

虎嗅×亚马逊 闪耀吧，中国品牌

- ◆ **品牌名称**：亚马逊全球开店
- ◆ **所属行业**：B2C电子商务网站
- ◆ **执行时间**：2022.06.06-08.16
- ◆ **参选类别**：短视频营销类



虎嗅与亚马逊合作纪录片——《成为光》，深度讲述3个中国卖家做品牌的心路历程，在亚马逊的帮助下，从光背后的“中国制造”，成为点亮世界的“中国品牌”。

该视频获得**1566W+**的用户曝光和**133.5W+**的视频播放，充分展示亚马逊共建全球品牌的新格局战略。



扫码观看

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://www.huxiu.com/article/636205.html>



扫码观看

项目
背景

品牌诉求

过去，跨境电商作为外贸出口的新业态，尚未得到广泛的认知。如今，经过几年的高速发展，跨境电商已从外贸的“新业态”转变为“新常态”，并逐步从以销售为主迈向成就品牌的新阶段。为此，亚马逊全球开店在2022年推出新的品牌主张——“共创全球品牌新格局”，将赋能卖家打造全球品牌作为战略重点。

根据上述战略，亚马逊全球开店希望通过与中国卖家的沟通，把品牌对于卖家的重要性表达出来，并通过媒体把声音扩散，向外界传达亚马逊全球开店能够帮助中国卖家打造具有长期价值的全球品牌，共同开拓中国品牌出海的新时代。

点击观看 



扫码观看

创意策略 主题构思

以“光”为主线，通过品牌初心、品牌挑战，品牌闪耀三部曲，循序渐进展现卖家从追随光到成为光、从大牌背后的无名英雄到闪耀世界舞台的过程。



PART1 光之前奏——品牌缘起

PART2 光与影 ——挫折应对以及亚马逊的助力

PART3 发现光的方向 ——品牌信念的坚持

PART4 成为光 ——金句、群像及精神升华



扫码观看

创意策略

目标受众

亚马逊全球开店
amazon global selling

点亮世界的
中国品牌

主要聚焦三类受众：

- 观望跨境电商生意机会的人
- 正在选择平台开启跨境电商业务的商家，
- 出海品牌创业者、亚马逊现有中国卖家等

点击观看 ▶



扫码观看

创意策略 主角定位

根据目标受众，主要选择三类卖家：

第一类：年轻一代创业/白手起家

这类卖家故事，主要针对正在观望跨境电商生意机会、不止如何开拓海外市场的人

第二类：已有工厂或产业，转型

这类卖家故事，主要针对想转型的厂二代，从过去单纯做生意到做品牌的转型

三类：国内知名品牌

这类卖家故事，主要针对想要做品牌全球化的卖家



扫码观看

创意策略 人物选定

卖家1：传统代工厂转型

【思普锐】夫妻店卖家，从传统代工厂转型做跨境品牌。创始人表达力强、夫妻创业有故事点



卖家2：白手起家创业者

【Kemimoto】受高等教育的外企高管，转型跨境电商，面向全新海外市场



卖家3：国内知名品牌

【致欧家居】10年家居品牌创始人，要为中国品牌正名提气



点击观看 ▶



扫码观看

创意策略 风格策略

1.整体风格：激励人心、温情但不苦情，整体色彩明亮

2.三个故事的情绪重点：

- 思普锐故事注重家庭情绪的表达；
- Kemimoto注重个人思考对事业困境的帮助；
- 致欧家居的情绪主要集中在企业发展困境的突破上，而非个人化情绪上。

3.品牌没有硬植入，而是通过真情实感带出



扫码观看

落地执行 项目难点

故事线：

- 前采故事挖掘
- 三类卖家的定位差异和人选沟通
- 视频主题和风格的确定

采访：

- 取景地多，疫情下需分别转场三个卖家的办公地和工厂地
- 对拍摄制作的要求高

点击查看

点击查看



扫码观看

落地执行 传播渠道

虎嗅微博



虎嗅视听频道



虎嗅出海频道信息流



虎嗅第三方视频平台



虎嗅PC#出海#频道页列表顶部通栏



扫码观看

传播
效果

传播数据

本次传播共有效触达 **1566w+** 用户（曝光量），达成 **230.9w+** 阅读点击，**133.5w+** 视频播放量。

| 资源类型 | 发布平台（位置） | 发布链接 | 曝光 | 视频播放量 |
|-------|--------------------|---|------------|----------|
| 虎嗅官方 | 虎嗅APP/PC/M端#视听#频道页 | https://www.huxiu.com/article/636205.html | 1,760,000+ | 20,000+ |
| | 虎嗅APP-#出海#频道页信息流F | | 2,800,000+ | |
| | 虎嗅PC-#出海#频道页列表顶部通栏 | | 3,300,000+ | |
| | 虎嗅微博传播 | https://m.weibo.cn/2357213493/4803030655964284 | 2,800,000+ | 60,000+ |
| 其他客户端 | 腾讯视频 | https://v.qq.com/x/page/b3352plyxon.html | 5,000,000+ | 500,000+ |
| | 西瓜视频 | https://www.ixigua.com/7132094782050042380 | | |
| | 凤凰视频 | https://ishare.ifeng.com/c/s/v002MjbWtRvLlydPaH6W9O--Z--EYAb9gXlfcaGWbFDoicIJ3Y2d8hEtQHf7Wn5B1tdhblBfg3Kw dvNELsLMwMUwRiXw | | |
| | 百家号视频 | https://mbd.baidu.com/newspage/data/videlanding?nid=sv_5719101976432098463 | | |



