

AMD锐龙6000系列 移动处理器整合营销项目

- ◆ 品牌名称: AMD
- ◆ 所属行业: 电商、3C电子产品
- ◆ 执行时间: 2022.03.01-09.30
- ◆ 参选类别: 3C类

AMD锐龙6000系列移动处理器上市，传播扩散搭载6000系列移动处理的笔记本电脑硬核性能；

向用户传递大核配大显，性能才够强的核心slogan

积极破圈，向用户传递更丰富、更新鲜、更创意的品牌形象，打破了过往相对严肃的刻板印象。

作为PC行业中的高端选手，AMD将代言人特质内化成品牌性格，可以玩梗，可以扮酷，向受众传递更丰富、更新鲜、更创意的品牌形象，打破了过往相对严肃的刻板印象。随着签约大张伟、发布无厘头魔性视频等一系列营销新动作，业内对AMD宣传风格的转变也给予了高度关注。此次基调轻松的营销用年轻人的语言表达，诸多段子、用梗，实现了营销方式的年轻化迭代，也让电脑厂商、数码爱好者之外的更大圈层了解到AMD不仅是一家芯片厂商，也是一个跳脱限制、用于打破和创新的先锋品牌。而从数据表现来看，大众对品牌的认知度、美誉度，对营销活动的参与度都相当可观。

AMD将更多网络流行元素融入到营销物料中，稍显“跳脱”的创意方向恰与当下年轻群体中拒绝被定义、多元化的自我表达、更开放包容的生活态度拉平水位。品牌形象不仅更接地气，还展现了AMD对青年流行趋势的前瞻和引领。

巧妙用梗文案出圈 创意营销拉升品牌美誉度；

随着说唱这种类型音乐越来越受到年轻人追捧，大张伟也发挥优质唱作人的特长，在三支创意视频的文案中大量运用押韵等创作手段，激发受众在内容分发层面主动传播，进一步提升广告触达率。比如，办公室篇的文案中：“锐龙处理器、最高八大核、速度不打折、明智的选择。”实现连续3次单押等，都在用当下年轻人易于接受的表达方式，实现与流行文化的无障碍联通。

除了“说唱风”的文案外，创意视频中的“用梗”也让很多年轻人会心一笑。比如，办公室篇中，大张伟从抽屉中推出，与其在综艺节目中“住抽屉”里的梗实现call back；宿舍篇中，男生因显卡卡顿而被卡出“码”来，与大张伟热歌《阳光彩虹小白马》创意联动，不仅在形象上运用了“小白马”，还巧妙使用“谐音梗”。

在明星营销的操作中，新的玩法、创意内容才更有机会制造热点，并产生更好的传播以及转化效果。此次大张伟个人IP贡献的诸多“爆梗”也协助AMD强势出圈，兼具笑点与爽点。

从营销数据来看，各平台的舆情也好评不断。AMD官方矩阵账号首发联动、主动扩散，搅动粉丝积极反馈，而诸多科技数码属性博主的接力传播则进一步引爆话题热点，引发数码发烧友广泛讨论。而以大张伟粉丝群体为代表的跨圈层关注者的持续发酵，产生的群聚效应让AMD锐龙6000系列移动处理器的话题与流量呈现倍速成长，持续贡献活力与热度。此外，B站热度的走高，也从侧面作证此次营销在破壁破圈层、打通年轻用户群体方面的成效，从大张伟官宣ID投放开始，相关物料多次霸榜B站科技榜首页，其视频播放量、累计互动量、覆盖粉丝量也不断攀升，尤其评论区用户力挺大张伟与AMD的适配度，其受众群体和个人风格与品牌及TVC契合度颇高。

AMD官方矩阵账号传播数据

传播期间，微博侧搅动【AMD中国】【AMD饭团】【锐龙AMDRyze】等矩阵账号主动扩散，累计覆盖**51.4万+**人，视频播放量达**41W+**；
侧信侧【AMD中国】官方视频号发布，点赞超**300+**；评论区粉丝点赞其广告“接地气”并被催售；
B站侧，截至目前，魔性视频播放量**124.3W+**，点赞**3.3W+**；



什么才是真正的CP? 大核配大显性能才够强!

