**麦富迪×《上新了故宫》“猫蝶祥福”IP创意整合营销**

**广 告 主：**麦富迪

**所属行业：**宠物食品

**执行时间：**2020.08.31-12.26

**参选类别：**IP营销类

**营销背景**

近年来，故宫文创圈粉无数，国风国潮也备受年轻人追捧。

正值《上新了，故宫》第三季播出之际，麦富迪该如何将传统、高端的故宫文化与汇集全球优质食材的萌宠食品结合起来，与年轻人建立沟通互动，赢得年轻养宠消费者的喜爱呢？

**营销目标**

提升品牌形象，借助故宫文化及国风审美，丰富品牌文化内涵。

建立与年轻消费者的沟通互动，吸引年轻养宠人群的关注及喜爱，提升目标消费群体对品牌的价值认同。

**策略与创意**

时值故宫600周年诞辰之际，麦富迪携手云涂，借势《上新了，故宫》节目IP，以宫猫作为故宫与麦富迪品牌的纽带，借故宫文化中“猫蝶”指代“耄耋”的长寿寓意，最终提炼了“猫蝶祥福·喵趣庆生“的创意和传播主题。

以设计精美、内涵丰富的创意物料，助力品牌在《上新了，故宫》节目中的权益展示，社交及短视频平台的互动扩散，以及电商平台双十一店铺视觉、游戏互动、产品礼盒多维度，全面促进品牌声量扩散，推动品牌形象的提升及消费者的喜爱。

**执行过程/媒体表现**

**项目报奖视频：**<https://www.bilibili.com/video/BV1tt4y1z7tc>

1. **产出IP联合创意物料，助力品牌节目权益展现**

* IP创意物料设计，为品牌在《上新了，故宫》节目中的权益露出增光添彩。
* 猫蝶主题创意猫碗的设计，备受年轻人的追捧和喜爱。

猫在喝饮料

描述已自动生成



1. **发售IP定制礼盒，增加产品喜爱度，助力产品销售**

* 推出超高性价比的”猫蝶俸禄“礼盒，以强大的产品力配合极佳的创意组合，吸引到大批年轻宠物主的青睐。
* 礼盒在麦富迪天猫旗舰店销量超9000+，获得消费者的一致好评和喜爱。



1. **持续IP主题延展，海报、视频、抖音挑战赛，社交媒体传播引爆**

* 我们打造了宠猫界帝王F4的趣味形象，以及精美的国风食材海报用于社交媒体传播；

卧室的墙上挂着许多画

低可信度描述已自动生成



* 在短视频平台，以#渣猫#为话题拍摄了宫廷风趣味短视频，并发起了抖音挑战赛，引发宠物用户广泛参与，活动获得超1.6亿次播放；

图形用户界面, 应用程序

描述已自动生成

**抖音挑战赛视频：**<https://www.bilibili.com/video/BV13y4y1m7Dz>

1. **IP创意加持，双十一电商运营，视觉设计+小游戏活动分享，打动年轻消费者的心**

在电商平台，以“猫蝶祥福·喵趣庆生“为主题进行了双十一和年货节的店铺页面装修设计，同时打造了趣味互动小程序游戏，为品牌店铺大大拉升了电商节期间用户访问活跃度与好感度。





**电商小游戏视频：**<https://www.bilibili.com/video/BV1so4y1o7qt/>

**营销效果与市场反馈**

1. 微博 #上新了麦富迪#话题阅读91.5W；
2. 抖音挑战赛 #真渣但真上头# 播放超1.6亿次；
3. 天猫旗舰店小游戏拉动新会员近万人；
4. “猫蝶俸禄”礼盒售卖超9000+份，并获得消费者大量好评和喜爱；
5. 2020年天猫宠物双十一，麦富迪霸占多个榜单TOP 1。