**联想ThinkBook#前途#系列话题营销**

**广 告 主：**联想

**所属行业：**科技

**执行时间：**2020.09-10

**参选类别：**话题营销类

**营销背景**

这是最坏的时代，也是最好的时代，世贸组织预计新冠肺炎期间是“史上最大的崩溃”，中国青年报：疫情下的互联网流量井喷将为新行业加速。在这个最坏的时代破局而立，塑造一个最好的时代。

把握2020这一关键时机，为ThinkBook打造“破局”全新品牌形象！

**营销目标**

制造全民话题「前途」，强势打造ThinkBook品牌精神，以话题旋涡激荡及裹挟所有人一起，“以思考重构世界”！

**策略与创意**

ThinkBook X 王源《前途》话题片

后疫情下，ThinkBook品牌升级战役借大趋势共鸣和2020年的新青年就业的时代关注话题。借由创造#前途#话题，通过代言人王源讲述自己的前途故事，掀起ThinkBook#前途#话题战役。

ThinkBook 《各有前途》 音乐剧

续王源#前途#篇后，夯实ThinkBook创造本产品定位，邀请2020年度在新职业领域的顶流KOL演绎自己的前途。和歌手李斯丹妮、脱口秀演员李雪琴、短视频制作者某幻君一起#各有才艺各有前途#，鼓励中国年轻人走出新前途。

**执行过程/媒体表现**

**全民话题，官媒盛赞：**#前途#话题登上微博热搜，引发热议。获得人民日报三连赞，近百家家官媒转发。央视新闻为#各有才艺各有前途#站台，借ThinkBook #前途#话题鼓励中国青年勇于探索，坚守自己的热爱。

**百位名流点赞：**近150位社会名人、科技顶流、娱乐领袖点赞，在名人圈层获得广泛的好评与影响。

**品牌影响力扩张：**前途的话题战役，大大提升了ThinkBook品牌知名度，为品牌积累粉丝，为产品及销售打好基础。





****



视频连接：

《前途》正片：<http://t.cn/A6GtUnX1>

《各有前途》正片：<http://t.cn/A6GqxIKR>

**营销效果与市场反馈**

* **#前途#系列全民话题。**

全网总曝光量**5.7亿+**，讨论总量**337.1万+**，视频播放总量**1.2亿+**。

**#2020年轻人前途#登上热搜。**

热搜榜**第6名**，话题阅读量**4.7亿**，讨论量**315.7万**，《前途》视频播放总量超**1亿+**。

**人民日报三连赞！**中国日报、新华日报等**59家官媒**共同打Call！

近**100位**社会名人、科技顶流、娱乐领袖点赞。 B站、腾讯视频、爱奇艺等视频媒体**重磅位置推荐**。

* **#各有才艺各有前途#再引全民热议。**

话题阅读量超过**1亿**，讨论**21.4万**，《各有前途》视频播放总量超**2000万+**。

**央视新闻盛赞！50家**官媒共同打call。

100+社会名人点赞品牌短片《各有前途》。B站、腾讯视频、爱奇艺等头部视频媒体**首页置顶。**