

金龙鱼外婆乡，小时候的菜油香！

- ◆ **品牌名称：**金龙鱼外婆乡
- ◆ **所属行业：**食品加工行业
- ◆ **执行时间：**2019.12-2020.05
- ◆ **参选类别：**整合营销类



针对目前菜籽油市场品牌参差不齐、区域品牌鱼龙混杂及竞品着重以工艺或产地为诉求，特别是缺乏高端领导品牌的市场背景，**金龙鱼外婆乡小榨菜籽油如何破局，在众多竞品中脱颖而出，迅速建立高端菜籽油的**品牌心智认知，是客户需要我们迫切解决的核心问题。

金龙鱼外婆乡小榨菜籽油创意概念



摇啊摇，摇啊摇，摇到外婆桥，随着这首家喻户晓的童谣响起，将我带入了小时候与外婆的美好时光
漫山遍野的油菜花田里，我与外婆在玩耍
外婆桥边，我与外婆亲昵嬉戏
厨房里，外婆用小榨菜籽油烹饪美味的菜肴
悉心的喂我吃着可口的饭菜…
这是记忆中最诱人的美味，更是外婆对我寓情于食的爱

金龙鱼外婆乡小榨菜籽油，小时候的菜油香

创意性的占位外婆同小外孙的IP形象

将婆孙形象与“摇到外婆桥”童谣

打造成品牌的视觉锤和听觉锤

二者的完美结合成为品牌独一无二的记忆符号

从而唤起消费者与外婆的情感共鸣



外婆总是那么慈祥，对我那么好…



外婆做的菜是我最美味的记忆

针对众多以理性诉求为核心的竞品广告，我们大胆的推出了以情感诉求为核心的广告创意，并创新性的采用了清新明快的动画表现手法，巧妙运用了大众熟知的“摇啊摇，摇到外婆桥”童谣，唤起外婆与小外孙在消费者心目中的情感共鸣，个性化打造了婆孙的IP视觉形象，成功建立了消费者对品牌及产品的高度认知。

深度体验式营销，全方位立体互动--四觉体验：



视觉

创建极具共鸣的IP形象
影视、终端包装视觉
创意立体落地。



听觉

通过耳熟能详的童谣，
唤起消费者内心深处的
记忆及情感共鸣。



触觉

通过抖音等新媒体平台
活动的参与，与消费者
直接高效互动。



味觉

菜花节、龙虾节等线下
现场活动开展，强化体
验互动，拉动销售。

一、清新明快的动画风格品牌广告片在“央视品牌强国工程”中强势播出



童谣

摇啊摇

摇到外婆桥...

外婆叫我好宝宝

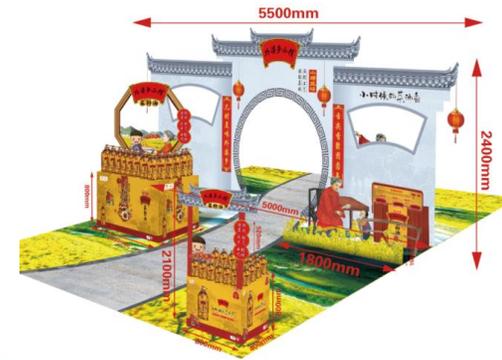
外婆乡小榨菜籽油

小时候的菜油香

清新明快的动画风格是目标人群所喜好，却又极少在其它广告片中出现的表现手法，巧妙的结合大众熟悉的童谣吟唱，将消费受众的童年记忆与内心向往生动的融合，广告一经播出，引起强烈反响，使品牌形象从同类产品中脱颖而出，并留下了鲜明的记忆符号。根据国内知名调研公司在西安及成都的消费者广告片调研反馈，受到消费者的高度好评！在益海嘉里众多食用油广告片中得分最高！

广告片链接（播放请点击）

二、线下终端立体打造生动化IP形象



广告片的播出，引起强烈反响，我们紧跟着趁热打铁的在线下终端通过徽派建筑、八角窗、外婆桥、婆孙形象等品牌核心视觉元素，打造高度差异化、个性化、极具视觉冲击的立体终端形象。受到消费者的广泛喜好，并带动了销售的迅速提升！



三、个性化线下促销活动全面开展：龙虾节、蘑菇节、菜花节..



各区域的特色美食线下活动的开展，强化“四觉”互动体验，凸显个性、差异化的品牌终端形象，带动产品销售及品牌转换，核心市场增长迅速，部分卖场出现断货情况！

四、新媒体各平台联动传播：抖音挑战赛

头像/icon/banner



topview



贴纸设计



四、新媒体各平台联动传播：饿了么直播



直播间场景打造



直播预告图



直播界面

五、携手川菜大师兰明路创新菜花基地云赏花、云直播活动



在疫情特殊期间，创新打造与川菜大师线上云赏油菜花及美食互动体验，带动广大消费者的互动参与，累计观看人数**58.4万**人次。

六、新零售平台：京东、沃尔玛到家联合推广



联动新零售平台，打造多形式的主题线上促销活动，激发消费者兴趣，踊跃参与。

七、节庆日亲情化微信传播



八、线上电商产品文描



外婆乡小榨
小时候的菜油香

小榨风味
压榨工艺
非转基因

摇啊摇，摇啊摇，
一摇摇到外婆桥，
.....
记忆中晨光摇曳的榨油房，永远都散发着阵阵油香，
那是小时候的菜油香，是记忆中诱人的美味，
更是外婆对我寓情于食的爱；
金龙鱼外婆乡小榨菜籽油，小时候的菜油香。

**小时候的菜籽油香
散发诱人美味!**

适合烹饪各类食材，吃的健康，吃出地道菜油味道
“上色好，油色黄亮，有食欲”提味、提香；
更能提升菜的味道。

哇~好香啊!




外婆乡小榨
传统现榨 菜籽油

压榨工艺
非转基因

• 图片仅供参考，具体以实物为准



外婆乡小榨
菜籽油
巴蜀风味

压榨工艺
非转基因

• 图片仅供参考，具体以实物为准

电视广告在媒体发布一经推出，引起消费者强烈的反响，耳目一新的形象与同行业的广告形成明显区隔，产品形象鲜明突出，外婆和小外孙的IP形象深入人心，在终端的识别度以及各种线上媒体的宣传也达到了前所未有的效果！销量得到强势提升，牢牢占住了高端菜籽油的领导品牌地位！

抖音春节传播Topview硬广效果

抖音春节传播战绩总览

点击播放



-  **16,109,192**
广告总展示次数 (PV)
-  **2,091,751**
总点击数 (Click)
-  **12.98%**
点击率CTR
-  **75366元**
成交额



总播放量&总互动量&参与人数&参与视频数全面高于1月品挑平均值

视频总播放量	视频总互动量	参与人数
24.1亿+	5151w+	24.6万+
参与视频数	贴纸投稿数	
32.7万+	6.7万+	

项目统计时间：1月18日-1月25日

注：截止到2月19日时，视频总播放量已超38亿

饿了么直播

销量：5小时限时优惠阶段成交量20万元，
其中外婆乡小榨13.7万元，AE菜2.1万元，
环比增长20倍；



成交量



观看量

直播间场景打造



直播预告图



直播界面





牢牢确立了金龙鱼外婆乡小榨菜籽油高端菜籽油领导品牌的地位

至2020年5月，总曝光超58亿次，总互动量超400万次

广告投放量达30万次，产品销量在疫情低迷的上半年内达到30%以上增长
大大高于品类平均增长水平

牢牢占住了全国高端菜籽油市场份额第一****

