

## 今麦郎·凉白开 2019 年品类教育整合传播项目

广告主：今麦郎凉白开

所属行业：食品饮料业

执行时间：2019.04.01-06.30

参选类别：跨媒体整合类

### 营销背景

在国内市场上，饮用水行业面临严峻的挑战。行业销售趋于饱和状态，在中国有近 2000 亿元瓶装水市场规模，市场集中度分散——俨然是一场“无色无味”的品牌厮杀，各品牌瓶装水的市场份额竞争激烈，产品本身没有可挖掘的潜力空间，同质化竞争等问题愈发严重。今麦郎洞察到国人饮“熟水”这一习惯，蕴含巨大的市场需求，推出了首款瓶装熟水——今麦郎凉白开。自上市之后，今麦郎凉白开连续两年成为国内顶级赛事 CBA 联赛官方指定饮用水，充分发挥了熟水与体育人群之间的桥梁纽带作用，获得了空前成功的市场反馈。

### 营销目标

- 1、推广瓶装饮用水凉白开，提升产品知名度及好感度；
- 2、开辟瓶装饮用水“熟水”新品类，进行市场教育；
- 3、为区域市场销售提供广告支持，占领垂直消费者心智。

### 策略与创意

今麦郎以业务推广和品牌建设为目标，积极创新媒介投放方式。以品牌、业务周期及国民节日为传播节点，选取头部媒体、头部硬广资源联合宣传，媒介对位受众，在大曝光的基础上，最大化传播效果，实现精准投放触达核心受众；并充分利用各媒体功能属性特点，最大化释放媒体传播效应，为今麦郎品牌带来更大的曝光，同时运用多维度广告素材创意及场景化的关联消费者痛点，战胜用户的审美疲劳，助力产品宣传，从而实现消费者心理认同，占领垂直消费者心智，共同完成今麦郎“凉白开”占位瓶装饮用水“熟水”新品类的市场教育任务。



## 执行过程/媒体表现

在执行期间，今麦郎携手央视《大国品牌养成记》，共同推出品牌纪录片《简单的智慧》，传递品牌及产品的创新理念；



同时，在网络端选取头部媒体头部硬广资源联合宣传，联动今日头条、一点资讯、中国经济网，从内容到硬广曝光，全方位进行今麦郎凉白开的市场品类教育，通过信息流及开屏硬广投放，针对核心受众人群，定制不同的信息流素材及落地页链接，包含条漫、彩绘、四宫格漫画等不同类型的素材吸引目标受众点击。



▲ 广告上线截图



▲ 广告跳转截图

落地页链接：<https://www.chengzijianzhan.com/tetris/page/1630324202582019/>



▲ 广告上线截图



▲ 广告跳转截图

落地页链接：[http://dg.easy-all.cn/Home/ljml/index?id=6&mob\\_idfa==news\\_article](http://dg.easy-all.cn/Home/ljml/index?id=6&mob_idfa==news_article)



▲ 广告上线截图

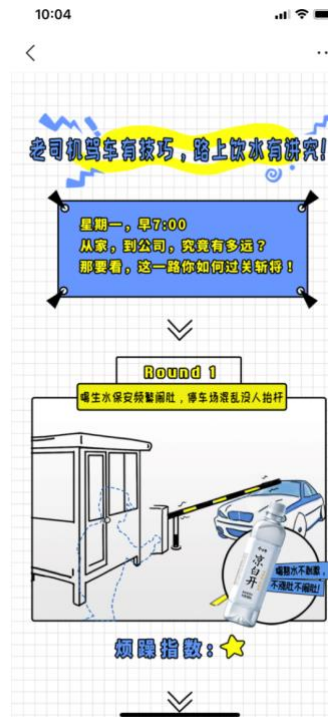


▲ 广告跳转截图

落地页链接：[http://dg.easy-all.cn/Home/ljml/index?id=2&mob\\_idfa=\\_\\_IDFA\\_\\_&mob\\_imei=\\_\\_IMEI\\_\\_&mob\\_os=\\_\\_OS\\_\\_](http://dg.easy-all.cn/Home/ljml/index?id=2&mob_idfa=__IDFA__&mob_imei=__IMEI__&mob_os=__OS__)



▲ 外显图



▲ 广告跳转截图

落地页链接：[http://dg.easy-all.cn/Home/ljml/index?id=4&mob\\_idfa=\\_\\_IDFA\\_\\_&mob\\_imei=\\_\\_IMEI\\_\\_&mob\\_os=\\_\\_OS\\_\\_](http://dg.easy-all.cn/Home/ljml/index?id=4&mob_idfa=__IDFA__&mob_imei=__IMEI__&mob_os=__OS__)



