五芳斋超级品牌日-超级物粽

广 告 主：五芳斋
所属行业：食品
执行时间：2019.05.01-05.30
参选类别：电商营销类

营销背景

五芳斋作为传统食品的领军品牌，近年一直致力于老字号的创新。随着 Z 时代互联网生用户发展，主流消费群体年龄逐年下沉。在 2019 年端午节五芳斋希望可以突出重围，重新定义传统，以与众不同的端午，俘获年轻消费者心智。

营销目标

重新定义传统，将文化、节日与时代融合；端午前夕，集中提升品牌曝光度；与平台强强联合，拉动电商销售；深化品牌核心理念，与 Z 时代人群对话。

策略与创意

黑科技·外来物粽礼盒，借势黑科技和 5G 等高新技术不断推陈，可以飞的悬浮粽子迅速吸引消费者眼球，成就“wow”时刻。

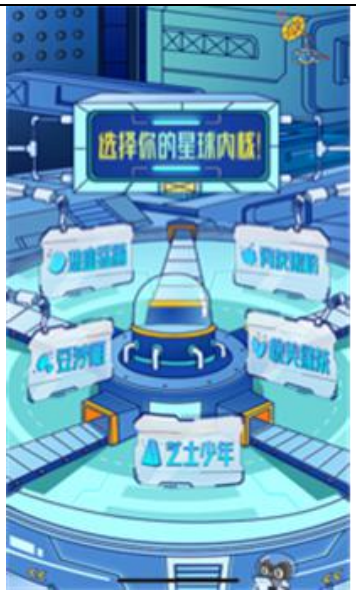
手绘插画·味知星球礼盒，通过人群洞察，选择美食、美妆等五种兴趣方向，打造 5 款定制口味和包装的粽子，以情感链接沟通消费者，最终转化销售。

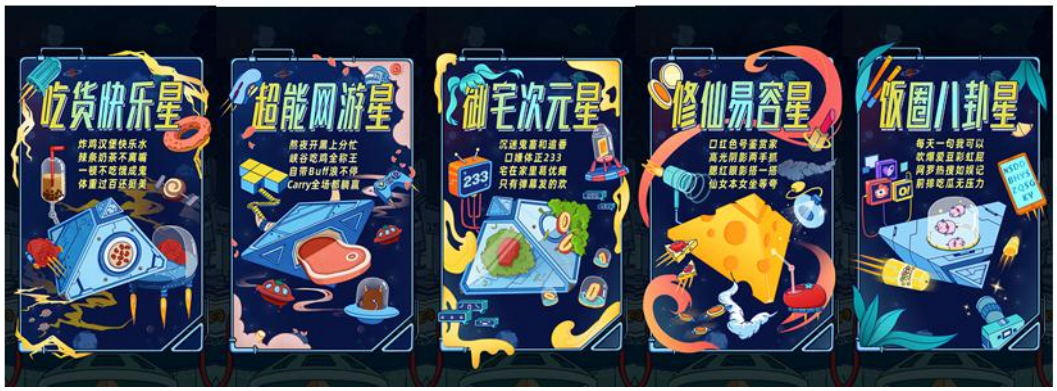
流量达人直播带货一 ,以淘内 TOP 1 达人薇娅为核心的四大平台五位主播齐聚天猫直播 ,燃爆 5.27 天猫超级品牌日。

执行过程/媒体表现

H5：趣味互动 H5

延续宇宙空间的概念，以味之星球产品为核心，帮助消费者还原粽子的诞生，引流电商打造销售闭环。



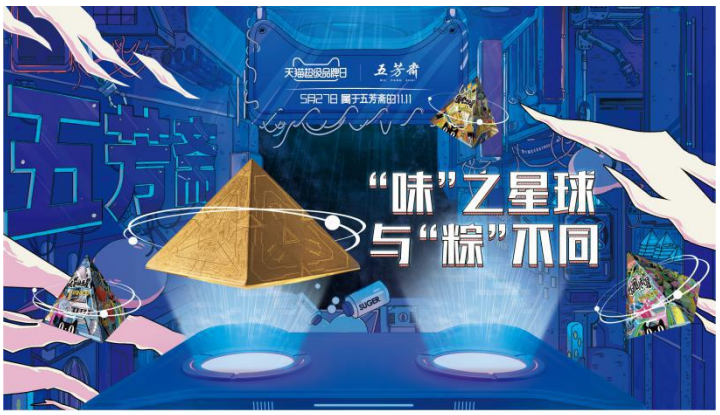


点击查看 H5

下线快闪店：线下快闪狂欢

通过 H5 的线上传播号召用户关注，线下集中爆发，现场沉浸式的体验实现将黑科技和端午传统融合。

营销效果与市场反馈

活动总曝光超 3 亿次，新增用户突破 200 万，5.27 当日售额超 1800 万，成为天猫打造的首档老字号超级品牌日。

完成销售目标为老字号创新合作之路开创了新模式，全渠道、新形式融入 z 时代人群加深品牌核心理念，强化用户心智。