

东芝街头编曲实验

- **品牌名称:** 东芝
- **所属行业:** 电器
- **执行时间:** 2023.05-12.30
- **参选类别:** 大事件营销类

东芝街头编曲实验

我们希望以东芝电视为“乐器”，以街头群众作为“演奏家”

共同在街头即兴编出一首优秀的歌曲
并且在后续传播的过程中，融入记忆深刻的音乐元素

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://www.xinpianchang.com/a12794640?kw=%E6%83%B3%E8%B1%A1&type=creator&from=search_post

今年4月，东芝在上海AWE上亮出“王炸”系列后，一度引起行业发烧友的热议。

作为黑电领域的头部玩家，东芝针对海外市场又玩儿出了新高度。

#东芝街头编曲实验#

希望以东芝电视为“乐器”，以普通群众作为“演奏家”共同在街头即兴编出一首优秀的歌曲。并在后续传播的过程中，融入记忆深刻的音乐元素。

明确受众人群：25-45的高端人群

专注某个领域并有一定造诣，对产品技术实力敏感，享受生活，有明显且强烈的爱好，追求极致的视听体验；

细分人群：音乐爱好者

在电视画质优质的基础上，关注电视音质表现对艺术和音乐有一定的鉴赏能力，具备乐理知识，甚至能够细致入微地分辨各个部分和乐器的声音，且注重细节，对生活品质有一定追求的用户；

既要可以凸显东芝电视细致入微的视觉画面，也要能清晰辨认各种不同的声音，让新品更好地被目标受众关注，同时也能引起更多人群的兴趣。

我们希望以“编曲”为原点打造创意事件

邀请大家贡献自己的声音，一起堆叠起声音的层次，
每个人贡献的声音，都能在这段编曲中，清晰被听见；

再借东芝Z870将各种层次的声音细腻逼真地还原，
让各种层次的声音和谐共处，用东芝Z870演奏一首有趣的音乐；

采用伪纪录片的视频形式，将事件过程记录下来。从人物出场，实验布置、实验采样、编曲填词、
到MV制作的五大关键场景，层层递进，让用户逐渐代入街头实验中，感受来自东芝Z870独特的音质
与画质的体验。

- ✓ 经验丰富的音乐制作人——邀请有知名度的海外音乐达人出席活动现场；
- ✓ 特立独行的音乐风格——以时下最独特的音乐风格打开年轻用户的市场，顺势推出新品；
- ✓ 确定电音风格——能快速与年轻用户打成一片的曲风；

