

# 21金维他×小米，打造AIoT 健康新风尚

- ◆ **品牌名称:** 21金维他
- ◆ **所属行业:** 健康行业
- ◆ **执行时间:** 2020.08.12-08.25
- ◆ **参选类别:** 跨界营销类

# 项目背景 | 国民品牌力求年轻化，新品上市输出品牌价值

21金维他深耕多种维生素保健35年，近年来打破传统保健品行业的“刻板”、“冷淡”印象，以年轻、创新的姿态活跃在大众面前，获得消费者及行业一致认可；

今年推出 **21金维他倍+产品** 满足不同人群的维生素补充需求。 **“美好不过刚刚好”** 是此次要传递的品牌理念。



**21金维他**  
始于1985年

营养也要刚刚好

**美好 不过刚刚好**  
21种多维营养 补充每日所需维生素和矿物质

**品牌理念**



# 项目背景 | 小米十年与米粉节同庆 点燃营销盛宴

## 小米作为全球最大的IoT消费平台

力求让每个人享受科技带来的美好生活，  
并凭借无数科技爆品成为当下年轻人的信仰。

2.71亿台

IoT 联网智能设备

4080万

米家APP月活跃用户



## 米粉节是小米每年最大的IP项目

米粉节作为所有年轻米粉的狂欢购物日，此次与小米十  
周年庆携手，将创造一次史无前例的营销盛宴。

3512万人

米粉节当天总参与人数

19.31Z

米粉节总支付金额



# 新品推广

精准触达年轻人群，为**21金维他倍+**新品曝光，将品牌理念渗透年轻群体心智。

# 项目目标

# 品牌升级

通过品牌跨界实现破圈营销。以科技赋能健康，刷新保健品牌固有认知。

# 合作契机 | 一场美好的跨界机遇

## 1 理念契合

共建美好生活

美好不过刚刚好

— 21金维他品牌理念 —

让每个人享受科技带来的美好生活

— 小米品牌理念 —

## 2 时机契合

共享IP流量高地

35周年 10周年

21金维他周年庆 小米十周年庆

816米粉节

— 全年最大IP项目 —

## 3 人群契合

共创用户价值



年轻 高收入

热爱科技

喜欢新奇酷

小米的用户画像  
— 21金维他的目标人群 —

**如何帮助保健品牌打开年轻市场，  
找到与年轻人群最有效的沟通方式？**



# 创意策略 | 以科技为利器 借势IP创造沟通场景

小米深入年轻人群生活场景，通过IoT智能硬件赋予保健品科技属性，与21金维他共同开启一场科技爆品的跨界创新营销。拉近与年轻人群的距离，俘获年轻消费群体心智。

用正确的方式

智能的健康之礼

在最佳的时机

营销的狂欢盛宴

做最高效的沟通

全面的传播布局

# 亮点一 智能的健康之礼

## AIoT赋能品牌，用科技撬动年轻群体

切入用户生活场景,打造智能药盒

以IoT智能硬件为品牌创新赋能

