**快手磁力引擎《2023天气晴》**

**广 告 主**：快手磁力引擎

**所属行业**：互联网

**执行时间**：2023.01.03-1.15

**参选类别**：跨界联合营销类

**营销背景**

2022年，疫情反复、极端天气、股市跌宕，面对大环境的不确定性，传统围绕年味、团圆的春节营销内容，已然无法获得大众的共鸣，新年到来之际，全民更需要一场鼓励，一场祝福，开启全新的2023。

春节前夕，快手磁力引擎携手中国气象局打造一场跨界春节营销事件，以「2023天气晴」气象预报为核心，线上线下联动，为5亿+老铁加油鼓劲，传递积极向上的新气象，重塑信心，相信2023会更好。

**营销目标**

借助春节营销节点，跳脱传统的CNY营销内容及模式，打造特色化的春节营销showacase，持续传递快手新市井的内容及价值。

跨界合作中国气象及铁磁品牌，以平台内容为核心，打造出圈爆款内容，线上+线下联动，传递天气晴的超级符号，重新B端及C端的新年信心。

**策略与创意**

磁力引擎联合中国气象发布《2023天气晴》，以气象预报为核心，释放新年信心，联动中国气象三大官方账号联合发布，共同传递积极向上的新气象。

跨界携手8大品牌合作，空降六城发出相信之声。联动京东、加多宝、劲酒、伊利欣活、起亚、oppo、美加净、香肠派对等8大铁磁品牌，攒了一场信心局，打造品牌联名海报，上线北京、广州、天津、重庆、武汉、南京六座城市，传递新年信心。

快手特色达人助力化身天晴预报员，线上线下为2023打Call。邀请牧民达西、绝世的陈逗逗、村里的初七、西二旗柴哥等四位特色达人，从天南地北发布好天气晴预报，站内发起挑战赛，新市井艺术家花式整活，共同为2023加油鼓劲。

**执行过程/媒体表现**

快手站内重磅资源强势助推，开屏、弹窗、侧边栏精选banner等多样化资源助推，站内挑战赛吸引全网老铁参与，挑战赛视频播放量超22亿+，成功登上快手热榜2次；

多维媒体渠道传播，线上覆盖网媒、微博、微信、社群等全渠道，跨界联动中国气象三大账号、及8大品牌官方矩阵共同助推，获得行业大咖点赞；线下亮相北京、广州、天津、重庆、武汉、南京六座城市地标LED大屏，实现线上+线下的大曝光，成功打造2023天气晴的新年符号

**营销效果与市场反馈**

活动整体曝光：24.7亿+

线上活动挑战赛播放量:22.2亿+，《2023天气晴》视频曝光量：1000W+，登上快手热榜2次；

跨界合作中国气象，打造《2023天气晴》的新年符号，获得超50+行业大咖点赞；

携手八大品牌亮相六大城市地标，活动曝光量：566W。