心相印

所属行业：快速消费品
参选类别：数字营销最具创新精神品牌

品牌简介

心相印为恒安集团旗下主力品牌，作为国内生活用纸领导品牌，二十多年来始终以丰富多样的优质产品服务大众，以温馨、关爱为调性，利用领先技术成就卓越品质，为广大消费者提供卫生、优质的生活用纸，同时竭诚提高服务质量，用心关爱身边的每一个人。自 2000 年起 “心相印”纸巾连续十四年全国市场占有率第一名，是 WEC 世界环保大会唯一推荐品牌，并凭借过硬的产品技术和雄厚的品牌底蕴，成为官方领导人会晤、阅兵、金砖会议等官方重要场合的指定纸巾。

2018 年数字营销创新性表现

心相印近几年一直用音乐联结年轻人，以音乐唤醒共鸣为出发点推出的“心相印刚好 Voice 纸尚青春音乐汇”，共举行了四季，已打造成独有的品牌 IP。2018 年“会唱歌的纸巾”更是行业首创。心相印在洞察到音乐的背后，是万千消费者的感情，选择音乐，重视消费者情感的联结。心相印纸尚青春牢牢地把握住了每一个消费者的情感需求，在文化正经历越来越快节奏的大环境下，重新以情感为纽带牵起了消费者和产品的关系。以刚好的情感关怀到消费者的情感，这也正是心相印品牌的“刚好”愿望。

代表案例

案例：心相印“会唱歌的纸巾” & “刚好 VOICE 纸尚青春音乐汇”campaign

以音乐为桥梁，明星单品“会唱歌的纸巾”为载体，在温情、亲切、厚重、人文关怀的品牌 DNA 下，传播品牌“年轻化、有趣、好玩”的品牌态度，诠释“刚好，让你更好”品牌理念。

第一阶段新包装上线，线上酷狗 K 歌比赛上线，线下 300 所高校开展 1000+校园落地推广，KA 大卖场、精品超市开展 12000+终端主题推广，为纸尚青春预热吸引眼球，引爆多渠道曝光。第二阶段十二城市赛落地，在北上广等一线及省会城市落地品牌推广大事件，中国好声音人气歌手徐林、青年人气歌手赵骏、张婉清、刘雪婧分别担任 12 场城市赛的嘉宾及导师，到线下参与选拔选手组成战队。第三阶段 6 月 16 日广州总决赛，4 名导师带领 12 名宣传组成战队现场 PK，当天更有心相印品牌代言人田馥甄现场助阵，共同打造刚好 Voice 音乐盛宴。明星微博、意见领袖贯穿全程推广，线上线下全程打通，打造活动营销闭环。决赛前后广州核心地铁站包站、包车精准投放，全力打造赛事影响力。结合 618 电商狂欢“心”零售进行流量爆发，实现营销转化。

市场及传播效果：

线上线下联动，总曝光量达 5.4 亿+。海选阶段线下 300 所高校开展 1000+校园落地推广，KA 大卖场、精品超市开展 12000+终端主题推广，打造纸尚青春独有品牌自有 IP，影响 1 亿+人群。总决赛广州天河体育馆 4500 人现场座位虚席，官方粉丝应援抢眼。酷狗 K 歌大赛历经 30 天赛程，收到作品数万首，参与程度与传播广度可谓深刻广泛，酷狗 APP、歌单，首页 banner 等投放，总报告 1.4 亿人，其中心情歌单播放量 623.8 万次。明星产品升级为全球首款“会唱歌的纸巾”，推出后引发业内和消费者好评，单品增长近 20%。总决赛当天与线上天猫超市联动，充分玩转粉丝经济，引导现场观众、线上网友等粉丝前往天猫超市购买心相印产品，与天猫超市共话新零售。616 当天心相印在天猫超市的销售额较去年同比增长 902.3%，品牌新客数创历史新高，线上流量销售爆发与品牌传播双丰收。