

## 大众点评必吃榜“助力高远”美食扶贫公益项目

广告主：大众点评必吃榜

所属行业：互联网

执行时间：2018.07.29-12.31

参选类别：公益营销类

### 营销背景

在上海市人民政府鼓励社会力量参与对口扶贫的号召下，消费扶贫成为互联网公益的发展趋势。

面对复杂的营销环境和丰富的品牌世界，进入社会企业阶段的美团点评，积极思考如何立体化地推广和实践消费扶贫的概念，同时强化品牌的社会形象，达到用户感知和商户赋能的品牌核心价值。

作为以餐饮为核心的生活服务超级平台的核心品牌，“大众点评必吃榜”以数字渠道为核心，打造“助力高远”子公益品牌，以食材连接农户、商户和用户，通过一系列社会化的公益营销活动与农户、商户和消费者完成闭环式的沟通。

其中，“高”代表“西藏和四省藏区”，“远”代表“新疆”，“高远”泛指以新疆、西藏、四省藏区等为代表的全国贫困地区。

“助力高远项目”重点关注上海对口帮扶的“高远”地区，即云南、新疆喀什、西藏日喀则、青海果洛、贵州遵义、重庆万州、湖北夷陵等 7 个省区市 20 个地州市 101 个县市区，涉及贫困人口近 300 万。

### 营销目标

1、必达目标：以社会化传播在全社会树立并推广消费扶贫的概念，打通“农户-商户-消费者”的通路，通过餐厅菜品提升农产品附加值，在消费扶贫中发挥数字平台的价值，做实公益项目本身。

2、应达目标：借助成熟的“大众点评必吃榜”品牌，孵化和建立“助力高远”子公益品牌，以此加强用户感知、实现商户赋能，一方面体现品牌的社会责任和社会价值，另一方面以强化公益形象的方式丰富品牌内涵。

3、愿达目标：进行“大众点评必吃榜”品牌下的子品牌扩张，助力品牌营销与目标用户生活的全方位相互融入、渗透，实现数字平台营销原生化。

### 策略与创意

1. 以项目理念的 IP 化为核心。

在“助力高远”项目下所执行的，包括线下发布会、线上公益套餐、创新实验室、实体周边衍生等一系列数字化营销活动，都体现出“消费扶贫，有你有我”统一的价值观、文化与情感特征，整个项目以“通过 IP 化推进营销的原生化”为核心策略。

2. 采用矩阵化的数字沟通渠道，追求精准的受众感知。

“助力高远”项目中的子活动线上线下联动，在传播渠道上，建立起官方媒体、社交媒体、自媒体、商业媒体、移动终端等矩阵化的数字沟通渠道。在形式上，综合运用视频、线下展位、社交媒体话题互动、多类型媒体集体发布新闻稿，将助力高远 IP 贯穿始终，引导用户建立消费扶贫意识，露出核心品牌价值，产生强烈的社会关注和反响。

线上以大众点评开屏、中通、首页 feed 流、首页金刚位等优质的大流量曝光位将用户直接引导至项目落地页，并结合“大众点评必吃榜颁奖盛典”、“国家扶贫日签约仪式”、“美团点评餐饮峰会”、“美团点评会员年终盛典”等线下活动，以生态化的方式精准触达 C 端、B 端、G 端等多形式、多特征的受众。

3. 将“助力高远”公益置于社会、经济大背景，结合民营经济的时政热点、网红“带货”等，拔高项目立意，同时又能和用户达成良好的沟通。

## 执行过程/媒体表现

1、2018/07/29 “助力高远项目”在 2018 大众点评必吃榜颁奖盛典上正式启动。

大众点评高级副总裁黄海与上海市政府合作交流办、上海市商务委领导共同启动“助力高远”项目。

在颁奖盛典美食体验区专门设立美食扶贫展位，并提供特色美食试吃。



上海电视台对启动仪式进行了报道，并在第二天早新闻、午新闻中滚动播出；东方广播电台、文汇报、新民晚报、东方网、青年报等主流官方媒体和超过 15 家自媒体对活动进行了报道；C 端用户在社交媒体上也发起了对活动的讨论。

电视新闻链接：

<http://www.kankanews.com/a/2018-07-30/0018532918.shtml>

2、2018/10/17 “助力高远公益合作伙伴计划” 通过大众点评 APP 向 B 端和 C 端用户正式发布，24 家餐厅品牌成为首批合作伙伴。当天，针对上海用户的 23 款“助力高远美食公益行动” 在大众点评 APP 上线。

落地页面大众点评开屏、中通、首页 feed 流、首页金刚位等流量位曝光，并在商家页面新增“公益商家” 标签作为荣誉展示，引导用户进行浏览和消费转化，并推出“我的公益账单” 社群传播页。

