本公告之日起45日内,前往成都市金牛区金科南路69号7楼向我公司清算组申报债权。特此公告。
联系人:杨志远 电话:13060003372
2021年1月26日
●广州富力美好置业发展有限公司成都分公司给开王旭伦水电周转账收据(金额:1605元,编号:0018583),物业保证金收据(金额:8560元,编号:0018584)。成都熊猫万国商城有限公司给开王旭伦租房保证金收据(金额:17120元,编号:0003981)不慎遗失,特此登报予以作废。
●四川科创大药房连锁有限公司温江区柳城街道五洞桥路药店不慎遗失财务章(编号:51101009196555)一枚,声明作废。
●高新区超酥房宫廷糕点店遗失营业执照副本,统一社会信用代码:92510100MA68U2XM4E,声明作废。
●四川省南部县中医医院四川省医疗卫生单位门诊票据存根联(号码:F647100268、F64712737)遗失,声明作废。
●雷立品于2021年1月22日遗失身份证,有效期至:2021年1月22日,身份证号码:512923197411056170,声明作废。
●成都新德文化传媒有限公司营业执照副本注册号510104000170679遗失作废。
●深圳市中交出行科技有限公司成都分公司营业执照副本【统一社会信用代码:91510100MA67KWP05G】遗失作废。
●成都大家好蔬菜销售有限公司(统一社会信用代码:915101046965281XD)经股东会决议决定减少注册资本,由人民币1500万元减少至200万元。请债权人自本公告之日起45日内,前往成都市金牛区金科南路69号7楼向我公司清算组申报债权。特此公告。
联系人:杨志远 电话:13060003372
2021年1月26日
●广州富力美好置业发展有限公司成都分公司给开王旭伦水电周转账收据(金额:1605元,编号:0018583),物业保证金收据(金额:8560元,编号:0018584)。成都熊猫万国商城有限公司给开王旭伦租房保证金收据(金额:17120元,编号:0003981)不慎遗失,特此登报予以作废。
●四川科创大药房连锁有限公司温江区柳城街道五洞桥路药店不慎遗失财务章(编号:51101009196555)一枚,声明作废。
●高新区超酥房宫廷糕点店遗失营业执照副本,统一社会信用代码:92510100MA68U2XM4E,声明作废。

●高桥区圣海建材经营部,公章(编号:5101095486359),财务专用章(编号:5101095486360),法人章游圣涛(编号:5101095486362),在中国农业银行股份有限公司成都碧云支行的开户许可证(核准号:J6510120600401,账号:22808101040011462)均遗失作废。
●金牛区陈群重鞋店营业执照正本副本92510108MA66CWNNAK30遗失作废。
●成华区钰澜日用品经营部营业执照正本、副本(统一社会信用代码:92510108MA66YNNB01F)遗失,声明作废。
成都华艺农业开发有限公司(注册号:510108000214239)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。
成都丰美农资有限责任公司(统一社会信用代码:91510100343016442F)副本不慎遗失,声明作废。
成都贝迪广告有限公司(注册号:5101092001318)经股东会决议决定注销,请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。
●四川聚源蓝农业发展有限公司(统一社会信用代码:5101225115016)遗失,声明作废。
●本人段婷婷不慎遗失成都龙泉驿区龙坡大道816号13栋1单元1405号房款收据(票号:AYLF00001488,金额195009元)特此声明。
●成华区新白色奶源饮品店食品经营许可证(许可证编号:JY25101080158397)副本不慎遗失,特此声明。
●武侯区道地堂食品商贸有限公司营业执照(注册号:510107601012182)副本遗失,声明作废。

●四川省君利物资公司营业执照(注册号:510108000214239)正本原件遗失,声明作废。
●马庆林营业执照正本510100600131537遗失作废。
●四川和顺合投资有限公司营业执照(注册号:510105000305734)正本遗失作废。
●成华区昌顺建筑机械租赁服务部税务登记证书:510106197809285123正本遗失作废。
●四川原巨恒投资有限公司营业执照(注册号:51000000385119)正本遗失作废。
●成都豪腾商贸有限公司烟草专卖零售许可证(许可证号:510108103499)副本遗失作废。
●减资公告:四川智爱之家教育咨询有限公司(统一社会信用代码:91510100MA66CD7A3X)经公司股东会决定减少注册资本,由人民币100万元减少至人民币4.18万元。请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。
●四川原巨恒投资有限公司(注册号:510105000305734)经股东会决议决定减少注册资本,由人民币100万元减少至人民币4.18万元。请债权人自本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。
●成都盛天申餐饮有限公司郫县分公司营业执照正本(统一社会信用代码:91510124MA61WY6042)遗失,声明作废。
●四川嘉庆石油技术服务有限公司财务专用章,编号:5101008820473)遗失,声明作废。
●减资公告:四川乐视互娱文化传媒股份有限公司(统一社会信用代码:91510116MA6848783T)经公司股东会决议,注册资本由500万元人民币减少到300万元人民币,请相关债权人于本公告见报之日起45日内向我公司清算组申报债权债务。特此公告。
●成都天顺顺顺商贸有限公司(统一社会信用代码:91510100200315)文传厚法人章(编号:5101008200315)遗失,声明作废。
●四川富丽堂皇装饰工程有限公司(统一社会信用代码:91510108MA6GNKRK93)公章(编号:51010815133741)遗失,声明作废。
●成都森汇企业管理咨询有限公司在中国工商银行股份有限公司成都天顺路支行开户的财务专用章(编号:J6510050130701,账号:4402201909066160)遗失,声明作废。

●成都天府新区实验中学公章(编号:51011002090143)、财务专用章(编号:5101100209123)不慎遗失,声明作废。
●高新区韵恒机电设备经营部营业执照正本(统一社会信用代码:92510100MA69MD995)遗失,声明作废。
●成都久川电气数技术有限公司财务专用章(编号:5101008200315)、文传厚法人章(编号:5101008200315)遗失,声明作废。
●四川富丽堂皇装饰工程有限公司(统一社会信用代码:91510108MA6GNKRK93)公章(编号:51010815133741)遗失,声明作废。
●成都森汇企业管理咨询有限公司在中国工商银行股份有限公司成都天顺路支行开户的财务专用章(编号:J6510050130701,账号:4402201909066160)遗失,声明作废。

完工告示
由四川鸿成佳建筑工程有限公司承建的成都市温江区清泰路太保家段项目已竣工验收,截至今日该项目的所有民工工资及材料款、设备租赁等工程款已全部结清,未发现任何工程质量、安全事故和款项拖欠情况。本项目于2021年01月26日登报公示,公示时间为15日,如有任何未结清款项请于2021年02月10日前致电我公司工程管理部门,逾期未与我公司申报备案的,视为全部结清,将自行承担相关法律责任。
监督电话:028-83504933
四川鸿成佳建筑工程有限公司
2021年1月26日
律师提示:本刊仅为双方提供信息平台,所有信息均由发布者自行提供,客户应谨慎核实并自行承担,本刊不对所刊登信息及其结果承担法律责任。