

中国名创续写中国非遗

- **品牌名称：**名创优品
- **所属行业：**零售类
- **执行时间：**2023.09.27-10.07
- **参选类别：**跨界联合营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

https://weibo.com/tv/show/1034:4952633056886806?from=old_pc_videoshow

- **【背景】** 随着时代的变迁，从古代流传至今的众多非遗，大多都成为藏品束之高阁，与我们的日常生活需求相距遥远，时至今日，越来越多的非遗早已消失在大众的视野。
- 国庆期间，名创优品聚焦非遗文化，将点竖斜弧的“江永女书”，精妙灵动的“中国剪纸”，以及造型各异的“曹氏风筝”等三种非遗元素，巧妙地融入了自己最擅长的商品设计中——从纸扇、抓夹，到香薰、文具，再到宠物用品.....联合三种技艺的非遗传承人——胡美月、伏兆娥、孔令民，向全国推出了「中国非遗」系列生活好物。

- **【目的】**通过商品承载非遗文化，带动“江永女书”“中国剪纸”“曹氏风筝”三种非遗走进大众视野，更融入大众生活。同时通过传承非遗文化，践行社会责任，带动品牌声量及美誉度提升。

- **【洞察与策略】** 随着时代的发展，很多非遗手艺正在从大众视野消失。而续写非遗最好的方式，是让它们被更多人用起来。“有人在使用非遗，非遗才不会消失”。

- **【创意阐述】**

#中国名创续写中国非遗#

- 名创优品不仅用承载着非遗灵感的商品，把非遗带到年轻人的生活日常，更通过《消失的女书》等系列营销活动，让大家参与到非遗的续写中。



- 【执行过程】
- 1、非遗传承人亮相《消失的非遗》TVC，讲述非遗消失之憾

https://weibo.com/tv/show/1034:4950510189346857?from=old_pc_videoshow

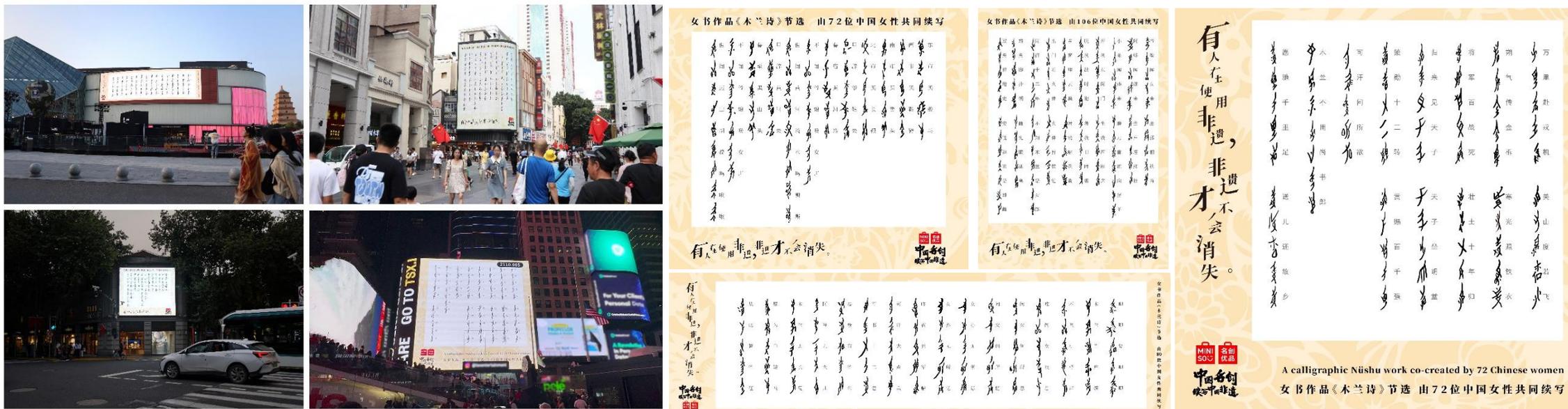
- 【执行过程】
- 2、西安城市形象店变身为非遗主题店，成为国庆期间大唐不夜城的热门打卡地



