

統帥電器產品腦洞創意廣告設計

(影片、動畫、微電影、短視頻、腳本設計、繪本設計、長圖文、平面廣告)

一、 企業主：統帥電器

二、 傳播 / 行銷目的：

1. 將統帥產品打造成為可以在年輕群體中進行話題傳播的產品，讓更多年輕消費群體知道與瞭解統帥電器，提升統帥電器在年輕群體中知名度；
2. 賦予統帥產品更多好玩/有趣/符合年輕人興趣的內容屬性，充分打動年輕群體，引發共鳴，最終實現提升統帥在年輕群體中的好感度與認可度的目的。

三、 品牌介紹：

統帥是海爾集團在互聯網背景下，繼海爾、卡薩帝之後戰略佈局的年輕化品牌，獨樹一幟，開創“輕時尚家電”趨勢，定位輕時尚家電開創者，並提出“輕時尚 悠生活”的品牌主張，強調對時尚風格與品質的追求，將家電產品的功能設計與生活美學完美融合，做到化繁為簡，為年輕人帶來更講究，更美好，更自在的生活新體驗。

統帥電器是真正專注於年輕人生活方式的專業家電品牌，來自全球頂尖家電品牌家族。目標消費群體為 22-30 歲為主的泛年輕人群，希望讓更多年輕人從日常瑣事的束縛中解放出來，回歸簡單、純粹的生活，擁有更多的自由和時間，發現生活的美好。

四、 品牌精髓：簡約、時尚、質感、活力

五、 傳播對象：以新婚或新居情侶/夫妻、即將畢業的大學生、在職場打拼的青年為主

六、 訴求重點：

1. 收集針對家電產品的花式玩法、用法與創意，用腦洞夠大的創意將家電打造成為年輕人生活中的不一樣的的存在
2. 需要針對統帥目前七大產業 L.TWO 產品進行創意腦洞，充分挖掘與研究統帥家電不同於常規用途的可能性，探索如何玩轉家電，讓統帥產品成為年輕人生活神器及重要伴侶
3. 充分結合統帥產品特性，賦予產品年輕人喜歡的話題內容，要有趣味性、記憶點、話題性，不限於產品的創意使用、不同尋常的產品打開方式、意想不到的/奇特的玩法等，可以研究產品極致表現，也可研究使用產品的趣味方式；
4. 創意腦洞要夠大，但要傳遞出因為擁有統帥產品，生活充滿小美好、小趣味、小驚喜。

七、 表現形式：

以視頻表達為主，也可以為影片、動畫、微電影、短視頻、腳本設計、故事繪本設計、長圖文、平面廣告，視頻適合在社交媒體進行傳播，能吸引人進行轉發傳播（視頻製作如存在困難，可以輸出文字版內容闡述，參照腳本/繪本設計要求）。

參賽要求：

- 1、 影片、動畫、微電影、短視頻創作、長圖文、平面廣告，需按照參賽辦法所規定格式時長進行創作參賽。
- 2、 腳本設計：1.傳播目的；2.傳播定位及支持點(什麼必須要表達的)；3.主題口號；4.針對客戶；5.形象定位(達到什麼形象效果)；6.成片要求(格調/調性/表現方式)；7.要求提供文案,layout,結構，以 pdf 格式尺寸為 A4 (210mmX297mm) 文檔參賽。
- 3、 繪本設計：以參賽辦法平面作品規格進行創作，可單件或系列（限三張）提交，如篇幅較多，請合理安排版面編排。

八、 我們希望看到的作品（要求）：

- 1、 可以從角度刁鑽，賣點入心，手法夠妖，有趣，能增加產品社交話題的角度充分的發散思維
- 2、 能充分結合產品與創意，最大化凸顯產品特點，讓人記住產品，感知到與其他家電區別
- 3、 能以年輕人的角度、態度去創意，充分挖掘出統帥家電除去常規使用功能之外的更多可能，將產品打造成為具有社交傳播屬性的神器或網紅，從而展現出統帥家電對於目標受眾的吸引力及觸動性
- 4、 我們欣賞新穎獨特的想法，但需把控品牌的調性，符合品牌 VI 規範：①符合簡約/時尚/質感/活力的品牌調性；②畫面呈現要有輕時尚感/舒適/有趣，但不是過度誇張，標新立異，色彩濃烈的調性；③務必符合品牌 VI 規範，詳見以下網盤連結

九、 建議列入事項：

十、 統帥 LOGO、統帥 Slogan、套系產品或單產品務必出現，符合品牌 VI 規範。

統帥相關資料下載連結：<https://pan.baidu.com/s/1AxUp41RlgnTQziiiRnvUuQ>

提取碼：nove

十一、 特殊獎勵：

1. 凡選擇統帥為參賽題目併入圍的作品均有機會在全國範圍內進行投放，作品一經採納，獲獎同學可參與到統帥廣告再製作中，全程參與作品製作及投放
2. 凡選擇統帥為參賽題目，並獲得等級獎的同學均有機會獲得統帥電器頒發的榮譽證書及獎品