

纯果乐

- ◆ 品牌全称：百事纯果乐
- ◆ 所属行业：食品饮料类
- ◆ 参选类别：年度移动营销创新力品牌



● 品牌简介

• 品牌发展

·纯果乐(Tropicana)果汁品牌，纯果乐诞生于美国的水果盛产地佛罗里达，1946年，开始正式进入饮料市场。

·1998年，被百事公司收购，成为百事全球饮料战略中的重要组成部分。

纯果乐产品已经丰富到包括百分百纯果汁、营养果汁、混合果汁、青年果饮、儿童果饮在内的全线果汁饮料产品。

·作为非浓缩复原果汁饮料(NFC)的创始品牌，其直接来源于水果的产品特点及追求“最好的水果，最美的生活”的品牌理念。

·百事纯果乐2007进入中国果汁市场，面向中国消费者推出全球果汁第一品牌“纯果乐(Tropicana)”旗下混合果汁饮料——“果缤纷”。



● 品牌简介

• 市场定位

随着数字化时代的到来，消费者对于品牌互动体验的需求日益增长。百事纯果乐品牌面对2024年中国市场的春节营销，旨在通过创新的数字游园场景，结合3D场景化的形式，打造一个全新的品宣曝光和心智连接的体验。该体验旨在通过深度经营，将使用群体和购买群体简单链接起来，同时融入百事纯果乐的品牌元素，制作场景活动，以简洁、大气、高级的视觉感受优化整体交互，增强用户的参与感和沉浸感。

百事纯果乐品牌希望通过一物一码技术提升产品在新年期间的附加值，通过全时段红包福利和创新AR技术与品牌自创IP“缤纷龙”沉浸交互，为用户打造一个新春互动盛宴。这不仅传递了品牌“缤纷好彩头”的核心理念，也旨在促进产品在CNY期间销量的大幅提升。

综上所述，百事纯果乐的2024年CNY数字庙会场景项目背景，是建立在品牌对数字化营销的深刻理解和技术应用的成功经验之上，旨在通过创新的技术手段和深度的消费者互动，提升品牌形象和市场竞争能力。



