

# 消除隐性饥饿 美团点评“吃出彩虹”推广项目

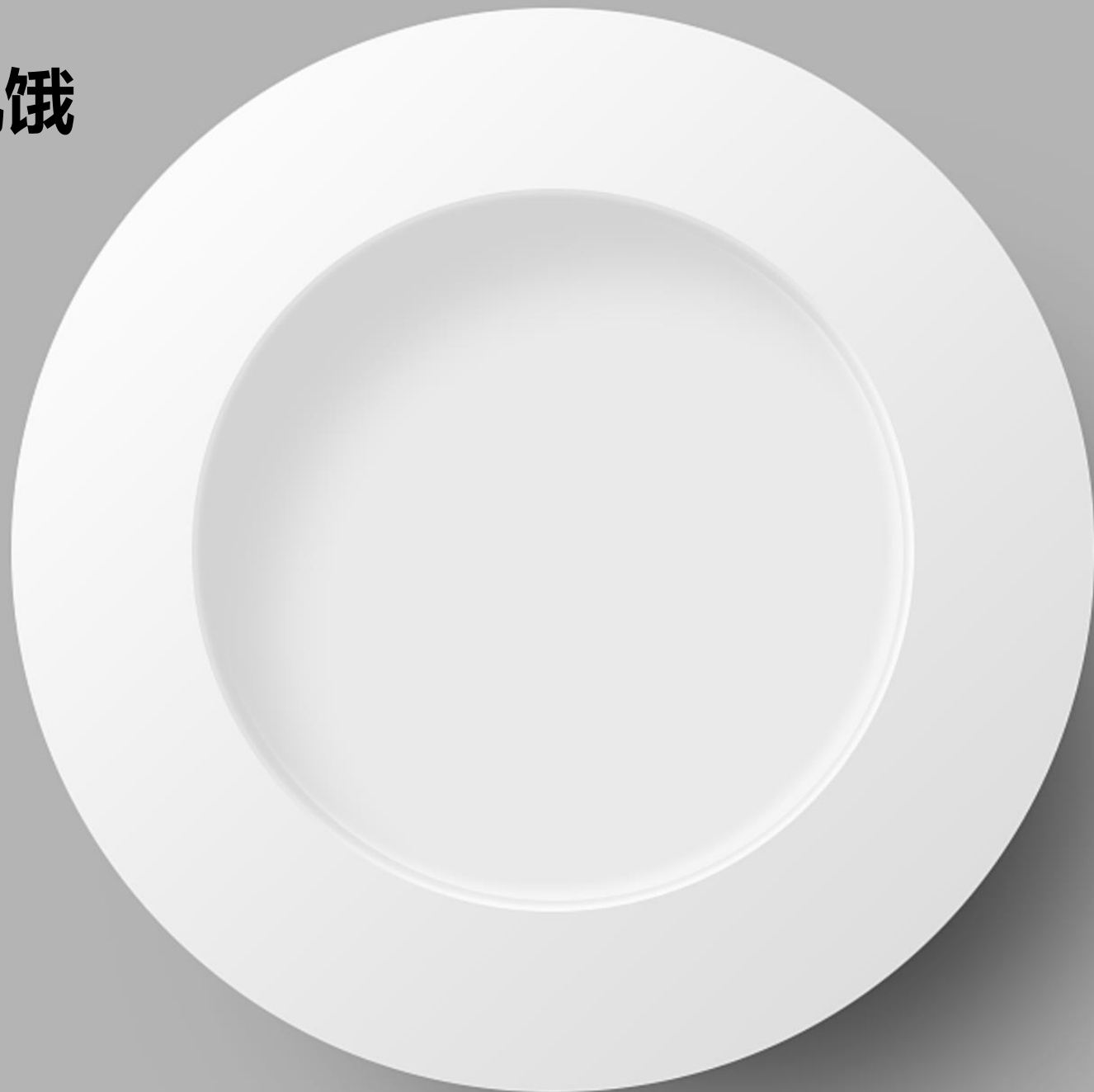
- ◆ **品牌名称:** 美团
- ◆ **所属行业:** 互联网
- ◆ **执行时间:** 2019.10.10-2020.05.01
- ◆ **参选类别:** 公益营销类