UP AMD中国 · 5-9

https://www.bilibili.com/video/BV1h3411N7ZQ?spm_id_from=333.999.0.0



微博侧科技类账号传播数据

传播期间，微博侧邀请【科技新一】【数码君】【科技小懒虫】【科技的那些事】4个科技数码属性博主传播扩散，累计覆盖**2338.6万+**人，阅读量达**399.3W+**，视频播放量**86W+**，累计互动量超**1.1W+**；

其中，传播主话题#大核配大显性能才够强#5.9传播当天话题阅读量超**186.6W+**；

账号	发布链接	粉丝量	阅读量	视频播放量	互动量（转评赞）
科技新一	https://m.weibo.cn/2827386331/4767288873716837	603.3万	71.6万	27.2万	1001
数码君	https://weibo.com/1738877650/LsdzCo9aR	662.1万	117万	32.1万	3441
科技小懒虫	https://weibo.com/1802573521/Lsd9egXlm	411.7万	114万	12.9万	5535
科技的那些事	https://m.weibo.cn/2400814017/4767297728419447	661.5万	96.7万	13.8万	1579



5月30日，大张伟发布相关微博，截至目前其微博阅读量**509W+**，视频播放量**168万+**，累计互动量超**1.85万+**，覆盖粉丝**1222.1万+**；
其中，评论区粉丝力挺大张伟与AMD的适配度，其粉丝名和个人风格与品牌及TVC契合度高；



起司糕了 🍷铁粉: @大张伟 既是AMD芯鉴大使，又是DMA（大蜜啊）的心肝宝贝！简直太搭啦！！



颖ker 🍷铁粉: #大核配大显性能才够强# 这性能不和你本人一样么 效率快快快 歌曲爽爽爽 后劲长长长

22-5-30 10:27 来自安徽

95



糖水分你一半 🍷铁粉: 这个广告策划非常有你的风格诶 🤔

22-5-30 10:35 来自江西



DM48-怡雯宝宝 🍷铁粉: 大核大显配大伟 👍 #大核配大显性能才够强#

22-5-30 14:43 来自河北

传播期间，微博侧邀请【科技教主-娜娜】【吴小杰WJie】【科技头条榜】【IT互联网资讯】【科技九洲君】5个科技数码属性博主传播扩散，累计覆盖**2006.6W+**人，阅读量超**723.6W+**，累计互动量超**1.02W+**；

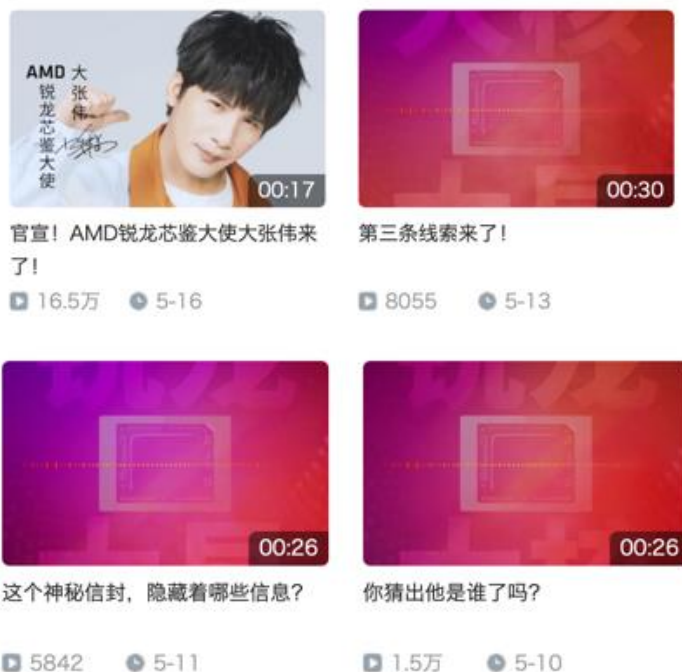
账号	发布链接	粉丝量	阅读量	互动量（转评赞）	播放量
科技教主-娜娜	https://weibo.com/2722493191/LvqLaiPRk?	331.8万	106万	765	3.3万
吴小杰WJie	https://weibo.com/2292724833/LvqD37JAb?	665.9万	158万	1794	21.2万
科技头条榜	https://weibo.com/1824868164/LvqF2BmtB?	209万	78.3万	1802	5.1万
IT互联网资讯	https://weibo.com/1575619643/LvqAYBp5V?	315.2万	316万	4217	5.2万
科技九洲君	https://weibo.com/2863918220/LvqRebVGC?	484.7万	65.3万	1659	12.9万



传播期间，微博侧搅动【AMD中国】【联想小新】等官方账号主动扩散，累计覆盖**104.7万+**人；
艺人侧，【大张伟工作室】点赞官宣物料，撩动艺人粉丝团、后援会主动扩散；