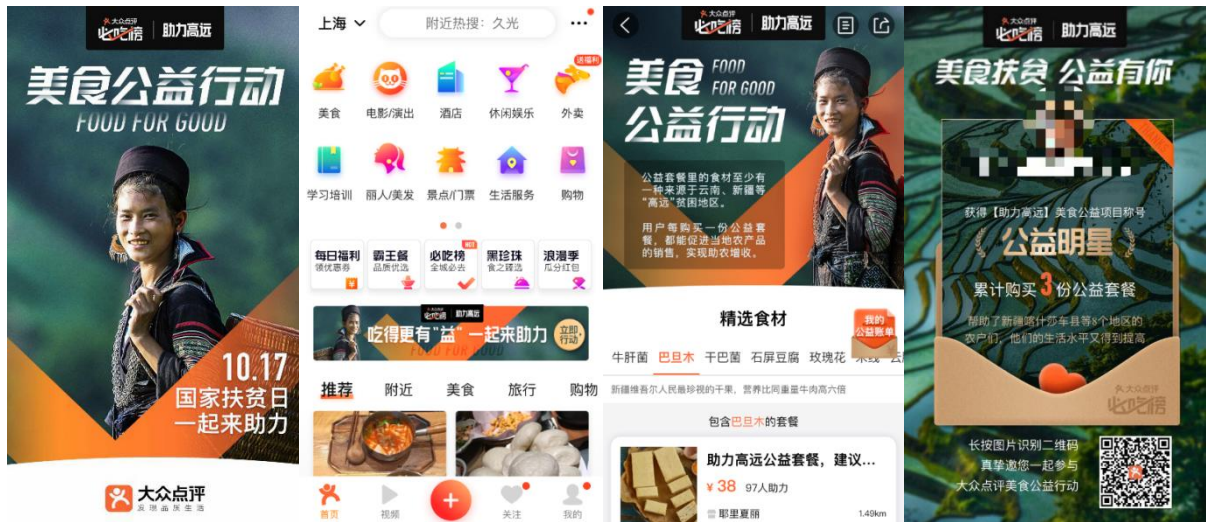
用户在线购买后，写下真实好评，并在社交媒体上对公益套餐做出了积极的反馈。

解放日报、文汇报、上观新闻、澎湃等上海主流官方媒体进行了报道；钛媒体、腾讯、界面、雪球等多家商业媒体对助力高远的“公益带货” 模式进行了解读和传播。

凤凰网财经和新浪财经以“助力高远结合民营企业时政热点”，从经济政策层面对项目进行了解读。

套餐页面链接：

[https://h5.dianping.com/app/zaku/musteatpb/index.html?notitlebar=1&cityid=\\*&latitude=\\*&longitude=\\*](https://h5.dianping.com/app/zaku/musteatpb/index.html?notitlebar=1&cityid=*&latitude=*&longitude=*)



大众点评 APP 开屏

大众点评 APP 中通

公益套餐页面

我的公益账单分享页

3、2018/10/17 中共中央政治局委员、上海市委书记李强，上海市委副书记、市长应勇一行在 2018 年上海市对口帮扶地区特色商品展销会参观“助力高远” 合作推广的青稞点心。同时，助力高远项目在展销会成果展示区设立展位，展示助力高远公益套餐样品。



美团点评集团与 5 个上海对口扶贫地区正式签署扶贫合作协议。

美团点评高级副总裁黄海接受上海广播电视台采访，采访片段分别在东方卫视、上海电视台共 4 条晚间黄金档新闻中出现，新闻曝光时长合计约 1 分钟。

解放日报、文汇报、上观新闻、澎湃等上海主流党政媒体对美食扶贫的新模式进行了报道。



电视新闻链接：

东方卫视 <http://www.kankanews.com/a/2018-10-17/0018623326.shtml> 0:44 秒处

东方卫视 <http://www.kankanews.com/a/2018-10-17/0018623324.shtml> 0:41 秒处

上海电视台 <http://www.kankanews.com/a/2018-10-17/0018623396.shtml> 0:43 秒处

上海电视台 <http://www.kankanews.com/a/2018-10-17/0018623420.shtml> 0:41 秒处

4、2018/11/21，美团点评在云南昆明启动“助力高远创新实验室”暨首期“绿色云菜计划”，超过 800 位昆明商户代表到场参与见证了启动仪式。云南日报、昆明日报、春城晚报、新华社驻云南站、人民日报驻云南站等云南主流党政媒体及云南省商务厅官网头条新闻对活动进行了报道。

5、2018/11/10-12/8，助力高远项目联合大众点评《巡味记》短视频美食纪录片拍摄制作的上海对口帮扶地区美食扶贫特辑陆续在多平台上线。至今已播出《滇之最鲜味 洱源西湖鱼》、《白族滋味融 乳扇醇意浓》、《满桌八大碗 密祉豆腐宴》3 集云南当地美食视频，促进了大众对云南当地食材的认知。截至 2018/12/31，正片累计浏览量逾 130 万。

