

养乐多《小小幸福，一直都在》

广告主：养乐多

所属行业：商务服务业

执行时间：2019.11.27-12.06

参选类别：视频内容营销类

营销背景

基于国民幸福感逐渐走低的大环境下，养乐多于感恩节期间，延续及强化“小小幸福”这个品牌主张，唤醒大家沉睡的幸福感。

营销目标

此次项目从“小小幸福”的特点入手，打造了一部“拍摄难度系数最高之一”的混合定格影片，视觉志、思想聚焦等顶部大号纷纷发布相关内容，最终获得千万级播放，在 2019 年的感恩节，引发了一场全网性的幸福共振。

策略与创意

创意策略：

对“小小幸福”的特点进行深度剖析，发现其中的四个特点，与“定格动画”的四个元素高度契合，为了达到技术及内容上的合理流畅，最终选择使用“混合定格影片”这种高难度的制作手法，在更深层次上，更是希望通过“难”来强调应该珍惜本该“易”得的幸福，在另一个维度上强化养乐多“小小幸福，一直都在”这个品牌主张。

“小小幸福”特点一：小瞬间

以一种工匠精神般的纪录方式“定格影像刻录”，留下每个深刻的幸福小瞬间。用“纯手工”、“让时间凝固”的记录方式一帧一帧地捕捉每个人日常中那些稍瞬即逝的“幸福瞬间”。

“小小幸福”特点二：平凡简单

用最极致简单的介质的“纸”，来传递平凡简单处自有幸福的道理。透过生活中最简单、随手可得的“纸”传递一个信息：“幸福”如“纸”般平凡、普通藏于在你我之间。

“小小幸福”特点三：不显眼

创造性地用定格的场景聚焦故事情节，显微镜般放大原本那些看起来“并不显眼”的小小幸福场景。通过聚焦生活中常被忽视的小场景，并雕刻场景温暖细节，让更多人能在“微小”处发现身边的“小

幸福”。

“小小幸福”特点之一：随时随地

“贯穿”人生各个阶段，打造人生必经的七对关系，道出“小小幸福”随时随地都在身边的终极答案。父子、闺蜜、情侣、同事、夫妻、陌生人、爷孙——复刻”7对关系，还原人一生所有阶段，揭示普通人的每个阶段，随时随地，小小幸福都在你我他之间。

制作难度：

多场景切换：视频需要在 3 分钟时长内，实现 7 个场景切换，在此基础上，需要保证技术与内容的可行性及流畅性。

制作时间长：每个场景的搭建以及定格拍摄等工作内容，需要大量人力与时间。

容错率低：每一个道具的摆放以及模特的走位，都必须精确无误，否则需要重头再来。

后期制作工作繁复：需要处理大量画面处理。

经过 10 天通宵的连续拍摄、25 天的连续后期、700+小时总制作时长、300+件道具尝试，20000+总快门次数，最终完成这部 5000 帧，贯穿人生 7 对关系及微小场景的混合定格影片。

附视频链接：http://www.iqiyi.com/w_19sb2pez85.html

执行过程/媒体表现

在感恩节当天，微信端顶部大号视觉志、微博端顶部大号思想聚焦等发布养乐多视频，带出关于“小小幸福，一直都在”的社会话题，其他知名观点类大号进行内容跟进，合力引爆话题，引起社会广泛讨论。

视觉志微信头条推送以及评论

2019只剩最后33天：这一年，你过得好吗？

视觉志 1周前

还有33天就是2020年了，

你过得怎么样？

而影片最后的那张白纸，似乎也在暗示着：每个人的宿命，都会像那个老人一样在白纸上用手书写「乐」字。人生的快乐和幸福，本该靠自己发现，由自己书写，而非被别人定义。

所以啊，无论如何，请记住：

小小幸福，一直都在。

等着我们去发现，去珍惜。

小小幸福，一直都在
告诉大家：你很幸福

阅读 10万+

在看 2654

× 视觉志

- 

Catherine-容容 533

我儿子小名就是“养乐多”，老公姓杨，我姓罗，(yang love luo)
- 

ozo 166

喝着养乐多看完了小视的文章
视频很走心，看完暖暖的
这一年酸中带甜
在他乡找到了工作
遇见了喜欢的人
对了，养乐多也是她给我买的
作者 78

有缘，有幸。
- 

领地 156

小小幸福，一直都在。
这一年总体不错，工作小有成就，家人平安快乐，最后33天，继续努力加油！
作者 73

点击上方【在看】，为每一个努力生活的人
- 

ZLF 354

这一年 娶了我爱的她
作者 122

恭喜恭喜。
- 

阿七七 255

小视，这一年我过得一点都不好，有生以来最惨的一年了，但是我想扛过今年以后都会是艳阳高照了

思想聚焦微博发布



思想聚焦

11月28日 21:25 来自 微博 weibo.com

#小小幸福，一直都在#看过很多感恩节的短片，最感动的还是这个。以前总以为“幸福是看不见摸不着的”，其实它就藏在生活的无数个小瞬间。更令人敬佩的是这部混合定格影片的诚意，超700小时摄制时长，300+件道具，20000+总快门次数，只为带我们发现幸福!!!这里面，有属于你的小小幸福吗？ 养乐多活性乳酸菌的微博视频



阅读 403万 推广

442

145

804



福梓涵歆 这个短片看着好有感觉，非常喜欢。

11月28日 21:31

回复 14



想星星想饿了000 这个太棒了吧，现在谈理想还太早，感恩节快乐哦

11月28日 21:31

回复 13



巴豆201206 其实我们缺少了一双发现幸福的眼睛

11月28日 21:31

回复 13

双微大号及 KOL 朋友圈针对视频内容延伸相关话题，进行多角度内容发酵，引起社会强烈反响，并吸引一批优质的自来水争相转发，最大化扩散视频及话题。



从视频的制作难度及品牌初心着手，通过知名营销大号剖析养乐多暖心内容传播，再次收割一波视频曝光及品牌美誉度，使品牌口碑得到强势拉升。



视频链接: <https://url.cn/50hoGKe?sf=uri>





营销效果与市场反馈

感恩节当天，**视觉志、思想聚焦**等顶部大号发布养乐多“小小幸福”视频，带出关于“幸福”的话题，引发网上大量讨论，**视频播放量超千万**，微博话题“小小幸福，一直都在”收获**千万阅读**，**过百个优质自来水转发**，其中不乏《最人物》等知名行业媒体。养乐多《小小幸福，一直都在》创意视频，在这个感恩节，不仅实现了高水准的内容，更为消费者和市场带来了新的营销温度。