

# 飞鹤抢占春节势能，引爆品牌声量

- ◆ **品牌名称:** 飞鹤
- ◆ **所属行业:** 食品饮料类
- ◆ **执行时间:** 2023.01.03-01.15
- ◆ **参选类别:** 食品饮料类

- 在春节这样竞争激烈的节日里，内容营销想要出圈其实是“难上加难”，真正优秀的CNY策略，应当**有话题，有销量，有参与，有转化。**
- 当前大多数品牌的广告与内容依旧割裂，创意极其出众，但转化效果难以保证。尤其互联网红利触顶，观众的审美水平日益提高，找到**内容营销的新玩法新增量**，已经不只是老牌国货所面临的重要课题。



## 策略执行

春节是各大品牌竞争激烈的风水宝地，  
要在这样的节日里打造出优秀的CNY策略一飞而出，  
面对成熟的互联网世界，  
飞鹤通过升级打爆、节点打响、理念打透  
三大核心营销背景让飞鹤飞进消费者的心里。

### 升级打爆

焕新成立六十年的品牌新形象  
短频快最大化传播

### 节点打响

借势国民CNY节点和创新形式在同  
质化营销里脱颖而出

### 理念打透

强化“鲜萃活性营养”理念  
实现品效销的一体化营销



## STEP1 感知鲜萃——1+N占位的游戏机制全面

主会场  
最大流量高能呈现  
“鲜萃活性营养”



**22.5亿**

“兔兔大合成”游戏合成的兔子总数超过



集福卡上线稀缺万能卡  
疯抢“鲜萃活性营养”



**10000**

集福卡获得666元大红包人数

亲朋好友供财神  
裂变互动带动飞鹤热度



**4.6亿+**

累计组队PK次数

## STEP2 感玩鲜萃——首创家年华直播沉浸式互动



- 超强明星预热
- 14位 明星录制打Call视频
- 29H全民看播
- 国民级时间飞鹤全时段露出
- 明星达人口播/互动
- 高能瓜分红包
- 边看播边抢红包, 趣味值拉满
- 创新搜索红包/多轮红包雨



快手家年华总观看  
**60亿+**



集体红包雨  
飞鹤总露出  
**27亿+**



多样式权益强势曝光鲜萃年味+首创搜索红包+电商链路打通, 促进感玩鲜萃营养激情下单;

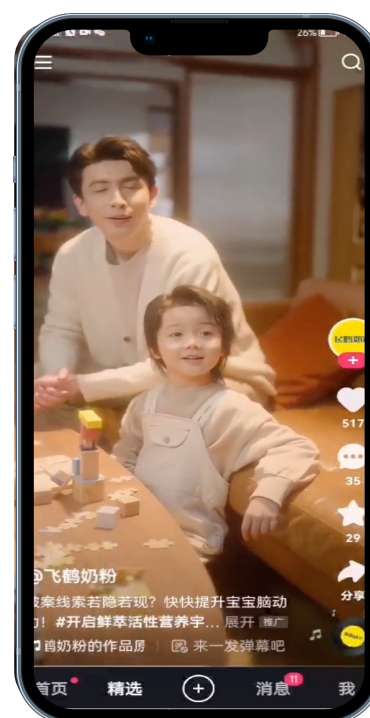
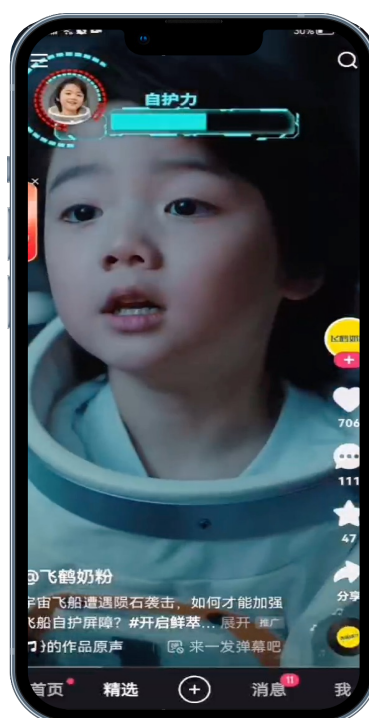
## STEP3 感触鲜萃——硬广大曝光

