

## 仁和闪亮滴眼液

广告主：仁和药业股份有限公司

所属行业：医药行业

执行时间：2018.04.25-05.31

参选类别：智能营销类

### 营销背景

作为中国滴眼液十大品牌之一，闪亮滴眼液除了向消费者提供专业高品质的护眼产品外，更是积极向消费传递“实现自我，不断追求人生，实现自己梦想的精神”。五四青年节之际，当各大品牌打着热火朝天的促销广告时，仁和闪亮滴眼液却另辟蹊径，在全国各大药店开启 AR 扫惊喜的互动，激发了一大波年轻人的“参与感”！

### 营销目标

通过 AR 互动营销，对接更多年轻群体，与年轻人玩在一起，为品牌圈粉，实现品牌年轻化的营销策略；同时运用创新 AR 技术，解决目标人群与进店人群不匹配的问题。线下发起活动，线上传播参与，达到了目标人群的精准传播，从而提升闪亮滴眼液的购买。

### 策略与创意

闪亮滴眼液联合蚂蚁特工，开展了『召唤闪小星，AR 扫福利』的活动。用清新的画风与闪亮闪小星 IP 相结合，通过高精的技术开发与“沉浸式”的互动体验，让传统行业与新营销相融合。线下二十万家药店，上亿瓶红蓝闪亮滴眼液，消费者均可通过手机支付宝扫描『闪小星』标识，体验 AR 有趣交互，还能抽取现金红包。

### 执行过程/媒体表现

1、线上传播借势五四青年节，建立了#召唤青春行动#微博话题，吸引消费者主动分享自己的“青春力”到微博、微信、抖音等平台，自主为活动进行二次传播。利用网络的高传播和事件营销热度，#召唤青春行动#话题一度排名榜 TOP1，还引发了各大社交媒体，如：@互联网报刊、@全球科技报的自发传播。



#召唤青春行动#

分享

申请主持人

阅读8971.1万 讨论7.2万

综合

实时

热门

视频

图片



#召唤青春行动#

热门



厨邦酱油

#召唤青春行动#用一句话证明你还是青年，有人说“我初吻还在”，有人说，“年轻就要放肆拼，拼出美味才够young”。5月14日前，关注@厨邦酱油 @仁和闪亮 转发@ 1位好友，并评论该条微博，抽4位各送66.6红包！现在用支付宝AR扫一扫配图，20万个现金红包等你抢！😄 #闪亮滴眼液#



【超话】闪亮滴眼液

话题贡献者排行



热搜榜

更多 >

- 征兵报名 祖国召唤你 热
- 1 春夏 金大川 热 190万
- 2 李亚男女儿正面照 热 123万
- 3 一瓶击退初老 热 116万
- 4 亚马逊CEO离婚 108万
- 5 网恋奔现什...



厨邦酱油

#召唤青春行动#用一句话证明你还是青年，有人说“我初吻还在”，有人说，“年轻就要放肆拼，拼出美味才够young”。5月14日前，关注@厨邦酱油 @仁和闪亮 转发@ 1位好友，并评论该条微博，抽4位各送66.6红包！现在用支付宝AR扫一扫配图，20万个现金红包等你抢！😄 #闪亮滴眼液#



【超话】闪亮滴眼液

97 帖子13粉丝

+ 关注

2018年05月04日 18:22 来自 360安全浏览器

收藏

转发 1023

评论 287

👍 249



驴妈妈旅游

**#召唤青春行动#** 用一句话证明你还是青年，有人说“我初吻还在”，有人说，“我还有一颗看遍世界的好奇心”。5月14日前，关注@驴妈妈旅游 转发并评论@ 1位好友，抽3位各送66.6红包！现在用支付宝AR扫一扫配图，还有20万个现金红包等你抢！@仁和闪亮 #闪亮滴眼液#



【超话】闪亮滴眼液

97 帖子13粉丝

+ 关注

2018年05月04日 09:00 来自 微博 weibo.com

收藏

转发 995

评论 266

👍 317



当贝市场

**#召唤青春行动#** 用一句话证明你还是青年，有人说“我初吻还在”，有人说，“青春无关年龄，永远都有一颗少女心”。随手粉@当贝市场 @仁和闪亮，转发@ 1位好友，并评论该条微博，5月14日抽3位青年各送66.6红包！现在用支付宝AR扫一扫配图，20万个现金红包等你抢！#闪亮滴眼液#



【超话】闪亮滴眼液

97 帖子13粉丝

+ 关注

2018年05月10日 19:00 来自 微博 weibo.com

收藏

转发 502

评论 497

👍 281



长虹福利社 

#召唤青春行动#用一句话证明你还是青年，有人说“我初吻还在”，有人说，“青春无关年龄，永远都有一颗少女心”。5月14日前，关注@长虹福利社 @仁和闪亮 转发@ 1位好友，并评论该条微博，抽3位各送66.6红包！现在用支付宝AR扫一扫配图，20万个现金红包等你抢！#闪亮滴眼液#



【超话】闪亮滴眼液

97 帖子13粉丝

+ 关注

2018年05月11日 11:28 来自 微博 weibo.com

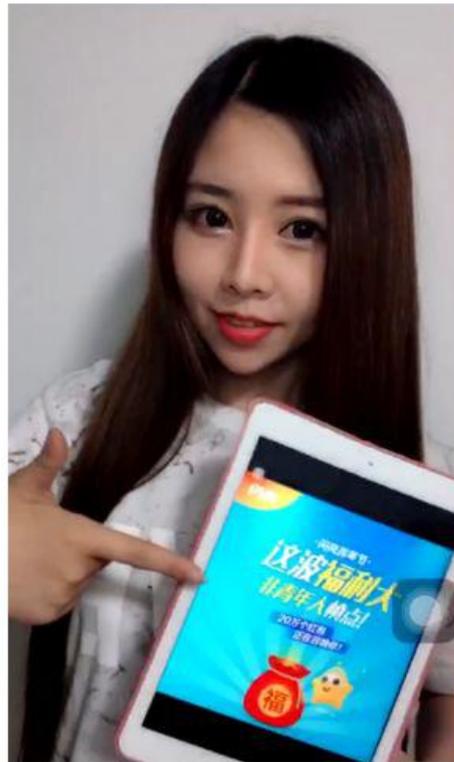
收藏

转发 577

评论 216

 275

2、邀请 140 名网红主播为这次活动引流，多平台，多角度，多传播形式为此次活动布局，以达到“线上声势浩大，线下热火朝天”的活动效果。



3、线下通过超 20 万家药店，联合推广 AR 活动，吸引了千万名用户参与。



## 营销效果与市场反馈

闪亮品牌 AR 活动通过线下药店号召消费者参与，形成渠道和新媒体的联动，传递品牌精神。闪亮品牌五四青年节 AR 活动累计总曝光 3 亿人次，线上线下活动参与人数超 1000 万，微博话题讨论超 1.2 亿次。活动在线下影响超 20 万家药店，不仅提升了客情，增强了品牌好感度，而且直接拉动了终端门店动销。