

## 金龙鱼&欧丽薇兰——“农产品坐头等舱”创意传播

广告主：益海嘉里

所属行业：食品

执行时间：2018.11.01-11.11

参选类别：创意传播类

### 营销背景

民以食为天，在消费升级的今天，人们越发注重生活品质和饮食健康，年轻家庭群体数量的增长，更凸显了市场对高端食材品牌的渴求。

金龙鱼和欧丽薇兰作为食品行业的两大高端代表，虽已积累下良好口碑，但面对品牌广告纷繁传播的互联网氛围，如何调整传播姿态，将自身的高端产品强势植入消费者脑海，成为金龙鱼和欧丽薇兰的当务之要。

### 营销目标

传播金龙鱼和欧丽薇兰原料进口，服务高品质生活人群的高端的品牌形象。

### 策略与创意

#### 策略：

根据市场调研，消费者对高端饮食的需求十分迫切，金龙鱼和欧丽薇兰原料来源于全球进口，与消费者需求契合度高。

在社交媒体语境下，“加V”有高端和专业的联想，因此提炼出传播主题：“全球特选，味你加V”。

#### 创意：

根据传播主题，采取事件引爆+病毒视频+社交媒体扩散+外围炒作的集中传播手段，策划“农产品坐头等舱”病毒事件、打造“西游记”趣味视频，凸显品牌原料全球化。推出全新 ICON 和 KV，打造品牌高端形象，并通过行业媒体广泛传播，体现品牌的权威和影响力。

### 执行过程/媒体表现

一、创意引爆：农产品坐头等舱，引发关注，传递全球食材概念

二、持续发酵：新西游记，食材的环球之旅

### 三、视觉营销：拉升品牌高端形象

### 四、持续扩散：深度 PR 稿投放，覆盖各大头条号、新闻客户端，延续热度

### 一、创意引爆：多形式全方位发声，强势抢夺眼球

#### 1、制作病毒视频“农产品坐头等舱”，引发关注和引出高端食材形象。



#### 2、事件承接海报助力传播，共同诠释“VIP 顶级原料，成就 VIP 级美味”



#### 3、外围微博侧强势发声，知名大号传播病毒视频打开热度



阅读量 346W  
转发量 947  
点赞 1213



阅读量 624W  
转发量 597 点赞 555



阅读量 102.2W  
转发量 308  
点赞 380

## 二、持续发酵：新西游记，食材的环球之旅

1、制作病毒动漫视频#西游记番外篇#，讲述全球食材故事，在微信侧联合各大V传播扩散。



腾讯视频：<https://v.qq.com/x/page/d078528zkvv.html>



## 三、视觉营销：拉升品牌高端形象

1、态度海报设计：巧妙融入原产地作物、时尚年轻女性的插画元素设计，传达品牌故事。



2、特别 ICON 及主视觉 KV 设计，集中展示高端国际化的品牌形象。



四、持续扩散：深度 PR 稿投放，覆盖各大头条号、新闻客户端，延续热度





## 营销效果与市场反馈

- 1、曝光量超 4 千万，折合广告价值超 500 万；
- 2、全球特选，味你加 V#阅读量超 1500 万；
- 3、微博内容阅读量 1072 万，互动量 5783；
- 4、微博阅读量 44 万，互动量 11543。