

青蛙王子:打造中国版的迪士尼

21世纪是品牌的世纪,未来是品牌的时代,试想一个没有自主品牌,或者一个没有品牌竞争力的企业又如何在未来的竞争中取胜?品牌二极法告诉我们:高度创造第一,角度构建唯一,只有做第一才有大赢的机会,不能做第一,就需要寻找可以成为第一的领域和战场。

本土婴童护理品牌青蛙王子在自身品牌塑造上,成功找到了一个独特领域。始终坚持采取品牌文化营销策略,使得青蛙王子在增强其品牌的市场渗透力方面取得了显著效果,对消费者也产生着潜移默化的影响。

■ 恭斯



资本国际化 提升品牌价值

当然,除了动画文化营销,青蛙王子还在去年启动了品牌升级工程和资本国际化进程,2011年7月于香港联交所上市,标志企业发展达到全新的阶段。在香港联交所成功上市不久青蛙王子还以七位数签下亚洲巨星陈慧琳(Kelly)担任品牌的全新形象代言人。

此前,青蛙王子以其健康、活泼、富有灵性的卡通形象,获得了小朋友们的青睐,更以其天然、温和、优质的品牌印象深入人心,获得了广大妈妈的认可和信赖。此次,邀请陈慧琳代言青蛙王子,不仅因为陈慧琳热心公益、关爱儿童的健康形象与青蛙王子梦想呵护未来的品牌特点不谋而合,而已经是两位孩子妈妈的陈慧琳,举手投足之间更是展现了青蛙王子对妈妈的理解——健康、自然、关爱以及对孩子无限的爱意。青蛙王子希望提升品牌影响力的同时,通过陈慧琳的正面形象及影响力,将关爱孩子健康成长这一宗旨传递给每一位妈妈,为社会多担当一些企业的社会责任。

优秀业绩 推动品牌全面发展

经过一系列的品牌化运作,2011年青蛙王子年报显示,公司全年业绩实现了显著的增长。截至2011年12月31日,青蛙王子收益约为人民币12.7亿元,较2010年的8.4亿元增加了51.5%,其中儿童个人护理产品收益增长71.3%至人民币9.2亿元。在国内儿童日化品牌中,按零售额计算,青蛙王子在护肤产品、沐浴洗发产品及口腔护理产品市场均拥有最大份额,成为国内领先的儿童护理品牌。

2012年5月,里昂证券表示,青蛙王子配合其电视卡通节目,拥有独特的品牌业务策略,相信其第三季卡通片将成为公司2013年催化剂,有助增加市场份额。

未来,随着《青蛙王子》第三部上映,青蛙王子准备围绕动画形象,展开新一轮的品牌攻势,并准备开发相关衍生产品,欲打造中国版迪士尼帝国。



动漫文化塑造品牌影响力

2012年2月,由青蛙王子全额投资制作的第二部52集原创动画片《青蛙王子之蛙蛙探险队》再次在央视少儿频道动画剧场播出。

2012年4月28日至5月3日,第八届中国国际动漫节移师中国杭州动漫产业的重镇——滨江区白马湖生态创意城举行。青蛙王子虽然只是第二次参展,但受到许多市民和小朋友的追捧。展会上青蛙王子人偶凭借其健康、活泼、富有灵性的卡通形象,深得大家的喜爱,吸引了众多纷纷上前合影。

两部《青蛙王子》系列动画片,让很多小朋友和家长记住了健康、活泼、富有灵性的小青蛙,同时也记住了青蛙王子品牌。青蛙王子一直坚持以动漫文化塑造企业品牌,在小朋友和家长的心里植

入青蛙王子的品牌印记。

事实证明,动漫与品牌文化营销的完美结合,给青蛙王子带来的不仅仅是可观的经济效益,更是对青蛙王子品牌的广泛认可与赞誉,尤其是政府的肯定,更为“青蛙王子”在中国的品牌影响力创造了无可估量的附加值。

在现在广告效果日渐下滑的今天,文化营销成为企业塑造品牌非常有效的方法。青蛙王子早在2005年就投资制作100集原创动画片《青蛙王子》,成为国内首家进入动漫文化产业的日化企业。在当时青黄不接的原创动画市场,这部100集的动画片完全可以当做文化产品出售。但青蛙王子没有贴片广告,也没有把它卖给电视台,而是允许各级电视台免费播放。

从2005年至2008年,动画片《青蛙王子》在央视少儿频道黄金强档和全国100多家地方电视台循环播放。2009年青蛙王子再接再厉,投拍了第二部52集的动画片《青蛙王子之蛙蛙探险队》。这部动画片参加国家广电总局的评审,并获得了特等奖。青蛙王子通过动漫产业与品牌相结合的独特宣传方式,以动漫文化树立青蛙王子品牌的认知,提升品牌知名度和美誉度,收到了很好的效果。

《青蛙王子》第三部已在紧锣密鼓地筹拍之中,据知情人士透露,制作方有意为该片增添一位新角色,目前,正借助@青蛙王子官方微博平台开展新角色的投票活动,通过活动数据不难发现,粉丝参与情况良好。相信,不久新一季《青蛙王

子》就将和国内的小朋友们见面了。

“我们希望通过动画片投入,培养忠实的消费群体,助力中国儿童培养勇敢、乐观的心态,倡导他们树立‘绿色、健康、环保’的意识,从中延伸我们的品牌文化。”在谈及该部动画片的拍摄初衷时,青蛙王子董事长李振辉介绍。

“没有深厚文化底蕴的品牌最终是没有未来的。中国文化给予我们深厚的土壤,怎么样把中国的文化嫁接到品牌里面是至关重要的。”国内日化行业某资深专家介绍,“《青蛙王子》动画片的成功制作,不仅给中国原创动画事业带来了生机,还对青蛙王子良好形象的塑造有着重要的意义,青蛙王子用文化产品带动品牌发展的营销策略,在本土婴童日化企业中树立了典范,很值得借鉴。”

代言人:



陈慧琳



青蛙王子®
专心致意 儿童护理





股份代号: 01259.HK

新浪微博 @青蛙王子官方微博
weibo.com

Frog Prince (China) Daily Chemicals Co., Ltd. **青蛙王子(中国)日化有限公司**

地址: 福建省漳州市蓝田经济开发区 消费者服务热线: 400-8886133或0596-2172632 网址: www.qwwwz.com