

# 洁柔 | 古韵传千年，同游话端午

- ◆ **品牌名称:** C&S 中顺洁柔
- ◆ **所属行业:** 快消
- ◆ **执行时间:** 2022.06
- ◆ **参选类别:** 跨界营销类

## 推文链接

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://mp.weixin.qq.com/s/E4hCga5tPm7pNgCMLMYnwA>

- 端午节之际，品牌方希望进行跨界合作，通过创意节日内容融合品牌产品，进行别具一格的品牌节日营销，传播品牌产品卖点及理念。为此，特策划洁柔与五芳斋粽子、泸州老窖梦幻联动跨界合作，穿越到千年之前的古代，来一场别具一格的古人端午游。
- 内容上生动有趣需展示端午习俗画面，包括吃粽子、游龙舟、喝雄黄酒等节日元素，并融合入各品牌特色，将产品进行创意植入，吸引粉丝阅读，提高品牌产品的广泛传播。

- 目前节日内容营销多以传统节日海报为主，信息有限，创意雷同。品牌目标受众为00-90后年轻目标群体，她们喜欢新颖有创意的内容，更偏爱接地气有个性的品牌。
- 因此本次端午跨界营销，品牌采用手绘创意故事的形式，讲传统习俗、品牌个性、产品特色等进行创新融合，策划一次别具一格的端午营销内容，给观众不一样的阅读体验。

- 本次创意，将洁柔的新品“青绿纸巾”，拟人设计为“青绿”小姐；将泸州老窖的产品“高光”酒，拟人设计为“高光”将军，以“青绿”小姐与“高光”将军的故事展开。



- 创意融合了端午习俗（挂艾草、送香囊、游龙舟、喝雄黄酒、吃粽子），内容生动有趣，长幅设计一气呵成，将各品牌产品有效渗透进创意，极大地提高了粉丝阅读兴趣与互动热情。



- 文章在官方公众号发布，该公众号日常平均阅读量在3000-5000。而本篇作品阅读量达到10000+，**远远高于日常平均阅读，取得突破性成效!**
- 品牌通过跨界合作，以创意节日内容融合洁柔纸巾、泸州老窖酒、五芳斋粽子等品牌产品，话题互动共情，助力产品卖点有效传播，深入人心传达品牌理念。