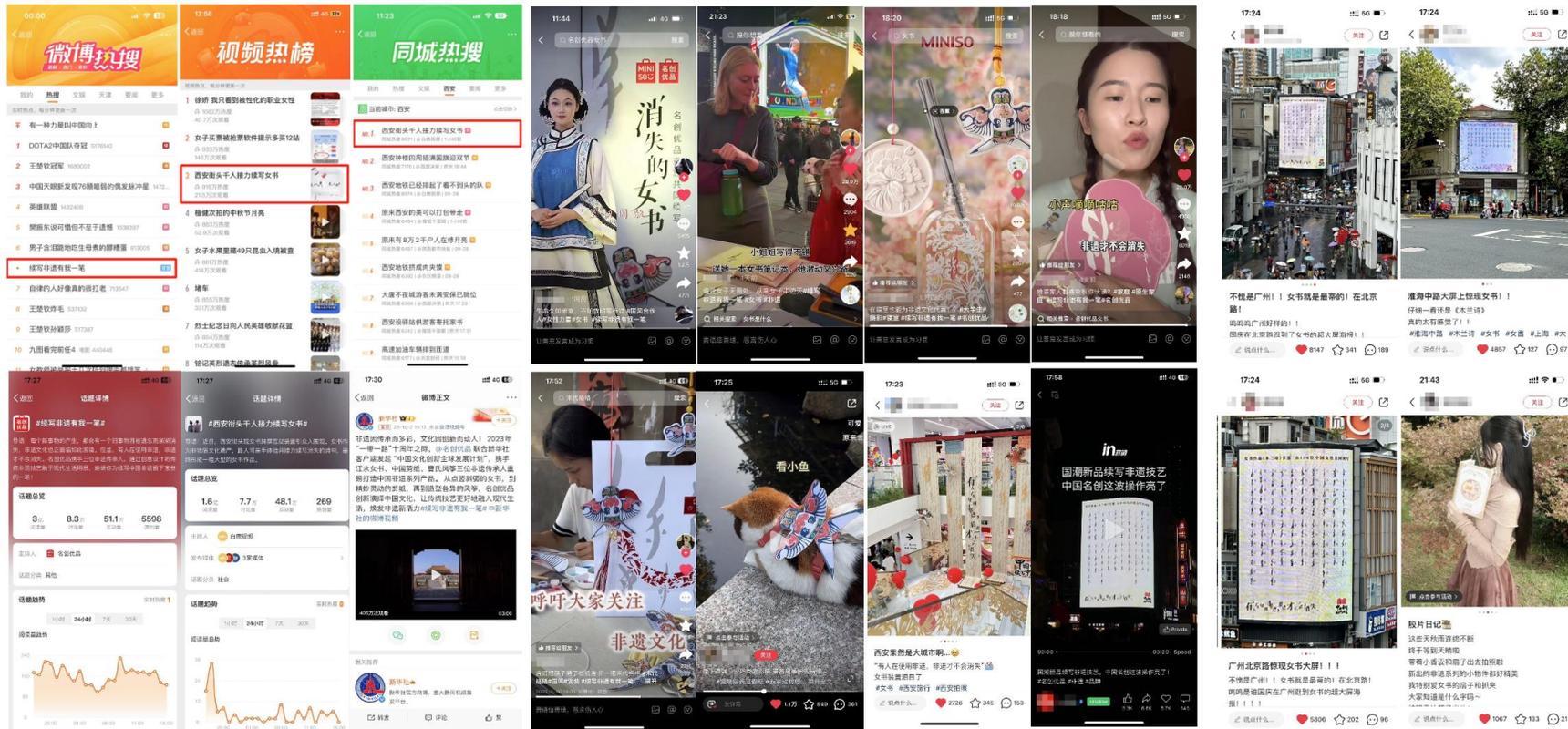
- 【执行过程】
- 3、线下互动活动，千人接力续写《消失的女书》
- 《消失的女书》是一个大型的跨屏互动装置；大屏上的水墨文字，正是由非遗江永女书文字书写的《木兰诗》。当无人参与互动之时，大屏幕上的《木兰诗》会慢慢消失。但是当有参与者根据指引在ipad上对着女书文字临摹，对应的文字就会飞进大屏幕填补空缺，重新组成完整的诗句。



- **【执行过程】**
- 4、女书UGC续写海报，上线四城核心地标大屏
- 10月1日起，在西安大雁塔、广州北京路、上海淮海中路、纽约时代广场等各大城市的核心区域户外大屏上，一幅幅由数百位女性用户共同书写的《木兰诗》的女书作品上线，吸引了众多路人的注目。而作品上的每个字，都是在西安活动现场征集而来的。



- 【执行过程】
- 5、社交媒体热议事件，小众非遗走进大众视野



- **【效果数据】**
- 1.项目总曝光**4.12亿**，互动量**177万**，登上微博**热搜总榜、同城榜、视频榜**
- 2.助力非遗主题店业绩环比增长**超150%**
- 3.超过**3000人**现场参与《消失的女书》续写活动，超过**1000人**红抖晒照分享
- 4.品牌视频微博播放量超**1500万**，抖音投放万互动**爆文率100%**
- 5.非遗×名创优品**心智强绑定**，品牌**美誉度提升**