

兰雀国际

所属行业：快速消费品

参选类别：数字营销最具创新精神品牌

品牌简介

兰雀是在全球多个国家注册的国际品牌，隶属于兰雀国际控股有限公司的全资子公司广州浩铄（杰钦）商贸有限公司。兰雀洞察中国消费市场五大趋势变革，重点关注中国市场未来大饮品过万亿的市场潜力，乳品、果汁、水饮等多样化需求爆发性成长的机遇。致力于为中国消费者提供全球最优质的乳制品。其优选黄金奶源地，与全球领先乳品集团全方位战略深度合作，邀请欧洲顶级研发机构提供乳品配方研发支持，建立了从奶源地到终端产品的进口自有品牌和科学的产品体系。与国内央企/国企建立深度合作，搭建强大的线上、线下分销及零售网络。未来，兰雀将继续履行“全面满足消费者健康生活需求”的使命，拓展更多品类的产品推向市场。

2019 年数字营销创新性表现

兰雀作为中国牛奶饮品行业的领军者，从入市至今具有很高的品牌知名度及影响力，深受广大消费者们的喜爱与认可。

秉承着“标准之上，就喝兰雀”的品牌核心理念，兰雀希望在为广大消费者提供营养健康的好牛奶的同时，让人们意识到全民补钙的重要性及必要性。基于此，兰雀在 2019 年结合自身产品特色与优势，通过营销内容创新，在新媒体等渠道上进行了一系列的宣传与推广，拉近与消费者之间的距离，效果明显，受到业内外的一致认可与肯定。

- 1、多形式：通过不同的形式来表现，如海报，视频，直播等，实现多维度多场景的信息和表达。
- 2、内容广：从品牌故事到产品内容宣传，到公益海报等，将品牌的力量完整的展现出来。
- 3、覆盖全：最大化的提升品牌传播的影响力及覆盖力，迅速提升品牌影响力及口碑传播度。

代表案例

品牌 TVC 宣传片

广告策略：以奶源产地为核心亮点，全面有效的将阿尔卑斯奶源产地的自然环境、健康生态系统、自然风光面貌等传递给消费者。

执行亮点：执行中采用实景实地拍摄，真实的再现当地的环境场景和人物，通过唯美的画面图像给到消费者最直观的感受，让他们了解兰雀奶源的独特之处。

视频效果：品牌 TVC 在 10 月 10 日-11 月 10 日率先在分众首发，后续在门户网站、微博、小红

书、抖音、快手等平台共计 100KOL、KOC 全面打造品牌口碑。在各大门户网站均有几万的点击播放率，受到业内外人士的一致认可与肯定。同时，各种 KOL 花式种草切中对奶源地“信心”痛点，实现引流带货至京东、天猫、苏宁旗舰店，销售营业额长期占据榜单前列，深受消费者们的喜爱。此外，兰雀还深入线下各大渠道卖场，在各大分众屏投放，有效的拉动的线下卖场销量，与消费者实现“零距离”互动。

