

“向Young不怕晚” 联想昭阳品牌焕新

- **品牌名称：**联想昭阳
- **所属行业：**3C
- **执行时间：**2023.03.23-06.29
- **参选类别：**明星/达人营销类

结案视频

请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://v.youku.com/v_show/id_XNjM2MzgyNzl0MA

营销背景及目标

营销背景：

昭阳作为联想商用笔记本子品牌，是国内首个商用笔记本产品，在ToB市场拥有很高市占率。但相较“联想小新”等品线，**市场及用户对“昭阳”品牌印象模糊、认知度不足。**

营销目标：

在“昭阳X”系列新品发布之际，**联想希望通过对“昭阳”价值的重新梳理，打响“昭阳”品线差异度，让用户重新认识昭阳。**

机遇与挑战：

- 挑战1：“昭阳”作为商用品线，距离C端消费场景较远，**单纯的B端营销模式很难在消费者心中形成全新的品牌心智。**
- 挑战2：“昭阳”作为国内商用笔记本产品的先驱者，**不可避免的会被消费者打上“老旧”的刻板标签。**

营销策略

ToB产品ToC化营销，“朝阳+昭阳”双顶流组合，打造一场不一样的品牌焕新

我们发现，“昭阳”30年来持续引领商用笔记本潮流，以“零故障”的完美表现，先后支持了北京冬奥会、杭州亚运会等重大赛事。昭阳不只有品牌历史优势，更是陪伴最多企业年轻化的商用本，是不惧“年龄”勇于创新和挑战的品牌。故而我们为昭阳重新梳理品牌价值，引入【向Young不怕晚】这一新的品牌概念。

我们如何通过代言人营销体现昭阳的领先性与年轻化呢？

同是商业领袖，张朝阳作为中国互联网奠基人之一，是中国互联网门户网站的领航者，更在近年来通过与年轻人对话的“张朝阳的物理课”等IP再次出圈，长期以来他的人格魅力与精神力量对年轻人有很强的影响力。

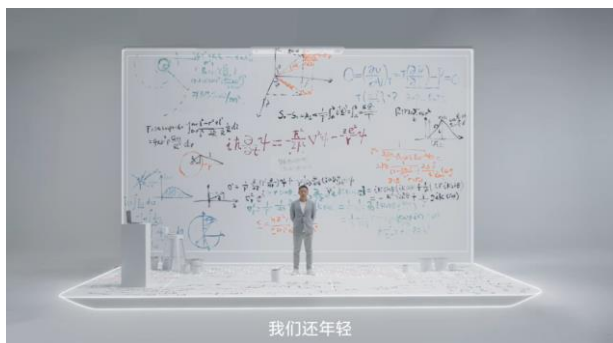
张朝阳与“昭阳”在商业使命、先驱精神与商业价值重塑方面具有高度一致性，都体现了无惧逆境、致力于成为行业领导者的年轻精神。都在各自的道路上披荆斩棘，持续不断的以经历“焕发”生机。

因此我们一反使用明星代言人的营销套路，组建“朝阳+昭阳”双顶流组合，体现“因经历，自在年轻”的品牌主张。

营销创意

传播主题：向Young不怕晚

视频链接：https://www.sohu.com/a/677040263_120950953



创意阐述：

焕新视频以张朝阳先生的主观视角出发，通过原声旁白发问“年轻真的会过期吗”，并通过张朝阳不断探索年轻化内容、不断挑战自我的真实画面资料与新一代年轻用户使用“昭阳”系列产品的场景穿插，来回答这个问题，展示出昭阳品牌“向Young不怕晚，因为经历、自在年轻”的精神。

视频最后将场景落回一个写满物理公式的笔记本电脑，既与张朝阳的物理课标签契合，也为发布会上赠送专属定制笔记本预埋伏笔。

传播与执行

本次品牌焕新项目，邀请张朝阳先生担当品牌体验官，拍摄系列海报及品牌焕新视频，并出席联想商用产品发布会，赠送定制专属个人笔记本等，通过系列合作，持续推动昭阳品牌在年轻职场的影响力。

