

## 安佳 x 今日头条跨界打造“安佳头条新闻瓶”

广告主：安佳

所属行业：乳制品

执行时间：2018.08.11-08.17

参选类别：创意传播类

### 营销背景

随着品质消费的需求提升，大众消费者对于乳制品的新鲜提出了更高的要求，“冷藏”、“保质期短”成为购买者对“新鲜”的某种普适认知。随着冷链的成熟，冷藏奶产品的消费需求逐步扩大，安佳与盒马鲜生渠道合作，上架了一款仅当日出售的鲜奶产品“日日鲜”。

### 营销目标

基于日日鲜牛奶“仅24h上架销售，不买隔夜奶”的商品属性，安佳希望将“新鲜”的产品力告知更泛圈层的消费者，引领鲜奶消费的新认知和新趋势。

### 策略与创意

#### 新鲜，才敢上头条

买鲜奶的人都知道“当天上架的牛奶一定在冷柜的最后一排”。“新鲜”已经成为当下大众日常消费的重要因素。不止牛奶，新闻也同样如此，“热搜”、“热榜”……新鲜，才敢上头条！

安佳以“新鲜”跨界联手今日头条，打造“安佳头条新闻瓶”限量发售（以下简称“新闻瓶”）。



## 打造最“新鲜”的消费体验

今日头条通过大数据对新鲜资讯进行预测，由内容运营团队精选出 24 小时内的头条新闻，完成选题、审稿、印刷、包装等工序，当日上架，只卖一天，确保带给了消费者最新鲜的体验。

“日日鲜 24H 上架”结合“今日头条智能算法”，最新资讯印上当天鲜奶瓶身，于盒马鲜生上架销售。鲜的三次方，开启早餐新模式！



## 执行过程/媒体表现

### 大事件打造新鲜场景

2018 年 8 月 11 日，上海盒马人气门店，新闻瓶发布大事件引爆热度。当周持续线上同步上架售卖，“新鲜”热销，日日鲜牛奶上架即一抢而空。

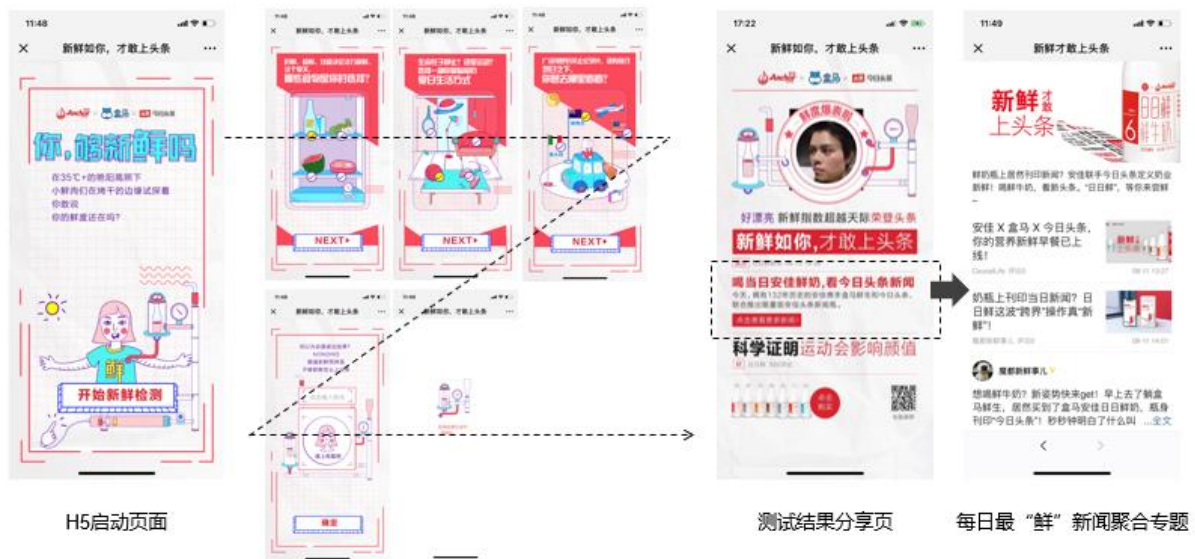


“新鲜”全沉浸，O2O 闭环整合引爆

“够新鲜 才敢上头条”，以头条作为主要的流量平台，8月11日集中黄金资源曝光，活动当周联动美食频道持续延续“新闻瓶”热度。



“新闻瓶”同步联动 H5 小游戏，邀请消费者扫码瓶身测试自己的“新鲜度”，个性趣味结果蔓延社交，掀起拼比热度。



话题、内容、社交.....今日头条全站发酵、连锁引爆!



微话题  
微头条上线#新鲜才敢上头条#话题引发社交热议



头条号文章

微头条

营销效果与市场反馈



线上覆盖 780W+头条用户，“新闻瓶”开售当日销量提升 40%。



众多自媒体自发关注传播，有营销类自媒体活动当日即自发收录并推荐“新闻瓶”品牌营销案例。事件影响力扩散社交，消费者表现出强烈好奇及关注。