

伊利优酸乳 Q3 时代轰趴馆整合营销

广告主：伊利优酸乳

所属行业：快消品

执行时间：2019.09.17-10.10

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

优酸乳品牌 2019 年娱乐营销，全力塑造轰趴概念，不断地为品牌注入潮酷时尚因子，拉近与年轻消费者的距离，提升品牌好感度。优酸乳 Q2 季度冠名热门综艺《乐队的夏天》栏目，首次抛出“乐队轰趴馆”概念，积累大批粉丝流量，Q3 季度打造 80s-00s 时代轰趴馆，力推优酸乳轰趴装全品，转化粉丝流量助销持续，强化“优酸乳=潮酷轰趴”概念，打造优酸乳轰趴馆 IP。



营销目标

品牌层面：夯实品牌轰趴基因，深化优酸乳时尚、潮流的属性认知。

生意层面：助力 Q3 轰趴装新包装营销活动，同时带动产品销售。

策略与创意

借助代言人摩登时代的影响，打造全网轰趴热潮。通过多明星携轰趴装穿越 80 年代-00 年代摩登场景，塑造不同年代潮酷人群的聚合地，并横跨多平台资源进行跨界合作内容共创，掀全民轰趴装热潮，提升国民潮饮知名度，为优酸乳注入更多“音乐”“时尚”“潮流”的新鲜感知，唤醒品

牌年轻活力、轻松愉悦新主义，从而助力轰趴装销售。



【优酸乳 Q3 包装营销主题】穿越摩登时代，做轰趴 Star

【优酸乳×摩登时代人物】

80 年代摩登 DISCO：周冬雨×旺福乐队

90 年代复古 KTV：周冬雨×潘玮柏

00 年代潮酷轰趴馆：周冬雨×Click#15

执行过程/媒体表现

1、多组明星示范穿越，线上线下载转时代轰趴。

线上充分利用四组摩登时代人物流量热度，同时全网资源高度联动助推，全明星穿越视频最终播放量高达 3402.61 万次，线下高度还原三大时代场景，全明星齐聚玩转时代轰趴，视频播放量超 361 万次。

<https://weibo.com/tv/v/I7CM2z1QK?fid=1034:4418042793260349>

(穿越摩登时代视频-60s 完整版)



周冬雨微博首发视频，同时与@click15、@潘玮柏、@旺福微博进行互撩；穿越摩登时代视频正式出街开启时代轰趴，引爆 Bigday 当天第一波传播高潮。



2、明星同款穿越，沉浸式体验时代轰趴。

线上美图互动 H5，一秒变装体验穿越摩登时代，依托美图成熟技术加持，为创意 H5 呈现效果赋能，同时各路资源强强联手为其引流，上线仅两周总 PV 突破 309 万，UV 突破 259 万。



3、线上线下资源联动，体验时代轰趴。

巨星来袭穿越摩登时代，预告杭州时代轰趴馆，高度还原 TVC 时代场景，四组时代人物齐聚线下。

<http://n.miaopai.com/media/3FxlLrUXwzL8KbTOExQI3AvS1erBcQZ.htm>

(优酸乳摩登时代轰趴馆视频-15s)

<https://weibo.com/tv/v/l8IT72OJU?fid=1034:4420791115392648>

(优酸乳摩登时代轰趴馆视频-1min)



网络红人亲临杭州摩登时代轰趴馆，cos 不同时代潮酷造型，体验穿越摩登时代。



4、杭州上海时代地铁包站，沉浸式体验穿越时代轰趴。

杭州一号线以及上海人民广场站两城联动，打造专属摩登时代地铁，吸引一众粉丝自发拍照打卡留念，一起搭乘时代列车追潮打卡，加深品牌潮酷轰趴印象。



5、飞跃摩登时代，国民潮饮走上巴黎蓬皮杜。

国民潮饮优酸乳跨界国民品牌飞跃，借势天猫东鞋西渡计划，联合法国知名设计师打造潮鞋，致敬复古潮流再躁国潮，微博品牌速递强推摩登滋味礼盒。



国民潮饮优酸乳席卷欧美圈，正式走上巴黎蓬皮杜，国际化舞台引领国风回潮。

<https://weibo.com/tv/v/I9k6tAYsz?fid=1034:442221935087844>

(优酸乳 X 飞跃跨界合作视频)

<https://weibo.com/tv/v/I9DkjjGkz?fid=1034:4422917136578189>

(摩登滋味礼盒登上巴黎蓬皮杜)



全平台引流电商，有效驱动线上购买转化，优酸乳摩登滋味礼盒瞬间售罄。



营销效果与市场反馈

首次采用 1 个主话题+3 个分话题创新结合模式；打造以微博为核心的专属主阵地，360°释放明星微博影响力；#优酸乳时代轰趴馆#主话题上线两周话题量高达 4.2 亿，#周冬雨 Click15 电音趴##周冬雨潘玮柏 k 歌##周冬雨摩登爆炸头#三大分话题阅读量高达 5.1 亿+；



充分利用时代人物自身影响力，借助多种类型资源，助力品牌年轻化建设，提升品牌时尚潮酷感知，夯实轰趴资产，从而促进生意转化；

最终总覆盖人群 20.3 亿+，总互动量 501.9 万。穿越视频及线下视频播放量突破 3783.6 万，联合美团一键穿越 H5 浏览次数 (PV) 309 万，浏览人数 (UV) 258 万；

优酸乳×飞跃内容共创，被国际权威媒体 CGTN 法国报道，国民潮饮优酸乳登顶法国蓬皮杜，敢于制躁！潮爆巴黎时装周；从 PGC 到 UGC，有效提高口碑互动性及品牌好感度。

喜欢代言人，就支持优酸乳！



广告原来也能这么撩！



下单买买买，真的很好喝



优酸乳时代轰趴馆正向评论**99%**以上,实现品牌+产品双重爆款口碑!