



YouTube 年度廣告大賞

最佳廣告突破獎



2021



得獎獎項

最佳廣告突破獎

得獎者

舒潔 Viva 拋棄式抹布： Dear 拋棄吧！

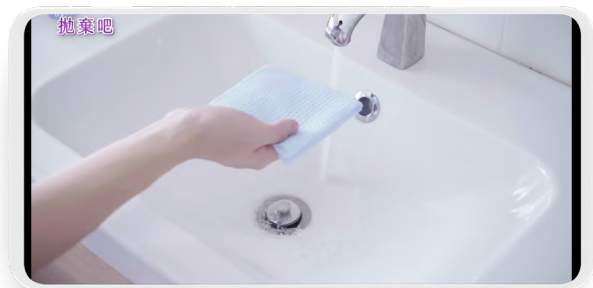
媒體／廣告代理商名稱

香港商台灣偉門智威有限公司台灣分公司 貝立德股份有限公司



生意挑戰與背景

在韓國熱銷的拋棄式紙抹布，在台灣卻一直沒獲得好評與廣泛討論。然而根據調查，其實大部分的潛在消費者對於現有抹布的乾淨及衛生是有疑慮甚至不滿。因此，對舒潔 Viva 而言，如何改變消費者清潔習慣來吸引對現有抹布有不滿的消費者是十分重要的。



創意策略

Viva 拋棄式抹布廣告最大的特點在於，將「韓國熱銷」與「乾淨」具象化。形塑出一名韓系暖男，在家庭裡各個抹布使用場景中的困擾時刻現身，並拯救家庭主婦，將主婦心裡有關不乾淨的環境和有異味的抹布的疑慮、通通一掃而空，換來徹底的乾淨。

另外，因應社群之特性，將影片包裝成韓劇，並應用韓文與中文的眾多相似性，將 Viva【Dear 拋棄吧！】韓劇以「台式韓文」的方式呈現，讓故事更加有趣吸睛。

YouTube 的運用

Viva 拋棄式抹布廣告在利用 YouTube 的 TrueView In-stream Ads 來提高目標受眾對廣告的認知度和興趣。

YouTube 執行共分為三個階段：

- ▼ 第一階段以廣度觸及為主要目的。
- ▼ 第二階段以優化 VTR 為主要目標。
- ▼ 第三階段主要著重在增加播放頻率與消費者進行溝通。

廣告活動目的

- ▶ 向消費者傳達 Viva 拋棄式紙抹布的明確商品特性，藉此提升知名度
- ▶ 同時增加消費者需求來提高銷售量



得獎原因

Viva【Dear 拋棄吧！】廣告以全新手法吸引了受眾的注意力。在介紹創新商品同時，成功地改變消費者對紙抹布品類的看法。為了克服低產品認知度的問題，【Dear 拋棄吧！】選擇透過消費者可能會感興趣的娛樂韓劇內容來宣傳他們的訊息。其廣告內容不僅有趣，放在 YouTube 上播放也有優秀的表現。此廣告影片也確實給消費者留下了印象並改變了他們目前的清潔行為。

「傳統的抹布上面的細菌是很多的，等於你把一個很髒的抹布，再拿來擦在你平常可能會食用的器具上。如果沒記錯，這至少也是有個十幾年的商品了，市場上的問題恐怕一直沒有解決，因為還是沒有辦法去扭轉主婦們對於抹布們的既有認知。但它這次藉由韓劇，其實我在看的時候我們全家都在笑，非常快速地連結，然後當代目前三四十歲的人對於韓劇的習慣性是非常高的，我覺得這就是它很強調的一個突破。那就結果而言也確實不錯，所以我會覺得它做出很好的突破。」



一盧建彰，廣告導演

整體成效

上線三星期內，
YouTube 突破

250 萬
觀看

2021 年第一季銷售即到達

+150%
成長

獲得廣告裁判主動分享，
創造

9.9 萬

觀看與上千次的分享

獲得 TVBS 報導，
媒體成效 VTR 達

36.04%

成功獲得消費者關注、轉發與討論，
提升品類知名度

經驗／學習

► YouTube 推動分享及引爆討論的獨特力量

Viva【Dear 拋棄吧！】的敘事方式對臺灣的家庭主婦來說，相當新鮮且容易感同身受。為了觸及更多的目標受眾，此廣告採用了 YouTube TrueView In-stream Ads，不僅有效推動品類的認知度，更在消費者中引起大量的轉發及討論。