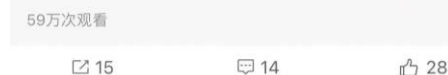
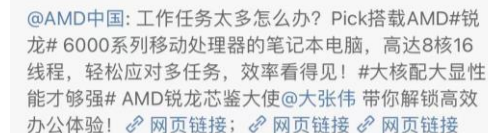
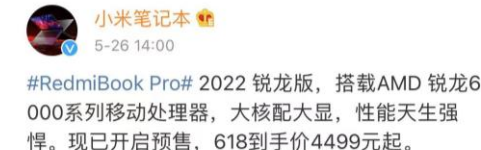
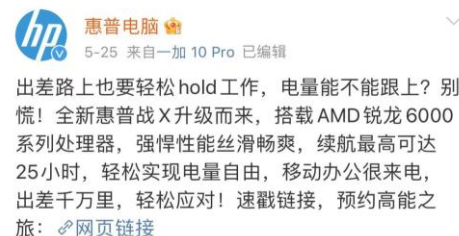


传播期间，于B站、抖音2个短视频平台传播扩散官宣物料；
B站侧，累计播放量**19.9万**，互动量（点赞、转发、评论）**1.4万**；官宣ID凭借其自然热度登录B站科技排行榜，在榜时间超24h；



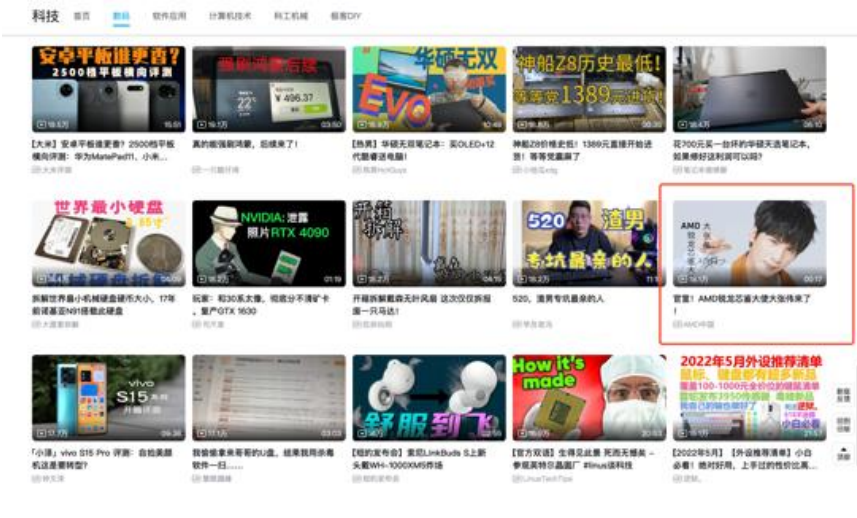
截至目前，微博、微信、抖音、小红书等平台官方账号主动扩散大张伟TVC，累计覆盖**48W+**人，累积互动量近**3K**；

其中，AMD中国官方微博TVC内容引发【联想小新】【惠普电脑】【小米笔记本】官方微博转发扩散，累计视频播放量**122.7W+**，粉丝覆盖量**416.3W+**；



传播期间，大张伟官宣ID于5月16日起在B站引发众多网友评论扩散，截至5月22日24点其视频ID持续霸榜B站科技榜首页；

传播期间，网友对于从魔性视频开始的传播动作表示期待“在憋大招”；对标蓝厂代言人，对大张伟大使身份表示认可；大核大显的slogan深入人心，与大张伟适配度高；粉丝侧，结合大张伟“住抽屉梗”纷纷评论点赞；



核贫哥 LV3

感觉最近动态越来越不对劲了，感觉是在憋大招 🐱



泡沫的箱子: #大核配大显性能才能够强# 大老师也太适合这个主题了吧，简直为他量身定做的 🤪🤪🤪

咱们都姓大 🐱🐱🐱



爱M的S LV3

还行，至少比隔壁强多了。
核心用户会看参数，所以代言人找个核心群体无感，但在路人眼里有知名度的就行。
但是隔壁找了个核心群体反感的，属实绷不住。



最甜怒怒: #大核配大显性能才能够强# 大核配大显 相信大张伟相信光



WWEBrockLesnar LV3

大核配大显，游戏爽歪歪



浸毒的幽魂 LV3

AMD核显把最近独显的脸打的啪啪响。

2022-05-16 15:15



大核配大显，所以找大张伟。

哥您这真躺抽屉里了哈哈哈哈哈

周大灰0588: 大大联手才够强

: 哈哈哈哈哈真住抽屉里了@大张伟 🤪

