

温氏 “‘借鸡霸屏’ ——温氏国鸡空降《终结者2》手游”

广告主：温氏

所属行业：快消行业

执行时间：2018.01.15-03.31

参选类别：创意传播类

营销背景

温氏集团是全球养鸡大户，想要在 2018 年，以“温氏盐焗鸡”深加工产品作为试水，抢占 C 端市场 8090 后年轻人群。而集团自创立以来，主要以 to B 的模式进行销售，在 B 端市场拥有知名度，却在 C 端市场鲜有人知。同时，现在年轻人的深加工鸡肉食品饮食习惯更倾向于选择肯德基、麦当劳、韩国炸鸡等，更增加了传播难度

营销目标

增加温氏国鸡在年轻人中的曝光量，让温氏国鸡被年轻人群记住，成为年轻人的餐桌爆款。

KPI 考核：活动曝光达到 10 亿，在社交媒体上引发讨论达 1 万条。

策略与创意

策略思考：

对于年轻人来说，最火的吃鸡方式，在《终结者 2》手游里

中国人每逢春节必吃鸡，然而对于年轻人来说，今年春节最火的吃鸡方式不在饭桌，而是在游戏里。因为，“吃鸡”一词在年轻人最爱玩的策略射击游戏里是“获得胜利”的意思。它源自于拉斯维加斯赌场的俚语“winner winner, chicken dinner”，赢了这一盘，晚上就能吃鸡庆祝。玩家们称这类策略射击游戏为吃鸡游戏，并为之痴迷，“今天你吃鸡了吗？”甚至成为了年轻人话题交流的核心，上榜年度流行语。

而《终结者 2》，是当时最火爆的吃鸡游戏之一，用户量高达 1 亿。它能够与温氏国鸡将“winner winner, chicken dinner”变为现实，让网友体验现实吃鸡的快感。

创意出炉：

只要在游戏中“吃鸡”，就能拥有一只温氏国鸡，让玩家因拥有温氏国鸡而自豪，纷纷抢夺。

执行过程/媒体表现

案例视频：<http://v.163.com/static/1/VDR2JLIIC.html>

温氏国鸡联手《终结者 2》游戏，开启吃鸡大“派”对。以“吃鸡”为切入点，用年轻人喜欢的方式“花式派鸡”，让广大游戏鸡友因拥有一只温氏国鸡而自豪，打造 2018 最“鸡”智的关注热点。

1、鸡未派，声先响：从自带话题噱头的广告竞卖会切入，让温氏一开始就获得世界级关注

传播以《终结者2》全球首次游戏植入广告竞卖会开始，温氏集团1000万的高价拍下游戏黄金广告位，引起哗然，轰动社会，各种媒体争相报道，为温氏国鸡后面的亮相预先引起高度关注。



2、春节线上隔屏派鸡：10万只温氏国鸡在游戏中空降，只要成为 winner，即可拥有温氏 chicken dinner

在最佳吃鸡时节——春节期间，《终结者2》为大家空降大吉大利的祝福，让所有游戏的 winner，都可以获得一只温氏国鸡，拥有一顿 chicken dinner，体验双重吃鸡的刺激。最终成功激起了鸡友们的自豪感和荣誉感，他们在微博、百度贴吧等平台疯狂晒照，表达拥有 chicken dinner 的喜悦，纷纷成为温氏国鸡年轻口碑“代言人”。



3、节后线下派鸡，让世界的鸡友都听见温氏鸡的声音

(1) 在拥有中国互联网最大 V 和 KOL 的区域现场派鸡，掀起互联网巨头热议，获得免费传播

春节假期刚结束，我们前往广州、北京、杭州、上海，在拥有中国互联网最大 V 和 KOL 的区域现场派鸡，成功让百度、新浪、腾讯等公司员工蜂拥而至，段子手不请自来，@来去之间、@鹅厂坊间八卦、@小浪等大 V 博主主动转播，0 费用成功引起话题讨论。



(2) 瞄准拥有全球电竞高手的终结者 2 全球电竞总决赛 (TSL)，在全球鸡友间掀起话题轰动

我们在 TSL 总决赛现场派鸡，高度吻合当天的“吃鸡（胜利）”氛围，吸引游戏粉丝大排长龙，纷纷晒图，更有来自全球的顶级战队闻香而来，吃一口温氏国鸡，仿佛赢了全世界，成功让温氏国鸡成为年轻人中的餐桌爆款。



营销效果与市场反馈

温氏鸡霸屏成为现实:

本次温氏鸡霸屏派鸡活动，线上传播共获得关注 16 亿 3521 万次，直播参与量 1536 万次；

为温氏带来公众号粉丝多达 1 万，发出相关微博微信约 4.4 万条；

北京，广州，杭州，上海线下送鸡活动直接触达约 30 万+人；

引来@来去之间（新浪微博 CEO）、@鹅厂坊间八卦、@古月中心相心、@小浪等大 V 博主免费主动报道；

活动成功在各社交平台引发现象级关注和搜索。

(数据来源：媒体平台数据监测，2018 年 2 月 15 日-2018 年 3 月 31 日)



仅从微博一家的热词趋势，就能看出春节期间派鸡产生的社交话题热度

(数据来源：微博平台数据监测，2018 年 2 月 1 日-2018 年 3 月 22 日)



在春节返工后的线下派鸡中，大量的关注和话题的炒作，也让吃鸡在微博的搜索量飙升，达到近期吃鸡的搜索峰值。

(数据来源：微博平台数据监测，2018 年 3 月 7 日-2018 年 4 月 11 日)