● 品牌简介

• 目标人群

青少年人群
席卷线上线下 打造品效销合一



热度加优 年味拉满

联动CNY线下沟通，多领域内容覆盖



内容加优 提升品牌深度

全新互动助力传播，传递缤纷好彩头



好感加优 触达核心人群

联动目标圈层沟通 多档活动人群渗透分析



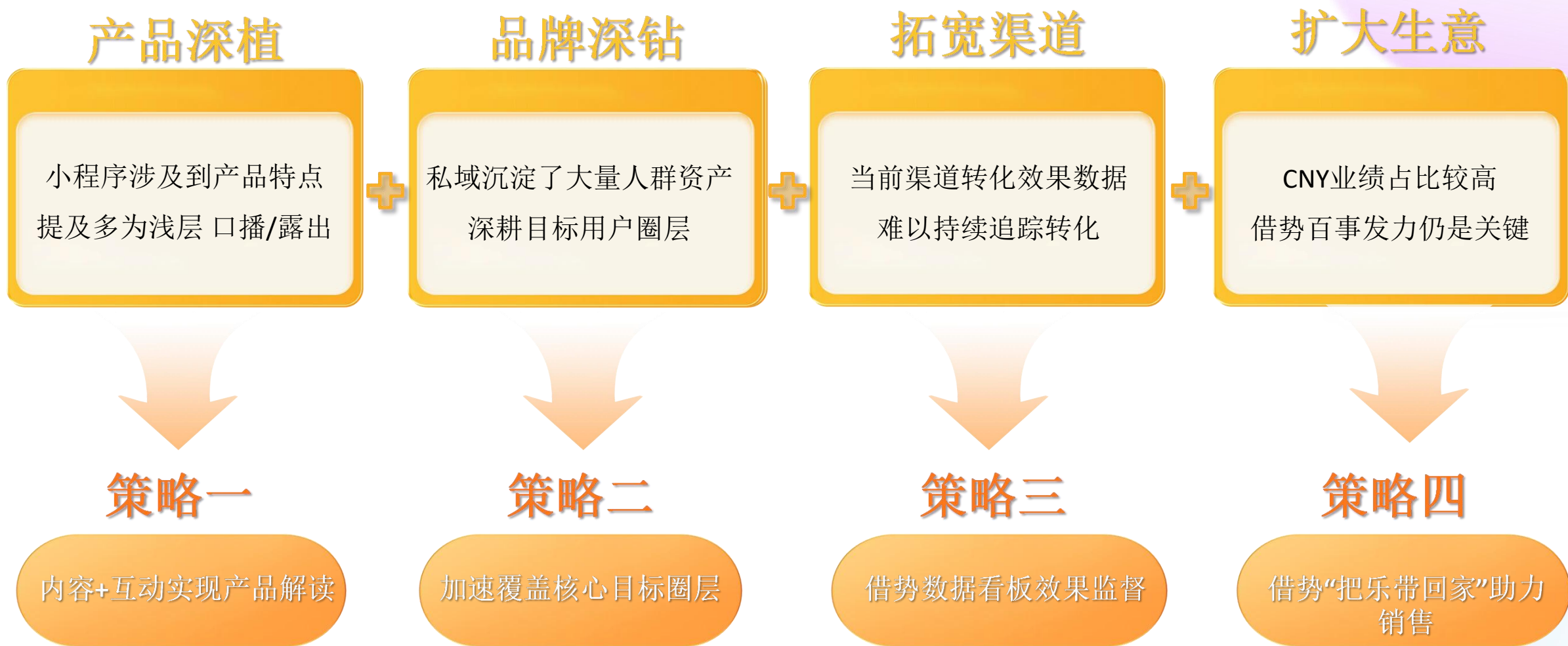
• 行业定位

在2024年CNY (Chinese New Year, 中国新年) 期间, 根据市场需求与需求进行了行业定位:

- 传统文化与现代元素的融合: 消费者越来越倾向于将传统文化与现代生活方式相结合。品牌可以通过结合传统元素, 如龙年生肖、国潮风格, 以及现代技术如AI和AR, 来吸引消费者。
- 个性化和定制化体验: 消费者期望获得个性化和定制化的体验。品牌可以通过提供定制化的产品和服务, 如个性化的春联或健康礼盒, 来满足消费者的需求。
- 互动性和参与感: 消费者希望在节日期间有更多的互动和参与感。品牌可以通过社交媒体平台、微信红包封面等互动形式, 让消费者参与到节日庆祝中。
- 性价比和实用性: 消费者在节日购物时更加注重性价比和实用性。品牌需要提供物有所值的产品, 以吸引价格敏感的消费。
- 情绪价值: 消费者在节日期间更加注重情绪价值和情感体验。品牌可以通过创造温馨、喜庆的营销活动, 与消费者建立情感联系。
- 数字化和技术创新: 随着数字化的发展, 消费者期待品牌能够提供创新的数字化体验。品牌可以利用数字化工具和平台, 如社交媒体、电子商务, 来提升消费者的购物体验。

品牌可以需结合这些趋势, 通过创新的营销策略和产品开发, 来吸引和满足2024年CNY期间的消费者需求。

● 年度表现



● 年度表现

微信现金红包

微信红包自带社交货币属性，可低成本的拉近品牌和用户距离，提高品牌曝光量。

AR缤纷龙互动

瓶码、小程序互联互通，实现更加灵活、多变的互动营销

年味大奖加持

全面的业务、埋点数据采集，丰富的数据看板，实现业务数据、行为数据、画像数据的多维度联合分析



视觉缤纷，年味浓

结合品牌符号，Z时代视觉语言，并兼顾定位传达和社交属性

强复购属性

瓜分+再来一瓶红包券加持

庙会场景促拉新

AR玩法植入，场景互动，新潮玩法乐趣加倍

代表案例

传播口号：

缤纷好彩头 揭盖赢金喜



福利向利益点

强调购买产品后的二次附加惊喜值

揭盖扫码赢好彩头的惊喜

感性向利益点

+ 结合品牌符号 唤醒用户的缤纷中国年

享受分享新春喜悦的快乐

品牌温度的释放，才是CNY营销的核心关键

代表案例

2024 百事纯果乐 CNY UTC 主会场



● 代表案例

使用一物一码进行CNY赋能，完成线上线下的双向连接闭环，让粉丝在新春沉浸式互动，实现品牌百万级别曝光，提升品牌知名度，单日扫码得到极大突破，消费者复购率明显上升。



代表案例

营销亮点：4大主题活动+1个问卷加持 引爆纯果乐 2024 CNY

拉新
揭盖有金喜活动



复购
周周瓜分活动



促活
瓶身AR抽奖活动



传播
瓶身新年签海报活