### 投放策略

- ★ 黄金曝光重点聚焦，快手开屏资源价格优势强，性价比高，主要预算建议用于开屏；
- ★ 信息流资源次选&品牌助推次优先；

### 优化建议

- ★ 建议春节期间增加搜索品牌专区，价格便宜性价比高，更利于品牌信息传达，精准拦截沉淀粉丝；



### 定向策略

- ★ eyeMAX 开屏女性通投，帮助鲜萃品牌信息大曝光；
- ★ 优先定向母婴人群，充分高频次触达，鲜萃信息心智透传；
- ★ 搜索人群精准触达，行业高关注人群触达辅助引流电商；

配合飞鹤整体传播节奏进行周期性投放，累计**曝光量达1.82亿**，**点击量达1040.3万**；

# STEP3 感触鲜萃——魔表大裂变



UGC混剪点击可播放



挑战赛总作品量 <b>26万</b>	话题总播放 <b>17.3亿</b>	飞鹤魔表使用数 <b>40万+</b>
伊利臻浓2022年开年挑战赛 700W预算、最终5.9亿播放量	<b>数据对比</b>	德芙2022年开年挑战赛 1100W预算、最终11亿播放量

- 构思炫** 飞鹤包框强化品牌视觉占位 多款产品霸屏C位植入心智 自发拍摄触发鲜萃活性营养;
- 趣味浓** 科技感面具+新年祝福滚动 兔年氛围感+宝宝测试结合 视觉效果拉满吸睛全民互动;
- 传播强** 定制BGM与趣味互动结合, 让用户在拍摄的同时潜移默化实现品牌种草;

**快手 VS 抖音**

**胜** 创意酷炫程度更胜一筹

**胜** 明星、达人拍摄阵容

快手将产品元素在动效中做了放大效果, 使产品短时间内面积放大, 以及增加光效, 使飞鹤品牌元素更为吸睛更为突出。



## 资源溢出，造就千万曝光新可能

### 朋友圈+宝宝树核心媒体宣推



宝宝树曝光399万  
朋友圈曝光1255万

快手  
诚意

### 合生汇快闪核心堆头+PR



快手  
诚意

### 70+媒体PR传播



## “妈妈墙” 热点营销形成更大范围的社会影响力

第1步：热点爆发，登上热搜

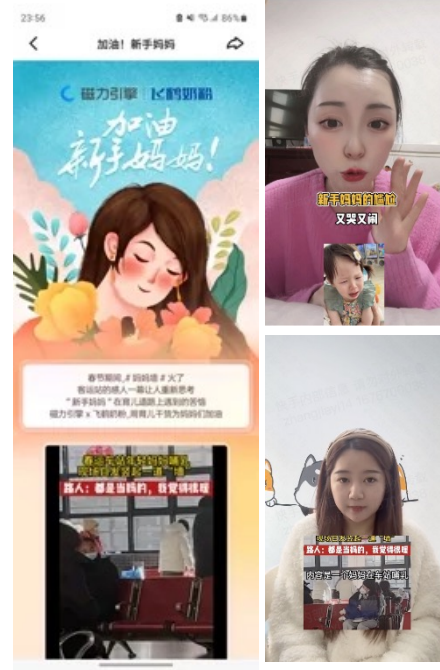
第2步：飞鹤接力为妈妈加油

第3步：圈外持续发酵

第4步：线下公益



妈妈墙事件在站内通过主流媒体平台的转发对事件流量与热度给予大量扶持，第一波原生内容在快手站内取得热议。



专题围绕母婴健康培育等标签展开，亲子垂类共邀约8位育儿类高热的百万博主进行创作。



通过站外各平台的持续传播与发酵，最终共计吸引120多家媒体相继报道。



发起移动母婴室公益活动，在不同城市设立10座移动母婴室，缓解女性哺乳窘境，为新手妈妈加油，同时呼吁社会各圈层关注女性哺乳问题。

## 营销效果

主会场  
最大流量高能呈现  
“鲜萃活性营养”



**22.5亿**

“兔兔大合成” 游戏合成的兔子总数超过



集福卡上线稀缺万能卡  
疯抢“鲜萃活性营养”

10000

集福卡获得666元大红包人数



亲朋好友供财神  
裂变互动带动飞鹤热度

**4.6亿+**

累计组队PK次数



快手家年华总观看

**60亿+**



集体红包雨飞鹤总露出

**27亿+**

CNY资源灌入实现电商品牌号涨粉**370w+**  
累计GMV75w+, 圈出2.8w试用装消费者。

挑战赛总作品量

**26万**

话题总播放

**17.3亿**

飞鹤魔表使用数

**40万+**



伊利臻浓2022年开年挑战赛  
700W预算、最终**6.9亿**播放量



德芙2022年开年挑战赛  
1100W预算、最终**11亿**播放量



配合飞鹤整体传播节奏进行周期性投放, 累计曝光量达**1.82亿**, 点击量达**1040.3万**;

