

雨虹防水节气字典——24 节气创意项目

广告主：雨虹防水

所属行业：家居建材

执行时间：2018.07.17-08.23

参选类别：短视频营销类

营销背景

雨虹防水作为鸟巢防水供应商，自 2008 年起，就凭借过硬的产品质量与鸟巢达成战略合作，深耕防水事业 20 年，防水实力没话说~但作为防水专家，鉴于自身产品低频消耗的属性，除了专业工长重点关注，普通 TA 很难感知它的功能性，掌握硬核防水科技的同时却也陷于传播难的困境。

营销目标

雨虹防水产品作为家装低频消耗产品，在日常运营中缺乏“存在感”，而 24 节气作为高频传播载体，希望借势高频率、高关注的节气，带动品牌传播，猛刷低频家装消费品牌“存在感”，提升雨虹品牌知名度与美誉度。

策略与创意

雨虹防水创意性打造雨虹节气字典，提炼节气关键字，挑选偏旁带“氵”“灬”“灬”“灬”的汉字，进行“去水”演绎，短视频形式展示动态的“去水”变化过程，双关品牌“防水、去水”的品牌形象和产品功能性。挖掘传统文化内涵与品牌智慧的绝妙结合，运用生活化的创意手段将“硬”技术进行“软”传播，与受众形成潜移默化的交流与沟通。

执行过程/媒体表现

一共四期内容，在双微平台同步发布，分别借势北京特大暴雨热点事件、大暑、立秋、处暑，挖掘传统文化内涵与品牌智慧绝妙结合，由此缔造了一次趣味性、文化性十足的短视频营销。

报奖视频链接：<https://v.qq.com/x/page/g08280maylv.html>

恰逢北京特大暴雨，引起众人关注，借势发布第一期。选取具有代表性的关键字“潮”，视频动态展示“潮”字“去水化”的过程，让受众形象感受到品牌“防水”的功能性。

而去水后的文字也别有深意，“潮”——“朝”巧妙表达除去潮湿，迎接朝阳的理念。

同时背景视觉也“应景”地选择鸟巢，传达鸟巢级的防水品质。



大暑时节，好一个“热”字了得，选取具有代表性的关键字“热”，短视频动态展示“热”字“去水化”的过程，让受众感知品牌“防水”的功能性。

“热”——“执”的演绎，二次延伸表达雨虹人工作无“水分”，执着专注的精神。而向日葵的主视觉不仅符合节气特色，更显雨虹人欣欣向荣的姿态，巧妙双关。



立秋秋已至，温度尚未减，还有秋老虎势头劲足，让人流汗连连的天气，家中墙壁也出现“墙汗”不止，抓住这一特点，选用一个“汗”字，进行视频动态变化。“汗”——“干”，寓意去除墙面水分，只留干爽。而背景选择秋意十足的枫叶为背景，动态展现树叶间的光影变化，也能快速将受众带入立秋节气的意境。



处暑，“出暑”，炎热离开，秋雨绵绵。因此总结关键字，选用一个“溢”字。短视频动态“去水”“溢”——“益”，墙面“溢出”变“益处”，体现品牌防水的功能性。背景选择雨打秋荷的画面，滚动的水珠不禁让人产生“疾风驱急雨，残暑扫除空”的联想，一股暑气渐消之感扑面而来，触动用户归属心里。



<https://v.qq.com/x/page/n0826w9m8jh.html> (视频播放地址)

营销效果与市场反馈

双微发布共四条，微博阅读总计：378,416，微信阅读总计：3545

说文解字，玩转节气，将中国传统汉字文化与自身品牌概念融合，运用生活化的创意手段将“硬”技术进行“软”传播，用户被这样新颖的形式吸引，并得到回应，纷纷评论表示“有趣、会玩”、“没想到你是这样的防水品牌？”……玩乐之中，与品牌形成潜移默化的沟通与交流，感知品牌“防水”的功能性和品牌内涵。