5月18日

预热海报上线

预热海报上线

5月19日

TVC及海报上线

- 1、《向young不怕晚》
正片视频上线
- 2、视频金句海报上线

6月6日

联想商用产品发布会

- 1、张朝阳出席发布会并
获赠定制笔记本
- 2、发布会定制视频上线
- 3、媒体平台同步直播

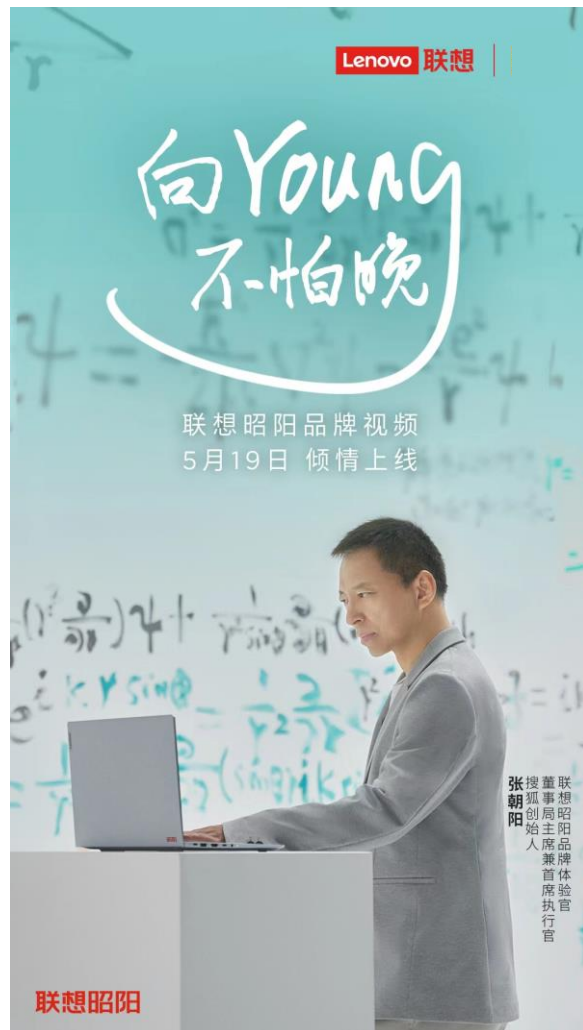
6月8日

后续传播

定制媒体多频道
深度报道

5月26日——6月30日 硬广投放同步推广传播

预热期：“朝阳+昭阳”合作揭晓



提前发布焕新视频预热海报

公布张朝阳先生作为【联想昭阳品牌体验官】身份

上线日期：5月18日

发布文案：

年轻，真的会过期吗？
带着这个问题，联想昭阳携手张朝阳为你解答！
5月19日上午，联想昭阳品牌视频倾情上线
#商用为本
#联想商用产品发布会
#向young不怕晚

发酵期：品牌焕新视频全网宣推，上线观播量2600w

针对笔记本电脑品类，合作期间建立以“媒体平台+双微”为核心的影响力矩阵及以知乎号、百家号、头条号为主的垂直内容矩阵，合作TVC在媒体平台内外上线，覆盖该媒体平台、微信视频号、微博、B站、知乎、快手、头条及百家号等同步宣发

视频号合作发布



媒体微博合作发布



媒体自有平台发布



视频号合作发布



媒体B站合作发布



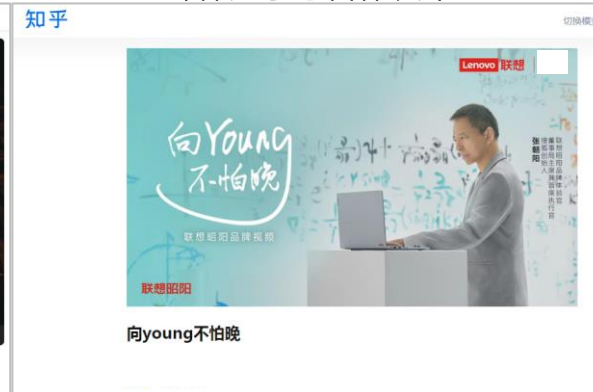
媒体快手合作发布



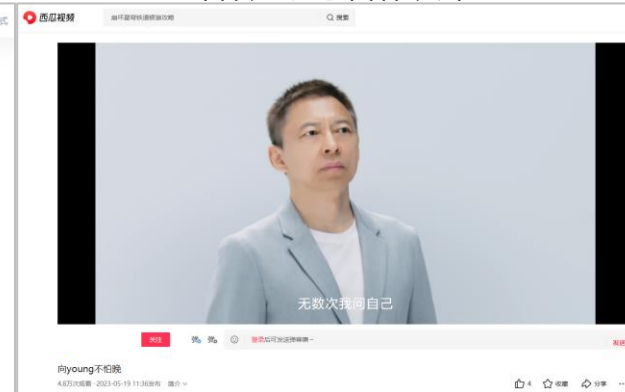
媒体百家号合作发布



媒体知乎号合作发布



媒体头条号合作发布



发酵期：焕新视频金句海报上线，为发布会预热

以TVC为基础，筛选名人金句并拍摄定制金句海报，为6月发布会预热



联想昭阳



联想昭阳



联想昭阳



高潮期：针对新品发布会，进行全维度代言人营销

围绕6月6日发布会节点
从5月下旬开始线上线下全方位
铺展预热
进行多维度的代言人营销

预热1

6月6日发布会当天
提前发布焕新视频90s精剪
短视频预热

预热2

发布会定制
商业预热海报上线

谁又能永远年轻？

2023 联想商用产品发布会
让我们共同经历

年轻不应该只是年龄
而是一种状态



预热3

线下发布会预热
定制张朝阳先生元素的预热车站贴
使用场景：联想总部、西北旺、三标、北研四个办公地点来回接送员工



联想昭阳
X3|X5|X7



商用之本 自在昭阳

张朝阳
联想创始人、董事局主席兼首席执行官
联想昭阳品牌体验官



Lenovo 联想

高潮期：张朝阳出席新品发布会并进行互动

2023年6月6日，联想商用产品发布会举办，张朝阳先生以【联想昭阳品牌体验官】身份出席活动并在发布会上进行了主题发言，阐述昭阳系列产品与Z世代年轻用户的适配性。

同时，发布会上张朝阳先生获赠了“薛定谔方程式”专属定制版笔记本，成为与焕新视频内容相呼应的一个品牌彩蛋。而发布会当天，品牌也为到场嘉宾提供了定制版《张朝阳的物理课》实体书作为伴手礼。