## 项目亮点

通过「顶级炸圈的曝光形式+极具创意的直播互动+品效销一体化的营销链路」让飞鹤鲜萃形象深入人心。

### 有爆点



创新N+1会场机制，飞鹤鲜萃在福利中爆屏。借势快手流量360度无死角感受飞鹤新年存在感，将兔年特色游戏机制自然植入在福利中感知鲜萃。

### 有回响



首创家年华29H直播超长直播超多红包搜飞鹤。沉浸式超长直播陪伴+创新样式互动，全民裂变式疯抢新年红包，快手通过“猜、抽、抢、开、弹、下”六大趣味玩法引导用户参与互动解锁飞鹤红包。

### 有击透



品牌私域长效经营全路径覆盖沉淀粉丝，搭建品牌矩阵承接营销流量，覆盖前后链路实现长效经营，快速搭建品牌矩阵账号，完善流量承接，借资源强势引流让目标用户成为铁粉。

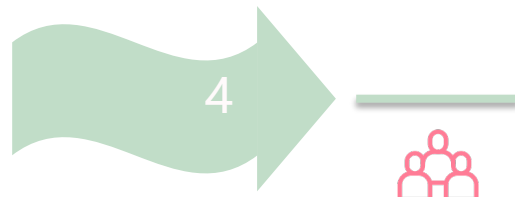
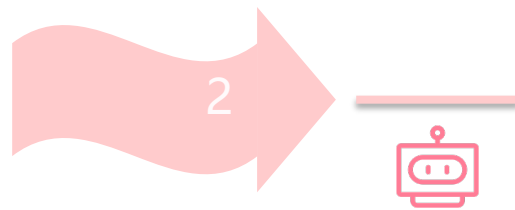
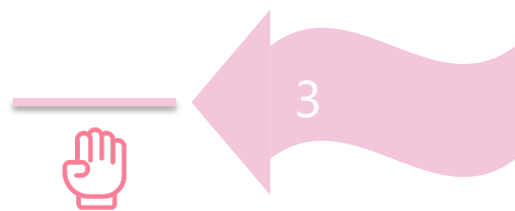
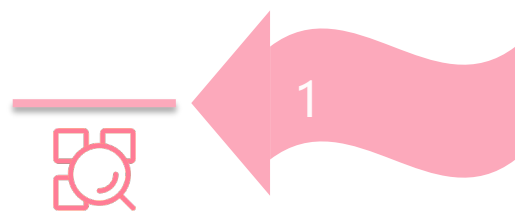
- “妈妈墙”热点营销，公益拔高品牌高度。联合飞鹤捐助爱心母婴室关爱哺乳妈妈，为飞鹤形成更大范围社会影响力和美誉度！飞鹤品牌影响力飞速提升，关注度遥遥领先！飞鹤内容资产一路狂飙，“鲜萃”认知直线上升！双账号沉淀百万粉丝，打通「曝光-认知-转化」营销通路。

## 超强互动

快手年度最火活动，击穿平台跃入人海。飞鹤独家冠名快手“迎兔年分20亿”春节活动，创新游戏1+N会场全覆盖，在福利满满中感知“鲜萃活性营养”。

## 超强挑战

创意魔表挑战赛，引爆UGC裂变感玩鲜萃。创意炸圈，春节+科技双重加持#鲜萃活性营养宇宙#挑战，掀起营养拍摄互动热潮，全民感触鲜萃活性营养。



## 超新体验

首创超级直播间，29H沉浸式感知鲜萃。  
①首创家年华29H大型直播互动，创意互动花式植入飞鹤，除夕看、玩、买全激活，沉浸式最大化感玩“鲜萃活性营养”。  
②新年29H不断电直播，全时段露出鲜萃活性营养概念，超丰富且巧妙创意的互动形式可360度感玩“鲜萃活性营养”。

## 超正能量

公益拔高品牌高度，爱心母婴室关爱妈妈群体。“妈妈墙”热点营销！联合飞鹤奶粉捐助爱心母婴室关爱哺乳妈妈，为飞鹤形成更大范围社会影响力和美誉度！