

# 统一冰红茶×完美世界#青春无极限，冰爽破次元#

- ◆ **品牌名称:** 统一冰红茶
- ◆ **所属行业:** 食品/饮料类
- ◆ **执行时间:** 2022.04
- ◆ **参选类别:** 食品/饮料类

- 1) 统一冰红茶 2022 年度传播需围绕 16-20 岁的 Z 世代群体TA，提升品牌知名度和年轻化联想，增加品牌在目标人群中的第一提及率，传递品牌青春热血态度。
- 2) Z世代对IP的偏爱，甚至跨越和超越了品牌。国漫IP“完美世界”有与品牌契合的热血青春的内核，品牌在内容上深度与“完美世界”绑定，产出Z世代人群的兴趣圈层矩阵相关内容，对TA渗透种草，提高传播影响力。
- 3) 国漫原版声优再次演绎国漫ip形象产出物料，官宣品牌与ip的合作，引发ip粉丝共鸣和关注，破次元行动开启。而后以“完美世界”+统一冰红茶为创意核心，进一步拓宽内容维度，加速破圈传播。颜值、变装、手办、同人等圈层，以“完美世界”+统一冰红茶为创意核心，进一步拓宽内容维度，加速破圈传播。

顺应年轻人消费需求、尊重Z世代个性习惯才是品牌年轻化的精髓。圈层文化在年轻人群体中不断发展壮大，圈层营销也因势成为各大品牌增强年轻粉丝粘性的重要策略。

## 1) 多圈层破圈

Z世代各个圈层的认知和文化属性差异巨大，单一内容和资源较难打动年轻消费者，因此品牌要根据不同圈层的兴趣多点触达。从国漫圈向外破圈传播，加强品牌与国漫绑定，加速品牌年轻化渗透

## 2) 内容共创，深度软性渗透TA心智

对内容的强需求和对社交媒体的依赖是Z世代与生俱来的特点。围绕“完美世界”ip核心内容进行二次创作，加入产品作为创作核心，直击国漫以及延展圈层，引发传播声势

## 3) 多平台明确分工，扩大传播效果

抖音+微博+腾讯有其独特属性，针对平台属性明确分工，使传播效果事半功倍，强势撬动Z世代圈层

## 线上

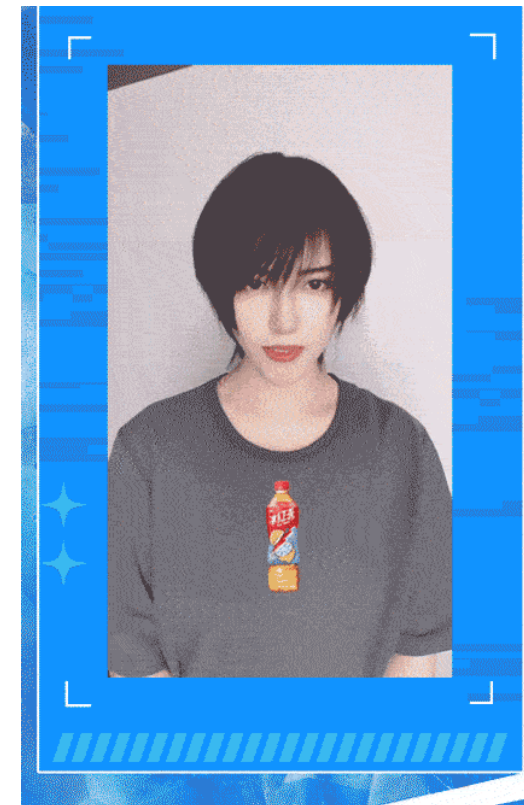
**抖音：**在平台发起#冰爽破次元#话题全民任务，上线贴纸活动，邀请多圈层泛二次元达人（美食、颜值、手绘等KOL）围绕全民任务进行创意玩法信息扩散，引发传播带动KOC接力，将统一冰红茶于动漫TA强势绑定，加深消费者对“统一冰红茶”的青春热血的品牌理念。

**微博：**邀请动漫垂直圈层原声优产出配音视频官宣和互动，以热搜#统一冰红茶与国漫超好磕#作为流量辅助，引爆话题热度；持续展示分发KOL视频，引导粉丝参与活动、增加话题度。

**腾讯视频：**二次元人群密集，国漫观众聚集地  
高强度宣传曝光平台：强势撬动国漫及衍生圈层流量,助力品牌高效触达目标TA  
闪屏联投，配合官宣节奏硬广投放吸引动漫人群。

## 线下

声优配音作品在品牌ip联动主题门店播放，扩大传播影响力。



（抖音玩法示例）



## 抖音KOL

以#冰爽破次元# 的话题  
宣传品牌调性和完美世界合作ip  
沟通Z时代，绑定国漫圈层  
在抖音平台向粉丝种草统一冰红茶  
抓住夏日前宣传窗口期，  
以冰爽、破次元的特色吸引年轻群体

4月8日  
抖音贴纸官宣&微活动\*1



4月11日  
手绘达人视频\*1



4月12日  
颜值达人视频\*2



微博发布

多平台、多圈层的传播精准覆盖，基于完美世界ip+冰爽无极限的品牌内核的多重创意内容产出，获得精准TA的关注并互动

最终，本次专案的总曝光量达11,480,000，总互动量达52,496，项目数据均超过预定KPI

#统一冰红茶，冰爽破次元#，2022年夏天来临之际，统一冰红茶结合完美世界IP，以各种创意内容共创和精准布局传播矩阵，如楔子一样进入年轻人的视野和认知