### 3 集视频链接：

[https://h5.dianping.com/app/app-video-mobile/index.html?videoId=1421017&\\_social\\_u=TwQs19/HF4XMUfACi4zpHg==&from=singlemessage&isappinstalled=0](https://h5.dianping.com/app/app-video-mobile/index.html?videoId=1421017&_social_u=TwQs19/HF4XMUfACi4zpHg==&from=singlemessage&isappinstalled=0)

[https://h5.dianping.com/app/app-video-mobile/index.html?videoId=1467557&\\_social\\_u=TwQs19/HF4XMUfACi4zpHg==&from=singlemessage&isappinstalled=0](https://h5.dianping.com/app/app-video-mobile/index.html?videoId=1467557&_social_u=TwQs19/HF4XMUfACi4zpHg==&from=singlemessage&isappinstalled=0)

[https://h5.dianping.com/app/app-video-mobile/index.html?videoId=1481303&\\_social\\_u=TwQs19/HF4XMUfACi4zpHg==&from=singlemessage&isappinstalled=0](https://h5.dianping.com/app/app-video-mobile/index.html?videoId=1481303&_social_u=TwQs19/HF4XMUfACi4zpHg==&from=singlemessage&isappinstalled=0)

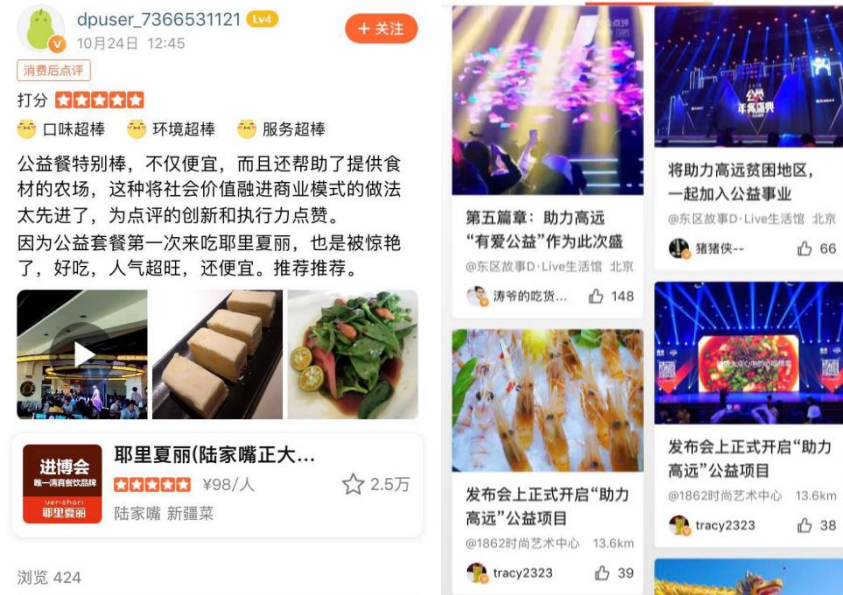
6、2018/12/16 项目首个实体衍生周边——“助力高远公益年货礼盒”发布，在大众点评社区以“分享我的必吃年货”为主题，和用户进行话题互动，并通过自媒体进行传播；同时，助力高远创新实验室“青稞计划”于大众点评年度会员盛典上启动，来自全国 42 个城市的 300 多位大众点评 VIP 会员共同见证了青稞计划启动。大众点评 APP 首页中通资源位图文直播入口，中新网、光明网等主流党政媒体进行了报道。



## 营销效果与市场反馈

1、在媒体端，“助力高远”公益项目累计获得各种党政官方媒体、电视台报道超过 30 次；在自媒体端发稿超过 100 次；商业媒体和电视台、广播电台等也有多次对于项目活动的报道。

2、在用户端，助力高远公益套餐落地页累计曝光 PV 超过 2000 万次，1 个月内累计销售额 137669 元，截至 2018/12/31，共销售公益套餐逾 1500 份，累计销售额逾 21 万元；大众点评用户在消费公益套餐后留下多条真实点评，并在社交媒体上发起了相关话题讨论，对于“消费扶贫”的理念也有了更普遍的认知，通过问卷调研，用户对于必吃榜 IP 的感知度和好评度有所上升。



3、在商户端，首批 24 家公益合作伙伴、昆明超过 800 家商户代表以及诸多餐饮连锁品牌对于助力高远项目都有了明确且深刻的感知，商户反馈认为：“我们餐饮企业就是需要这样的营销策略。”商户感知到了必吃榜 IP 的赋能价值。

4、在政府端，政府对于这种创新的公益模式和营销方式都表示了赞赏和鼓励，并主动在 2019 年和“助力高远”项目发起更多、更深入的合作。上海市人民政府合作交流办公室官微多次对活动新闻进行了转载。