《张朝阳的物理课》实体书
定制联想昭阳合作腰封

高潮期：发布会直播全程联动

发布会直播日期：6月6日

合作媒体对发布会进行了双频道同步直播

该媒体新闻频道

- 直播间在线人数：203万+

该媒体科技频道

- 直播间在线人数：207万+



长尾期：媒体定制稿件发布，曝光845w+

媒体双频道从“用户体验与品牌价值”和“产品性能优势”两个角度对昭阳进行了深度分析解读
通过媒体端内账号及微信公众号发布内容，内容阅读量整体超过845万

以三大价值哪?
2023-06-09 09:59

697 文章 9833万 总阅读

1万 文章 66亿 总阅读

查看TA的文章>

评论 0

分享

微信分享 新浪微博 QQ空间 复制链接

联想昭阳笔记本 度、在铁笼中高

这是6月6日联想

当日，联想举办 ThinkCentre M过向外界展现其

数据显示，联想

以三大价值标准全新定义商用PC，联想的底气在哪?
2023-06-08 20:13



联想昭阳笔记本电脑接口挂上一辆摩托车，10磅保龄球高速暴击A面外壳，加温至42摄氏度、在铁笼中高速滚动，联想昭阳电脑会发生什么? 答案是——依然可以开机使用。

这是6月6日联想商用产品发布会上，联想播放的视频中所展现的画面。

当日，联想举办主题为“商用为本”的商用产品发布会，发布昭阳x7 x5 x3系列商用笔记本，ThinkCentre M大师系列高端商用台式机、ThinkStation P系列史诗级工作站新品。联想通过向外界展现其出色的产品力，进一步夯实了其在商用PC领域的领先地位。

数据显示，联想商用台式机连续22年中国市场份额第一，商用笔记本连续17年中国市场份额

15:09

以三大价值标准全新定义商用PC，联想的底气在哪?
2023-06-08 20:20 发表于北京



联想昭阳笔记本电脑接口挂上一辆摩托车，10磅保龄球高速暴击A面外壳，加温至42摄氏度、在铁笼中高速滚动，联想昭阳电脑会发生什么? 答案是——依然可以开机使用。

这是6月6日联想商用产品发布会上，联想播放的视频中所展现的画面。

当日，联想举办主题为“商用为本”的商用产品发布会，发布昭阳X7、X5、X3系列商用笔记

1.5万 文章 84亿 总阅读

评论 1

分享

微信分享 新浪微博 QQ空间 复制链接

联想昭阳笔记本新品发布 并定义了商用PC标准
2023-06-08 18:59

当Z世代年轻人逐渐成为商业社会的“职场大军”，他们希望拥有一款什么样的商用笔记本?

好看时尚，剪视频不卡，内存空间大，屏幕大不伤眼，使用时间长.....对于这个问题，可能每位职场的年轻人给出的答案都不太一样，企业也无法全面了解不同员工的差异化需求。

如何满足这些多元化的需求? 联想昭阳可能就是这样一款全能商用笔记本神髓。6月6日，在“商用为本·2023联想商用产品发布会”上，联想昭阳“三箭齐发”，推出高能旗舰X7系列、全能首选X5系列和超值入门X3系列新品。通过打造极致超强性能、最全功能、轻薄便捷，全面满足职场Z世代年轻人差异化和个性化的办公需求。



极致全能，性能上再“加码”

“工欲善其事，必先利其器。”作为职场年轻人的生产力工具和提高工作效率的利器，产品性能始终是商用笔记本的重中之重。

对产品力而言，核心在于强悍的性能和全面的功能，从而创造出极致的体验。作为联想旗下的商用笔记本品牌，昭阳始终致力于打造高能旗舰产品，并不断革新和超越自我。此次发布

15:09

联想昭阳笔记本新品发布 并定义了商用PC标准
2023-06-08 19:37 发表于北京



当Z世代年轻人逐渐成为商业社会的“职场大军”，他们希望拥有一款什么样的商用笔记本?

好看时尚，剪视频不卡，内存空间大，屏幕大不伤眼，使用时间长.....对于这个问题，可能每位职场的年轻人给出的答案都不太一样，企业也无法全面了解不同员工的差异化需求。

出店 运营铺

营销效果总结：

焕新项目整体曝光量

4.13亿+

焕新视频全网整体播放量

2600w+

发布会直播热度：

410w+

发布会稿件阅读量

845w+