扫码观看

传播
效果

外部评价 (部分截图)

收到各平台评论量100+条，高精度影响目标人群，并激起对做跨境品牌的热烈探讨和回应

亚马逊全球开店
amazon global selling



虎嗅 APP 评论 34 赞 1035

- 半岛铁盒的小梦想
出海品牌逐渐做大做强了
8-18 20:19 来自广东
- 闪闪发光的大公主
打造品牌是一段征程
8-18 20:18 来自海南
- H号同学
很现实的，创业路上会遇到挑战，想要放弃的时候也会很多
8-18 20:14 来自贵州
- 逗吐习惯
感觉没有写出来的心酸会更多
8-18 20:13 来自山西
- 做个摘星星的人
亚马逊也很欢迎小白尝试
8-18 20:12 来自陕西
- 爱吃香菜的黄同学
从无到有的过程，总是历经寂寞和坎坷
8-18 20:12 来自江西
- 语琴 iyde
亚马逊提供的支持等于是在背后推了一把
8-18 20:11 来自上海

虎嗅 APP 评论 34 赞 1035

- 火火热太阳
背靠大树好乘凉
8-18 20:10 来自甘肃
- 麻辣鸡儿砸
这些品牌都值得掌声！
8-18 20:10 来自福建
- 为什么不选飞度
选择一个合适的品牌真的很关键。
8-18 20:09 来自安徽
- 超喜欢吃面的黄同学
之前一直没敢运营亚马逊 后来进去了之后才觉得没想象中那么难
8-18 20:08 来自重庆
- Cute_偷心的人
亚马逊的包容度很大，各个品类都有发展的机会
8-18 20:08 来自江西
- 拉面说真的好
真不容易，代工的时代一去不复返了
8-17 22:32 来自广东

虎嗅 APP 评论 34 赞 1035

- 古月可司的
就像早年做淘宝一样，只要有差评，评分马上一路下滑，产品体验真的太重要了
8-17 22:32 来自广东
- 孩子想变胖鸭
很感动，做出海不容易，故事说到痛处了
8-17 22:30 来自河北
- 小完能爱吃小浣熊干脆面
以前是出海抢占市场，现在出海是塑造品牌
8-16 11:44 来自山东
- 让车创死的鱼
提到出海，亚马逊是第一梯队的
8-16 11:44 来自山东
- 莓气泄漏 X
经验丰富的亚马逊具备创新的实力，也有足够庞大的客户群体去应用他们
8-16 11:44 来自山东
- 玛丽苏小姐
"出海"已经常态化了，在输出好产品的同时，我们也要把中国品牌的价值观和生活方式传递出去。
8-16 10:55 来自北京

一生挚爱的小鲜肉
在海外招人太难了
8-19 12:43 来自浙江

梦想有一天可以飞翔
全球化就是要集成各个国家，最佳化利用所有资源
8-19 12:40 来自广东

一首怀念青春8
这个片子好激励人啊
8-19 12:36 来自河南

小马甲没有外壳
做品牌才是做产品的出路
8-19 12:26 来自四川

奶油大兔子丫
希望多分享一些出海路上的经验教训
8-19 12:25 来自山西

已过滤不当言论，部分评论暂不展示

转发 评论 赞

更多评价请关注虎嗅APP



扫码观看

传播效果

外部评价 (部分截图)

上线当天，来自客户内部的好评：拍出了真情实感，看完很感动

说看完觉得好燃
很久没有这么感动

7月29日 3:09 PM
我觉得这个片子有感动到我
尤其是讲家庭那个部分
我有点想哭的
啊你说王总吗
是的
这个片子很朴实

8月16日 16:58
另外这支片子内部反馈都很好，同事们都有被感动到，多谢大家！
哇~
感谢老师们，一起打磨的好内容，辛苦啦

好的，谢谢Lu。拍的好好啊，我看了好感动，特别有使命感
主要是我们的卖家们真的都很有理想哈哈。以后我们有机会多多挖掘这些好的故事
3:57 PM
是的，我真挺感动的。把我给我看哭了。致欧我比较了解，做到现在每个卖家背后都是一个故事

虎嗅视频内容的确做得好，我也在公司内部推荐了



扫码观看