

冷酸灵×吴磊2022品牌TVC 《时代列车》

- ◆ **品牌名称:** 冷酸灵
- ◆ **所属行业:** 个护类
- ◆ **执行时间:** 2022.01-03
- ◆ **参选类别:** 移动创意作品类-商业短片

时代列车 2022年 全新品牌TVC



冷酸灵品牌代言人
吴磊

背景

BACKGROUND

作为拥有83年历史的国民抗敏感牙膏品牌，冷酸灵一直以来强调“冷热酸甜”与“吃”的场景。然而耕耘多年的品牌资产正在被侵蚀：不少竞品都相继在“吃”及“冷热酸甜”等场景下功夫。由此，作为多年紧密合作的广告供应商，我们向冷酸灵提出2022年的目标是：捍卫品牌资产，夯实冷酸灵国民“第一”的地位。

创意

CREATIVE

在春节节点上，冷酸灵要求传播创意需同时突出“83年历史”、“国民品牌”、“抗敏感”等要点。因此，我们以“时代列车”为创意核心主线，邀资深年轻演员（出道17年）--吴磊作为见证媒介，突出冷酸灵跟随时代成长步伐，从民国到今日，聚焦国民冷热酸甜的饮食习惯，守护几代人的口腔健康。

成果

ACHIEVEMENT

「时代列车」全新TVC上线刷屏冷酸灵官微+吴磊官微+粉丝通+KOL强势撬动曝光1.4亿次。

其中，吴磊微博直发TVC，总播放量3000万+，总互动量105万+，互动量远超吴磊其他同期广告。微博10大KOL矩阵+粉丝通精准定位粉丝圈层，收获135.7万+互动量。

曝光

1.4亿次

总互动量

105万+

总播放量

3000万+

收获

135.7万+互动量



作为拥有83年悠久历史的国民抗敏感牙膏品牌，冷酸灵一直以来强调的“冷热酸甜”与“吃”的场景上。然而耕耘多年的品牌资产正在被侵蚀：不少竞品2021年都相继在针对“吃”及“冷热酸甜”等场景下功夫。

云南白药

云南白药牙膏 薄清清爽
好口腔 吃出幸福感
你的口腔健康专家!

洁齿护龈 呵护口腔
专为国人饮食习惯研制
快节奏的生活
让我们各种海吃

护龈CP 拯救吃货口腔

加班夜宵 朋友聚会 冷热刺激 暴饮暴食

舒适达

冷热酸甜让牙齿敏感酸痛 想吃不敢吃?

形成抗酸屏障, 封闭保护暴露的牙本质
形成的矿物保护层可抵抗日常酸性刺激

钾离子可有效阻击牙神经电冲动
缓解因食物冷热酸甜刺激而引发的牙齿敏感疼痛

形成抗酸屏障 抵御饮食中的刺激

酸 热 甜 冷

舒适达
牙齿不敏感, 尽情享美味

占领冷酸灵国民抗敏 第一品牌的垄断性心智

延续83年守护国民健康的历史感、国家专利抗敏科技

“中国卖出的抗敏牙膏十只有八只冷酸灵” 的绝对领导地位

守基因

夯实酸甜苦辣的场景



守调性

代言人年轻化+白大褂专业化



拔高度

延续83年历史感





链接: <https://weibo.com/2459977152/La65rgNPg?pagetype=profilefeed>

高调官宣，引燃国民化战役
全新TVC以历史感拔高品牌国民化感知
打响冷酸灵国民化战役头炮

「时代列车」全新TVC上线刷屏

冷酸灵官微+吴磊官微+粉丝通+KOL强势撬动曝光

1.4亿+

冷酸灵携吴磊微博首发TVC， 从粉丝圈引爆，层层扩散全民。



总播放 **3000**万+
105万+互动

微博KOL承接热度多维度发酵 推动国民形象迅速占领用户心智

Kol+粉丝通 **1.4亿+**曝光量 **135.7万+**互动



粉丝踊跃参与活动打CALL