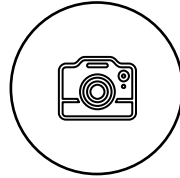
# 营销背景：应对隐性饥饿

什么是“隐性饥饿”？

它是一种隐蔽的营养需求的饥饿症状，比如缺乏某种维生素以及矿物质，同时又存在其他营养成分过度摄入，简单说，就是**即使吃饱，远未吃好。**

当前，全球有超过20亿人处于“隐性饥饿”中，而**中国的“隐性饥饿”人群超过3亿**，是全世界受该问题严重挑战的国家之一。



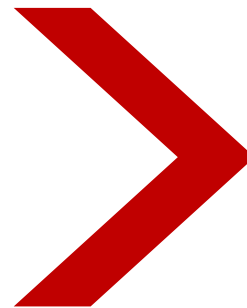


调查显示，不同于贫困带来的显性饥饿  
都市白领和贫困农  
村地区0-6岁儿童  
成为了隐性饥饿的两类重点人群



不了解，没有主动搭配健康饮食的意识

了解，没有时间资源、专业知识、市场选择



**人们默默承受着  
隐性饥饿的伤害**

# 思考：借助商业理解 卡在哪一步了？

## ➤ 在消费者看

生活节奏过快，消费者往往更关注“显性”的收益，而忽略身体“隐性”的饥饿  
消费者没有健康饮食的习惯，且市场上营养均衡的膳食选择偏少

## ➤ 在商家看

营养均衡的健康膳食具有一定的技术门槛，需要专业的配餐指导  
低消费意愿下，健康膳食无法得到反馈，产品更迭困难



# 解题：平台搭桥各方 让公益流动起来！



看得到

平台展示给消费者  
一眼能记住的  
显性传播元素

信得过

平台发起  
联合权威机构  
提供更专业的指导

尝得到

平台协同商户  
推出营养均衡的  
平衡膳食套餐



# 吃出彩虹

彩虹饮食是美国癌症协会推荐的饮食方法，即多进食多种色彩的水果和蔬菜有助于增进人们的身体健康。

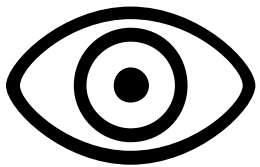
彩虹色彩缤纷，是“隐性”天然的反义词，它不仅能传达健康膳食的“显性”标准，还普遍代表着希望和愿景。





用眼睛和舌头，比大脑更快记住，什么是健康饮食

“看得到，更吃得到”

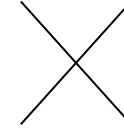


有高度 看得到  
明星助力 联合国背书



有广度 吃得到  
商家力推 KOL种草





2019世界粮食日：拒绝隐性饥饿 倡导健康饮食

联合国 10月16日

以下文章来源于联合国世界粮食计划署，作者世界粮食计划署

40 联合国世界粮食计划署  
欢迎加入联合国世界粮食计划署抗击全球饥饿的队伍，携手解决饥饿问题！

 欢迎关注联合国 您的世界

每年的10月16日是“世界粮食日”，以纪念联合国粮农组织成立，并在全球范围内提高对饥饿状况、粮食安全以及营养膳食的意识，推动国际社会采取行动，共同实现2030年可持续发展议程所提出的“零饥饿”目标。

今年，“世界粮食日”的主题是“行动造就未来—健康饮食，实现零饥饿”，呼吁采取跨部门行动，使每个人都能够获得负担得起的健康和可持续饮食，同时也呼吁每个人都开始思考自己如何饮食。

2019世界粮食日 | 世界粮食计划署携手美团点评 拒绝隐性饥饿 健康饮食倡导行动

原创：世界粮食计划署 联合国世界粮食计划署 10月16日

 拯救生命 改善生计

2019年10月16日“世界粮食日”，在“行动造就未来—健康饮食实现零饥饿”的全球主题下，联合国世界粮食计划署与美团共推“拒绝隐性饥饿”健康饮食倡导行动，联动明星、新浪微公益，及美团平台、点评平台、美团外卖的超50家餐饮连锁品牌，通过理念倡导及多种行动举措，聚焦“隐性饥饿”问题，推动全球“零饥饿”的可持续发展目标实现。

 美团点评 for 

2019世界粮食日  
**拒绝隐性饥饿**  
——行动造就未来——

举办“拒绝隐性饥饿”体验会，邀请联合国粮食计划署官员、上海市政府官员、农业部专家以及权威媒体参会。多渠道共同发声，将“拒绝隐性饥饿——健康膳食，吃出彩虹”的理念更广泛的传达给消费者及组织。



