

# 29TH CIAF 2022

第29届中国国际广告节

长城奖商业作品征集大赛



<http://www.chinaciaf.org>

The background is a solid blue color with a stylized, layered landscape. In the foreground, there are dark blue, rounded hills. A silhouette of a Great Wall with crenellations runs across the middle ground, curving from the left towards the center. In the background, there are lighter blue, wavy hills. The overall aesthetic is clean and modern.

# 《不月光加油站》

作品名称

## 强化“校园圈”业务场景

- 【背景】学生党已经成为了闲鱼平台上占比极高的一个群体，趁高校开学之际，闲鱼推出了新社区“闲鱼校园圈”业务，让闲鱼平台接入到校园生活。为大学生打造可信任的趣味校园生活圈，让百万大学生在这里交流交易。
- 【目的】推广新产品“闲鱼校园圈”，在开学季打造话题性的大事件，**传递“校园圈”可以卖闲置、靠技能、靠脑洞赚钱等业务卖点**，吸引更多学生注册认证。

## 建立“月光”=没钱=上闲鱼的超级符号

中秋节的月光，是思念团圆的代名词，而大学生心中的月光，则常常是生活费的后缀，生活费月光是大学生生活的常态。于是，闲鱼选择月亮作为超级符号，建立看到月亮，想到月光，就上闲鱼的联想。中秋月圆之夜，在同济大学打造了一轮超级月亮和一座不月光加油站。

## 不月光加油站

为了建立月光等于“月光”的联想，我们在中秋节月圆之夜，在上海同济大学打造一轮超级大月亮，和一座不月光加油站。学生们看到月亮，想起月光，就可以将自己的闲置物品，拿到不月光加油站，拍照上传闲鱼校园圈，从而赚取生活费，生活不月光。

## 超级月亮打造超级符号，在特别的时间给出“月光”的行动指令

在中秋的节点，我们造了半轮圆月，将节点的“月光”和学生痛点“月光”结合，用一个最小的记忆单位，建立起「看到月亮，想到月光，就上闲鱼」的印记。瞬时成为打卡圣地，前来打卡拍照留念的同学络绎不绝。



## 同济大学建造“不月光加油站”，将指令进行实时转化

为了强化校园人群的垂直营销，在同济大学大月亮的边上放置一个创意装置“不月光加油站”，同学们可以通过不月光加油站上传物品同校交易，解决“月光”问题。



## 多话题登高位热搜，上海同城火速出圈

从装置延伸出的话题 #同济大学超级月亮好绝#、#上海同济超级月亮助力学生不月光#阅读量、#天狗吃月亮的原因找到了#等几大话题同时登上微博热搜，同时也多次登上广告案例封面头条，成为中秋节最炙手可热的品牌案例之一。





全 网 话 题 量

1.5 亿 +

热 搜 位 置

第 二 位

全 网 讨 论 量

5 万 + 人 次



结束语