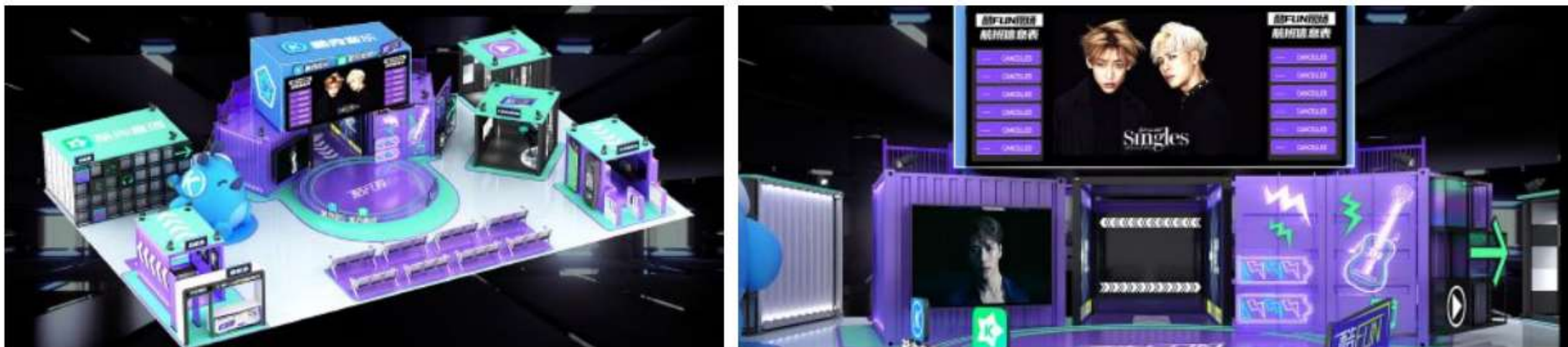


音乐制作人以聊天方式，讲述实验初衷和目的



黑白色调的视频画面中，音乐制作人戴着耳麦、吹着口哨，缓缓走进工作室，他坐在椅子上，转动椅子面对镜头，开始介绍本次街头编曲实验的初衷，是创造一首极具电音感的街头曲目，以此来表现东芝Z870的产品卖点。

以东芝Z870新品电视为核心元素，打造电音感街头新地标



这一幕核心是为最终的音乐表演做铺垫，所以我们在街头用东芝Z870布置一个相对潮流的表演场地布置的视觉风格植入电子元素，更好地从视觉上与电音相结合。

用轻快的音乐节奏和电子光效记录布置过程



以1.5倍的速度播放街头实验场景的布置过程，工作人员推出来10几台东芝Z870，并布置吉他、架子鼓、贝斯、键盘、麦克风等乐器设备，以及不常见的乐器如非洲鼓等，甚至还有日常所见的玻璃杯、刀叉、筷子、水壶等。



1. 布置规划

TOSHIBA 东芝

现场布置成音乐实验室，并以东芝Z870新品电视为核心



- 打造极具悬念感和科技感的实验室氛围，将东芝Z870新品电视作为其中最重要的实验器具
- 视觉上用声、光、电等元素，渲染酷炫的感觉，也与电音元素更为贴近

东芝Z870街头演出「引」爆事件高潮



演出现场以东芝Z870为核心打造的街头即兴表演场地，加入酷炫的灯光元素，利用电子光效更好与电音元素结合，吸引观众。



IG&YT发布的视频：7次

总浏览量：145,899次

总互动量：2492次

发布表格

姓名	链接	平台	粉丝	国家	发布日期	发布链接
carlosxibille	https://www.instagram.com/carlosxibille/	Instagram	260k	Brazil	11.3	https://www.instagram.com/p/CzKb90ONqfz/
@indica_filmes	https://instagram.com/indica_filmes	Instagram	333k	Brazil	11.8	https://www.instagram.com/p/CzWNAObLDOY/
M Bros Reactions	https://www.youtube.com/@MBrosReactions/featured	YouTube	760k	India	11.4	https://www.youtube.com/watch?v=-A0PALe-H70&t=147s
Hunter Reilly	https://www.instagram.com/hunterreilly/	Instagram	301k	澳洲	11.15	https://www.instagram.com/reel/Czr47awPqLx/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==
Lucas Ivkovic	https://www.youtube.com/channel/UCHqB_zfGKm7vXt1-VXvF10Q	YouTube	817k	澳洲	11.16	https://youtu.be/2Fb-P3oaeEM?si=1Lan6KETbfYgTil6
Von Artini	https://www.instagram.com/vonartini/	Instagram	193k	澳洲	11.17	https://www.instagram.com/reel/CzvLicyyqwV/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==
Aaron	https://www.instagram.com/imaaroncasa/	Instagram	122k	澳洲	11.15	https://www.instagram.com/reel/CzqW8iHL_GQ/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==



YouTube

Lucas Ivkovic

Views:27,672 Interaction:85



M bros

Views:22,339 Interactions:115

Instagram

TOSHIBA 东芝

Carlosxibille



Views: 33,835 Interactions: 356

Von Artini



Views:22,167 Interactions:655

Instagram

TOSHIBA 东芝

Hunter Reilly



Views:11,208 Interactions:765

Aaron casa



Views:4,070 Interactions:121

Indica Filmes



Views:24,608 Interactions:395