# 有高度：明星助力

美团点评 for WFP 2019世界粮食计划署

## 2019世界粮食日

### 拒绝隐性饥饿，快来参加#吃彩虹挑战#吧!

#### 参与方法一

- 1 拍下一张你的“彩虹食物照”（多种颜色，多种营养成分搭配）。
- 2 上传这张图片，微博正文加“#吃彩虹挑战#”和你想说的话，发布即可。

#### 参与方法二

- 1 拍下一张动作为吃的照片。
- 2 上传这张图片，在贴纸栏，选择美团定制彩虹贴纸（如图示意），制作完成吃彩虹照片。



- 3 在微博自动生成的“#吃彩虹挑战#”标签之后，加上你想说的话，发布即可。

美团点评 for WFP 2019世界粮食计划署

## 拒绝隐性饥饿

行动造就未来



拒绝隐性饥饿 参与#吃彩虹挑战# 一起挑战健康!

美团点评 for WFP 2019世界粮食计划署

## 拒绝隐性饥饿

行动造就未来



拒绝隐性饥饿 参与#吃彩虹挑战# 一起挑战健康!

美团点评 for WFP 2019世界粮食计划署

## 拒绝隐性饥饿

行动造就未来



健康膳食 吃出彩虹

# 播 创 III



第1名 - 获得6万赞

平顶山那些事 19-10-24 14:37 来自小米8周年旗... +关注

#吃彩虹挑战#最爱吃的食物之一，像彩虹一样的沙拉，各种营养成分均衡，适合正在减肥的我，而且超好吃的哇，一般人我不告诉他



分享到 评论 赞

转发 78 评论 99 赞 6万

按热度

音乐指南

转发 评论 赞



董不董董不董 19-10-17 09:48 来自 HUAWEI P30 ... +关注

#吃彩虹挑战#很荣幸参加了点评线下吃彩虹挑战，吃出健康，吃出营销，拒绝隐性饥饿!



分享到 评论 赞

转发 评论 赞



媛自在 19-10-18 10:57 来自 vivo X23全息... +关注

#吃彩虹挑战##就这一刻#金秋十月，五谷丰登，就在日常生活中~吃出一道



分享到 评论 赞

转发 评论 赞

在微博发起#吃彩虹挑战#，由@联合国世界粮食计划署主持话题，新浪@微公益、@周冬雨、@陈赫、@杜江等名人合作伙伴，以及外婆家、gaga鲜语、胖哥俩等餐饮品牌、微博大V、美食博主共同参与。以“**微博彩虹贴纸**”的方式激发网友参与，感知“**均衡膳食，吃出彩虹**”的理念。



