

24小时聚焦新鲜生活场景

聚合“鲜”友齐狂欢 引爆“鲜奶节”

- **品牌名称：**新希望·24小时鲜牛乳
- **所属行业：**乳制品
- **执行时间：**2023.09-10
- **参选类别：**跨媒体整合类

项目背景

新希望鲜奶节是以旗下高端品牌——24小时鲜牛乳聚焦「新鲜」打造的一年一度品牌大事件。

本次挑战

随着消费水平和行业品牌频频升级，而品牌终端呈现以基础24小时鲜牛乳为大单品，其价格在中高端低温奶赛道中价格走低，直接影响品牌溢价能力以及在高端群体里的品牌渗透增长。

任务和目标

深耕品牌IP
打出品牌极致新鲜的
行业高度

1

提高品牌溢价感
强化新鲜的品牌心智

2

增加品牌渗透
拓圈拉新

传播策略

瞄准Z世代，以年轻群体鲜活的生活方式
及高品质的产品和体验
构建美好新鲜生活场景，进行品牌心智渗透

BIG IDEA

美好新鲜生活市集

利用年轻人当下热门的市集活动体验

将24小时极致新鲜品质+鲜活生活方式+新鲜有趣的体验

渗透至年轻人的生活场景，深植新鲜品牌心智

嵌入生活场景占位心智，联动全域全链助力营销

曝光

互动

拉新

转化



瞄准Z世代 构建全方位创新场景营销矩阵

平台
创新

以年轻生活方式撬动
Z世代关注和共鸣

产品
创新

「24小时有机鲜牛乳」
再次打破自身
创造极致新鲜的行业天花板

链路
创新

打造私域到公域闭环的
全链路互动营销

平台创新

打造美好新鲜生活平台，美好新鲜生活全在年轻人喜欢的市集里



都市牧场实景生态



新鲜的鲜奶节互动形式



新鲜互动玩法



新鲜现打鲜牛乳



■ 新场景



■ 新形式



■ 新玩法



■ 新体验

平台创新

与异业品牌组建新鲜联盟，通过Z时代鲜活的衣食住行
全场景渗透品牌新鲜价值和打透品牌新鲜心智

与乳品常渗透及新鲜属性强的营养美
食、鲜花、咖啡、烘焙类目下
5大知名品牌合作，打通双方品牌营
销场景、沟通平台和会员端口进行营销



产品创新

「24小时鲜活有机乳」颠覆常温有机，再次领鲜行业

首款只卖当天的有机鲜牛乳
以“三真”颠覆常温有机
立起品牌的心智区隔



真·新鲜
新鲜只卖当天

真·活性
约15倍免疫球蛋白

真·溯源
一瓶双码全程可追溯



产品创新

全国5城集中上新本地高端鲜奶新品
进一步扩大占领高端鲜奶区域市场

昆明：
24小时铂金全优乳



杭州、苏州、合肥：
24小时限定娟姗乳



成都：
24小时鲜活有机乳



链路创新

多场景营销，双线互通打造全域会员营销

认知

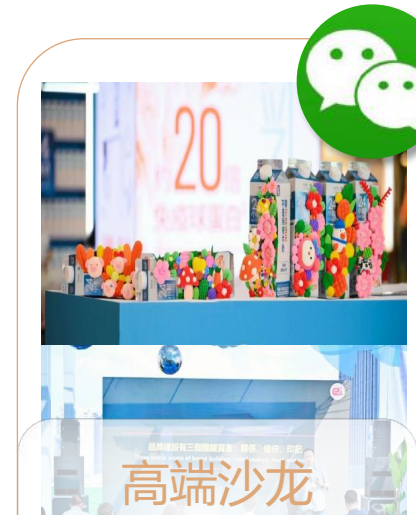
互动

拉新

购买

沉淀

线上



线下



链路创新-认知

昆明主会场自然登顶本地热搜榜TOP2 联动各地热搜投放制造了鲜奶节话题高峰

#昆明的妈妈们太会保鲜了#

9月16日当天自然冲上同城榜第2名
并保持在前3位置超5小时

带动辐射各地鲜奶节落地热搜
话题总阅读突破6000w



No. 2 昆明的妈妈们太会保鲜了 新
同城热度 6065 | @时度视频 | 3小时前



话题上榜总时长超23小时
话题总阅读达35w+



15个大V带话题发博



100+ koc跟帖加热



链路创新-认知

首次尝试运用AI平台进行全网SEO优化 扩大品牌活动曝光

通过AI平台定向云南区域，并重点圈层亲子、母婴、财经、教育等家庭人群，累计发布190个平台

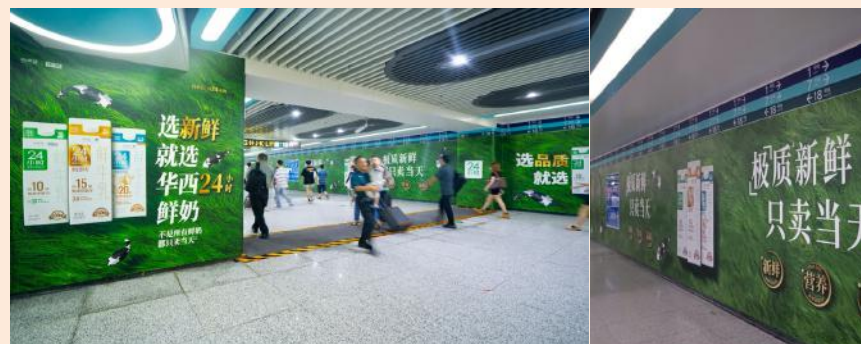
总曝光高达
530w+

平均阅读量 2.4w
单篇最高阅读量达 23w+



链路创新-认知

千万量级本地精准投放，打造新鲜地标
立体式背书强化鲜奶行业标杆高度



昆明

成都

杭州、苏州

链路创新-互动

小红书达人发布打卡笔记 新鲜市集强势出圈，品牌心智强种草

品牌声量激增，累计实现阅读量372.06万人