**AIoT智能药盒** 物联网联动手机提醒米粉每日补充营养

**21金维他倍+** 两款产品为米粉补充营养

**小米手环** 检测运动健康



# 亮点一 智能的健康之礼

## 科技助力健康，智能药盒的暖心营销



### 1 扫码绑定药盒

微信扫描药盒底部二维码，  
进入小程序，短按药盒按钮完成设备绑定。



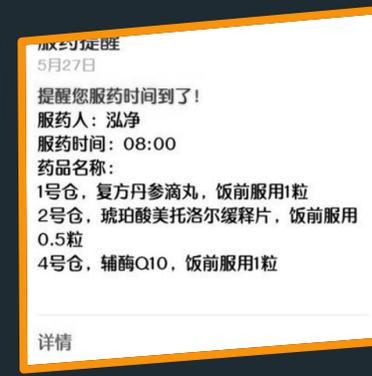
### 2

扫码添加药品，生成名称及服用时间  
扫描药品盒的条形码自动生成药品的名称、  
服药的次数、计量、时间。



### 3

定时分仓 绿光提醒  
服用时间到，  
相应的仓会亮起绿光，  
错误时间开启亮红光



### 4

手机自动健康记录  
微信同步提醒并记录服药  
种类和计量等信息。

## 亮点二 营销的狂欢盛宴

### 携品牌感怀十年 以情感引发social合聚变 让传播更显温度

借小米十年庆生  
品牌联合海报官微互撩



21金维他融入小米十年记忆长图  
通过情感共鸣传递品牌理念



## 亮点二 营销的狂欢盛宴

借势IP热潮 品牌体验馆趣味吸粉 品效双线营销

### 品牌传递

互动机制巧妙植入新品信息 灌输品牌价



按人群属性设计问题，突出新品对应的七类人群。  
每日三道趣味问题X7天打卡日，21道题目突出21金维他品牌  
题目植入产品信息，进行产品健康教育，深化品牌理念

# 小米 商城

年轻米粉的购物圣地  
天然品效营销土壤

### 效果营销

福利刺激参与 科技赋能销量



用户每日答题可点亮一颗产品图标，  
同时获得一张品牌代金券。  
点亮四颗图标，可抽取AloT 智能药盒礼包。

# 亮点三 全面的传播布局

## 全域资源矩阵发力 品牌与年轻TA高效互通

### 个人场景

小米APP通投 全面覆盖年轻用户



一级桌面必现 首屏直击

### 家庭场景

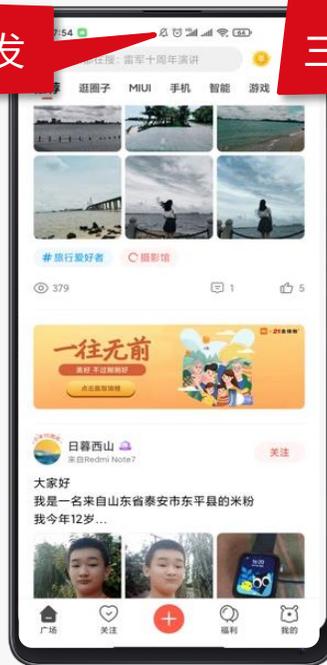
聚焦OTT第一大屏 抢占家庭用户第一注意力



二级交互必现 互动触发

### 小米社区

精选米粉活跃度最高媒体曝光



三级工具必现 系统拦截

### MIUI系统级通知栏

原生场景触达 用户高效拦截



8月12日 - 8月25日

# 营销效果

跨界共赢 品效合一

## 品

美好理念深入人心

活动期间总曝光：**2.1亿次**

总曝光完成率：**115%**

品牌跨界互动H5参与：**1,885,013人**

## 效

带动新品销量转化

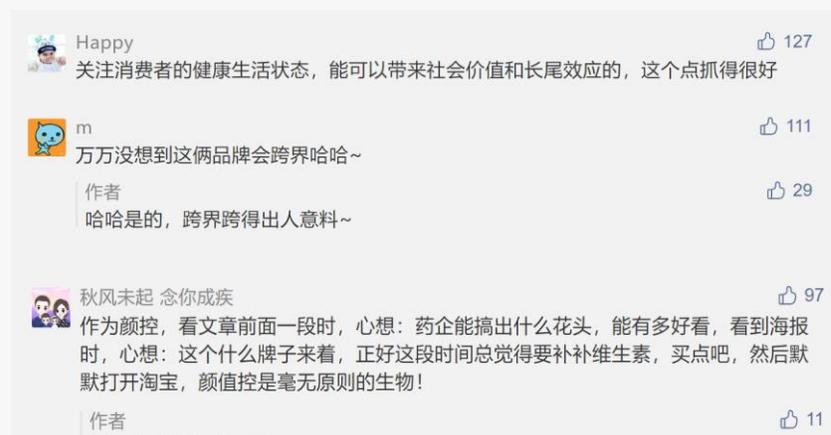
品牌跨界互动H5优惠券领取：**160,000张**

**AIoT 智能药盒 倍受米粉喜爱，**

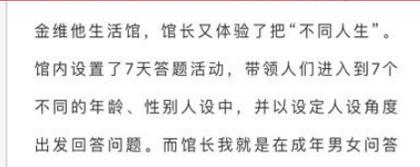
**客户追加3倍定制预算！**

# 营销效果

## 第三方媒体、用户对活动给予高度评价



**20余家知名网媒矩阵传播 阅读量33万+**



**米粉积极参与 上万留言点赞**