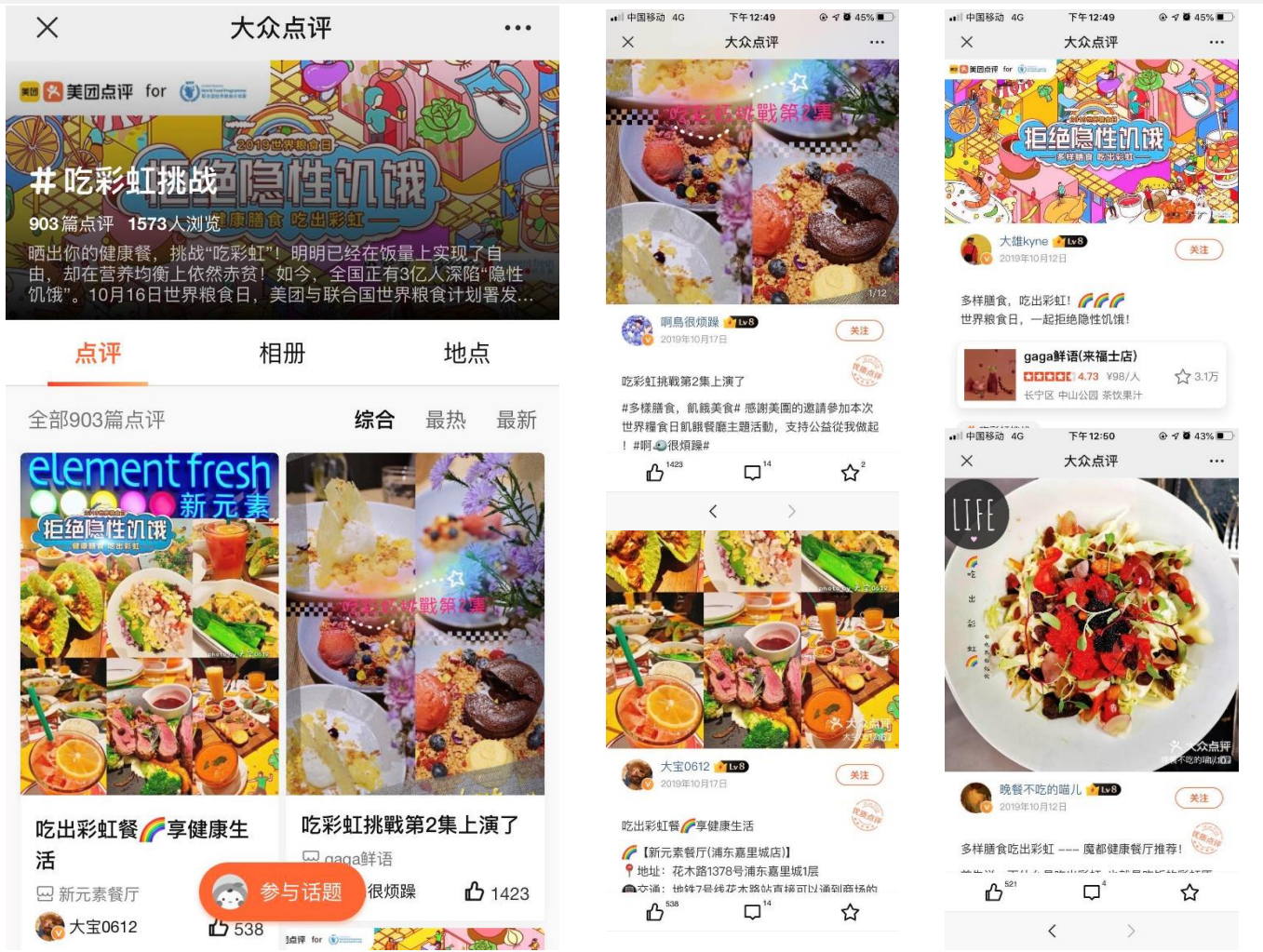






美团点评上线#吃彩虹挑战，吸引平台KOL探店品尝彩虹美食，留下“吃出彩虹”相关评论。在各门店页面将评论置顶，向更多消费者传达“拒绝隐性饥饿——均衡膳食，吃出彩虹”的理念。

线下，美团点评与外婆家、gaga鲜语、新元素在上海热门商圈联合推出“饥饿餐厅”快闪店，传递“拒绝隐性饥饿——健康膳食，吃出彩虹”的核心主张，并借助互动小游戏将“吃出彩虹”的理念与到店就餐密切连接。







“吃出彩虹”系列活动总曝光量

**1.44亿**

“吃出彩虹”套餐总曝光量

**3992万**

“吃出彩虹”套餐消费用户量

**17.1万**

参与大众点评评论及微博话题

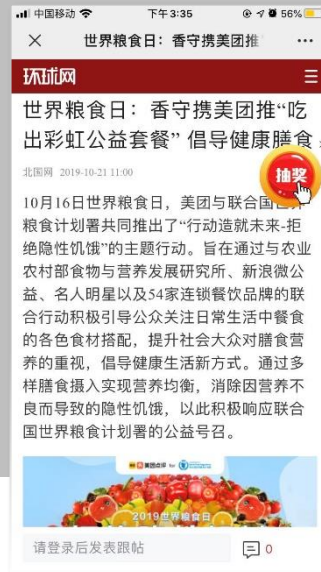
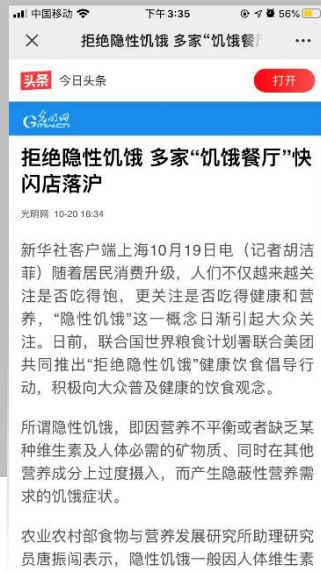
**2.9万人**

参与大众点评评论及讨论

**11.2万条**



# 社会影响



## 权威媒体深度解读，垂直破圈扩大活动影响力



人民网、央广网、光明网、北京青年报等**79家**主流媒体

报道“拒绝隐性饥饿”系列活动，产生**2500篇**以上报道

一致认可以均衡膳食消费促进理念传播的公益新思路。



# 项目亮点

## 以消费带动理念 吃出公益新思路