总互动量11.22万人次，引发约325篇自来水笔记

平台自来水&互动量跃居第2，篇均互动跃居第1

“新希望鲜牛奶” 词条搜索指数增长
其中“24小时鲜牛乳” 搜索曝光10月较5月指数上涨
530%



链路创新-拉新

利用最热门的市集活动形式，以年轻TA的鲜活生活方式接触并打动年轻消费群体，巧妙植入24小时极质新鲜的卖点



链路创新-拉新

私域+公域闭环传播促用户拉新



公域：
官宣预热，招募会员



私域：
社群&朋友圈引流活动



线下：
现场引导扫码入会

构建引流闭环，沉淀20000+私域用户
为历史营销活动最佳

链路创新-转化

打造立体化直播矩阵，与线上200w+用户共庆新鲜盛典，实时带货转化



3个官方平台+20个主流媒体平台
联合直播，曝光 **超241w+**

3城新品套餐
2小时GMV破10w+

黄天鹅联合母婴亲子达人
发布“满分蛋奶组合”
总曝光数 **662.5w**人次、互动量近 **18W**

链路创新-转化

建立新鲜联盟，助力线下终端转化



新鲜联盟

频道六

大事小事新鲜事
乳业点滴变化通通在此
新希望双峰乳业联手
支付宝、明康汇、华润万家、世纪联华、物美
共同成立本地新鲜生活联盟



新希望
中国乳业领跑者

双峰
牧场标准 上场领鲜

将“只卖当天”的“24小时”系列产品
与象征品质的新鲜品牌组成鲜活搭档
让消费者纵享“鲜”上加“鲜”的“极”质鲜活体验

杭州

与象征高品质的品牌及渠道组成鲜活搭档，线上线下深度合作，以极质鲜活体验吸引更多本地消费者。



成都

联合黄天鹅品牌、伊藤、永辉商超开展商超迷你秀，助力新品动销。

链路创新-沉淀

高端沙龙沉淀vip用户提升品牌向往感 获业内专家、目标用户好评不断



昆明
汇聚行业大咖、新鲜代言人，传达鲜活态度，潜移默化中向消费者输出品牌新鲜价值及新品营养卖点。



成都
24小时有机环保时装惊艳亮相时装周，以“环保×有机×时尚”三位一体，倡导、传递和践行有机健康生活方式。

链路创新-沉淀

行业大V+本地官媒背书, PR宣发强化行业标杆地位

营销行业大号进行PR宣发, 48小时内创造10w+
阅读和2k+互动
CPC达到0.43

多城核心本地媒体发布活动PR稿件
为品牌背书



4A广告门

拥有80万粉丝的
营销行业知名大V



线上8150万曝光，线下千万量级投放，全域曝光，破5亿级。

线上

1. 微博：#昆明的妈妈们太会保鲜了#9月16日当天自然冲上**同城榜第2名**，并保持在前3位置**超5小时**，话题总阅读达**35w+**。以“满分营养 蛋奶搭档”为话题的黄天鹅品牌联合博文曝光量**达1403W+**、互动量**5.2W+**。——数据来源：微博9月16日当天同城榜、微博话题数据统计
2. 小红书：种草“新品+活动”曝光**1400W+**，区域占比高达**81.8%**（较日常提升27%）；黄天鹅品牌联合以满分营养早餐的花式做法为种草内容，共计阅读量**7W+**、互动**0.5W+**。——数据来源：蒲公英平台后台统计、聚光平台后台统计
3. 抖音：打造立体化直播矩阵，与线上**200w+**用户共庆新鲜盛典，曝光超**241w+**，3城新品套餐**2小时GMV破10w+**；黄天鹅联合母婴亲子类型达人5个发布“满分蛋奶组合”，总曝光数**662.5万**人次、互动量**近18W**；——数据来源：巨量引擎广告后台统计、抖音电商罗盘后台数据统计、巨量星图后台数据统计
4. 官媒+行业齐发声，建立品牌高度，行业大V+本地官媒背书，PR宣发强化行业标杆地位，营销行业大号进行PR宣发，**48小时内创造10w+阅读和2k+互动**，CPC达到0.43。——数据来源：4A广告门官号后台数据统计、多城核心本地媒体后台数据统计

线下

深度交互7城触达**20w+**人、会员拉新沉淀近**2万人**。
——数据来源：本地电梯框架广告、公车站、地铁站投后数据统计；新希望官号后台统计