

甄稀以多层之名守护多样生态

- **品牌名称：**甄稀
- **所属行业：**食品饮料
- **执行时间：**2023.04-06
- **参选类别：**公益营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://v.qq.com/x/page/t352774mz1q.html>

<https://v.qq.com/x/page/h0046yqyosu.html>

- 今年，甄稀推出新口味多层杯。对于要将新品推向市场的伊利甄稀而言，销售旺季快速找准年轻人这一目标TA群体，将“多层”这一产品特性传递给更多消费者并赢得认同，是品牌的当务之急。
- 同时，作为中国乳制品行业领导品牌，伊利和其下品牌理解品牌价值不应该局限在提供好的产品，而更需要承担社会责任。甄稀在营销新品同时，洞察新生代消费者更愿为体验和精神文化等附加型价值买单，因此希望通过小而美的公益跨界营销，在帮助新品打开市场的同时，有效提升品牌形象。

- 甄稀希望通过小而美的公益跨界营销，在帮助新品传递产品利益点、打开市场的同时，有效提升品牌形象，获得广大消费者认同。

- **深挖公益价值与商业价值内在联结，精准洞察定制公益营销主题：**今年甄稀以“四重惊喜，多样美味”为主打概念，推出了新品多层杯——莓莓满满味冰淇淋和布朗尼咖啡味冰淇淋，“多层”“多样”的概念与自然界中的生物多样性有异曲同工之处，“国际生物多样性日”因而受到品牌关注。甄稀选择该节日作为此次公益营销节点，并提出**“多层甄稀 多样守护”**这一活动主题，不仅避开了营销高峰期，更重要的是巧妙建立了“生物多样性”和产品“多层美味”之间的消费联想，使商业属性潜移默化地嵌入到了公益营销中。
- 由此，甄稀携手腾讯公益发起“多层甄稀 多样守护”为宗旨的共创公益活动，守护三江并流自然保护区，通过优质内容传播与公益行为倡导，号召人们在享受甄稀多层杯带来“多层”味蕾满足感的同时，共同守护三江并流保护区的自然生态，让广大消费者感受到品牌的价值理念。

- 超级公益IP背书放大企业善举：**伊利甄稀不仅提出了“多层甄稀 多样守护”这一活动主题，还具体到了公益活动项目“守护三江并流自然保护区生物多样性”，这使整个营销不至于浮于口号，而可以落地到实际执行中，让广大消费者感受到品牌的价值理念。甄稀联动头部公益平台腾讯公益及旗下致力于帮助企业和社会组织共建公益项目的益企种花、阿拉善SEE基金会，联合推进多样生物保护行动落地。腾讯公益在用户体量和公益资源上的强大优势为品牌提供背书，帮助甄稀在公益营销中更高效地渗透到广大消费者中间，提升品牌号召力，达到四两拨千斤的传播效果。



诺亚方舟留住家园项目

致力于中国西南山地原始森林和高原湿地生物多样性保护，推进探索各核心保护区生物多样性全面保护，推动当地人主导和参与的落地保护。

重点支持区域——三江并流

位于中国云南省，是金沙江、澜沧江和怒江这三条发源于青藏高原的大江在云南省境内自北向南并行奔流170多千米的区域。跨越了丽江市、迪庆藏族自治州、怒江傈僳族自治州的9个自然保护区和10个风景名胜区。

世界生物基因库

三江并流区域有高等植物210余科，1200余属，6000种以上；有44个中国特有属，2700个中国特有种，其中有600种为三江并流区域特有种；有国家珍稀濒危保护植物秃杉、桫欏、红豆杉等33种，省级珍稀濒危保护植物37种。区域内栖息的珍稀濒危动物有滇金丝猴、羚羊、雪豹、孟加拉虎、黑颈鹤等等77种国家级保护动物。

放流1万尾土著鱼类



培育1万棵中草药苗/本土树苗



养殖保育40箱原生蜜蜂



支持巡护、培训等工作



- 共创优质公益主题大片扩大传播：**携手腾讯视频联合打造宣传片《探索多层的秘密》展示三江并流中层层多样的自然瑰宝，让优质公益内容成为品牌新名片。拍摄地“三江并流”，一个被联合国教科文组织认定的世界自然遗产，一个大自然赠予的神奇之地。三江并流之所以闻名世界，就在于水、地、田、天地间蕴藏的旖旎风光和珍稀动植物。甄稀在三江并流进行了公益行动，比如增殖放流、培育草药苗和本土植被、养殖保育原生蜂蜜，他们也沉浸在欣赏风景的惬意中，探寻多样的自然秘密。整个TVC的内容美感和质感折射出制作方对每一个镜头的极致追求，以及对三江并流的敬畏感和责任感，这样的行动力，足以让消费者对于伊利甄稀整个公益主题有更深层的认知和共鸣。



腾讯视频站内资源



腾讯视频知识君视频号、鹅知知视频号微博



腾讯视频知识君
三江并流区域从草甸到雪山，这...
视频号



腾讯视频知识君
你见过自由的金沙鲈鲤、肆意奔...
视频号



鹅知知
三江并流区域从草甸到雪山，这...
视频号



鹅知知
你见过自由的金沙鲈鲤、肆意奔...
视频号



- 创益互动激发全民参与社交引爆：**腾讯视频还结合腾讯公益的小红花IP资源打造线上公益活动，与伊利甄稀同步发起了“三江并流区多样性保护”小红花线上公益活动。小红花作为承载着国人儿时记忆的符号，它如今不仅是“一块做好事”的公益IP，更成为连接慈善组织、爱心企业、捐赠人和受助者的开放体系。此次低门槛、高趣味的小红花互动玩法，也激发了消费者参与公益行动的热情。
- 活动分四个阶段进行，每个阶段对应一个梦想行动，需要征集用户的小红花完成，以第一阶段为例，征集完成后，将会培育1万棵中草药苗和本土树苗，开展示范性回归种植，推进生态修复。除了通过腾讯公益捐款、捐步数和答题等公益行为，进入甄稀品牌小程序参与互动小游戏，即可获得小红花向活动捐赠。



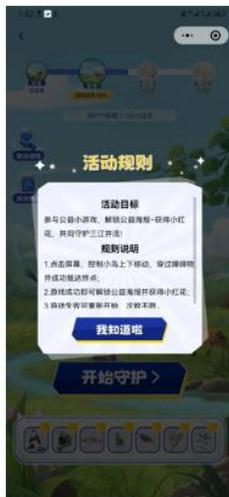
互动条漫引流



引入伊利小程序



玩品牌小游戏



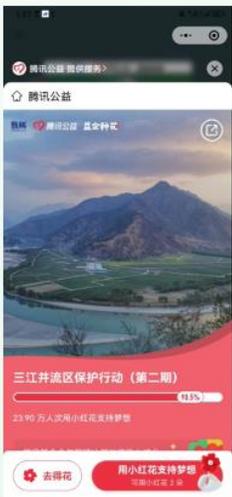
通关获取小红花



点击领取小红花



捐花并实时反馈





- 宣传片达成全网总曝光达5亿+, 公益视频观看人次突破2200万+
- 互动活动上线2天即完成20万朵腾讯公益小红花征集, 整体活动吸引近40万用户参与