▲ 外显图



▲ 广告跳转截图

落地页链接：<http://dg.easy->

[all.cn/Home/ljml/index?id=10&mob\\_idfa=\\_\\_IDFA\\_\\_&mob\\_imei=\\_\\_IMEI\\_\\_&mob\\_os=\\_\\_OS\\_\\_](http://all.cn/Home/ljml/index?id=10&mob_idfa=__IDFA__&mob_imei=__IMEI__&mob_os=__OS__)



▲ 外显图



▲ 广告跳转截图

落地页链接：<http://dg.easy->

[all.cn/Home/ljml/index?id=11&mob\\_idfa=\\_\\_IDFA\\_\\_&mob\\_imei=\\_\\_IMEI\\_\\_&mob\\_os=\\_\\_OS\\_\\_](http://all.cn/Home/ljml/index?id=11&mob_idfa=__IDFA__&mob_imei=__IMEI__&mob_os=__OS__)



▲ 外显图



▲ 广告跳转截图

落地页链接：<http://dg.easy->

[all.cn/Home/ljml/index?id=12&mob\\_idfa=\\_\\_IDFA\\_\\_&mob\\_imei=\\_\\_IMEI\\_\\_&mob\\_os=\\_\\_OS\\_\\_](http://all.cn/Home/ljml/index?id=12&mob_idfa=__IDFA__&mob_imei=__IMEI__&mob_os=__OS__)



▲ 广告上线截图



▲ 广告跳转截图

落地页链接：<http://dg.easy->

[all.cn/Home/ljml/index?id=13&mob\\_idfa=\\_\\_IDFA\\_\\_&mob\\_imei=\\_\\_IMEI\\_\\_&mob\\_os=\\_\\_OS\\_\\_](http://all.cn/Home/ljml/index?id=13&mob_idfa=__IDFA__&mob_imei=__IMEI__&mob_os=__OS__)



▲ 外显图

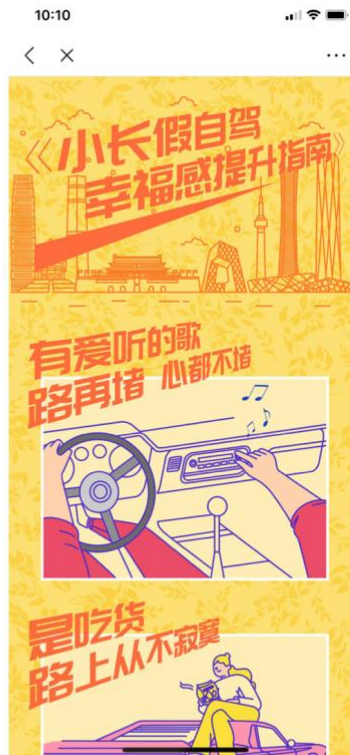


▲ 广告跳转截图

落地页链接：[http://dg.easy-all.cn/Home/ljml/index?id=3&mob\\_idfa=\\_\\_IDFA\\_\\_&mob\\_imei=\\_\\_IMEI\\_\\_&mob\\_os=\\_\\_OS\\_\\_](http://dg.easy-all.cn/Home/ljml/index?id=3&mob_idfa=__IDFA__&mob_imei=__IMEI__&mob_os=__OS__)



▲ 外显图



▲ 广告跳转截图

落地页链接：[http://dg.easy-all.cn/Home/ljml/index?id=5&mob\\_idfa=\\_\\_IDFA\\_\\_&mob\\_imei=\\_\\_IMEI\\_\\_&mob\\_os=\\_\\_OS\\_\\_](http://dg.easy-all.cn/Home/ljml/index?id=5&mob_idfa=__IDFA__&mob_imei=__IMEI__&mob_os=__OS__)

号召高质量的 KOL 达人，结合个人特色和账号定位等不同属性，发布可读性高的文章，多维度创作内容，定向运动、汽车等领域全方位覆盖各阶段用户，深化了与主流网络媒体合作，提升了产品知名度及好感度。

线下，举办今麦郎凉白开城市电光跑，为区域市场销售提供广告支持，给受众带来欢乐的同时，更是向大家倡导健康饮水、科学补水的理念，并俘获大量品牌粉丝。



## 营销效果与市场反馈

此次传播在互联网端总计制作 2 版开屏、11 版 H5、24 版外显、28 条文案，整体曝光超 27,213 万，点击超 766 万。平均点击率达 2.9%，远超今日头条快消行业平均点击率；线下活动“电光跑”吸引近万名河南消费者参与活动。以推广“凉白开”瓶装饮用水“熟水”新品类为核心，将业务宣传与品牌推广紧密结合，加强对区域销售的差异化传播支持；以场景化内容创意传播为载体，构建多媒体整合传播矩阵，实现了传播价值的最大化；深化了与主流网络媒体合作，获得优质传播资源，实现良好公关维护；强化品牌传播活动的策划设计水平和资源整合能力，对品牌建设工作进行了有益探索，全面提升业务推广。