

消除隐性饥饿 美团点评“吃出彩虹”推广项目

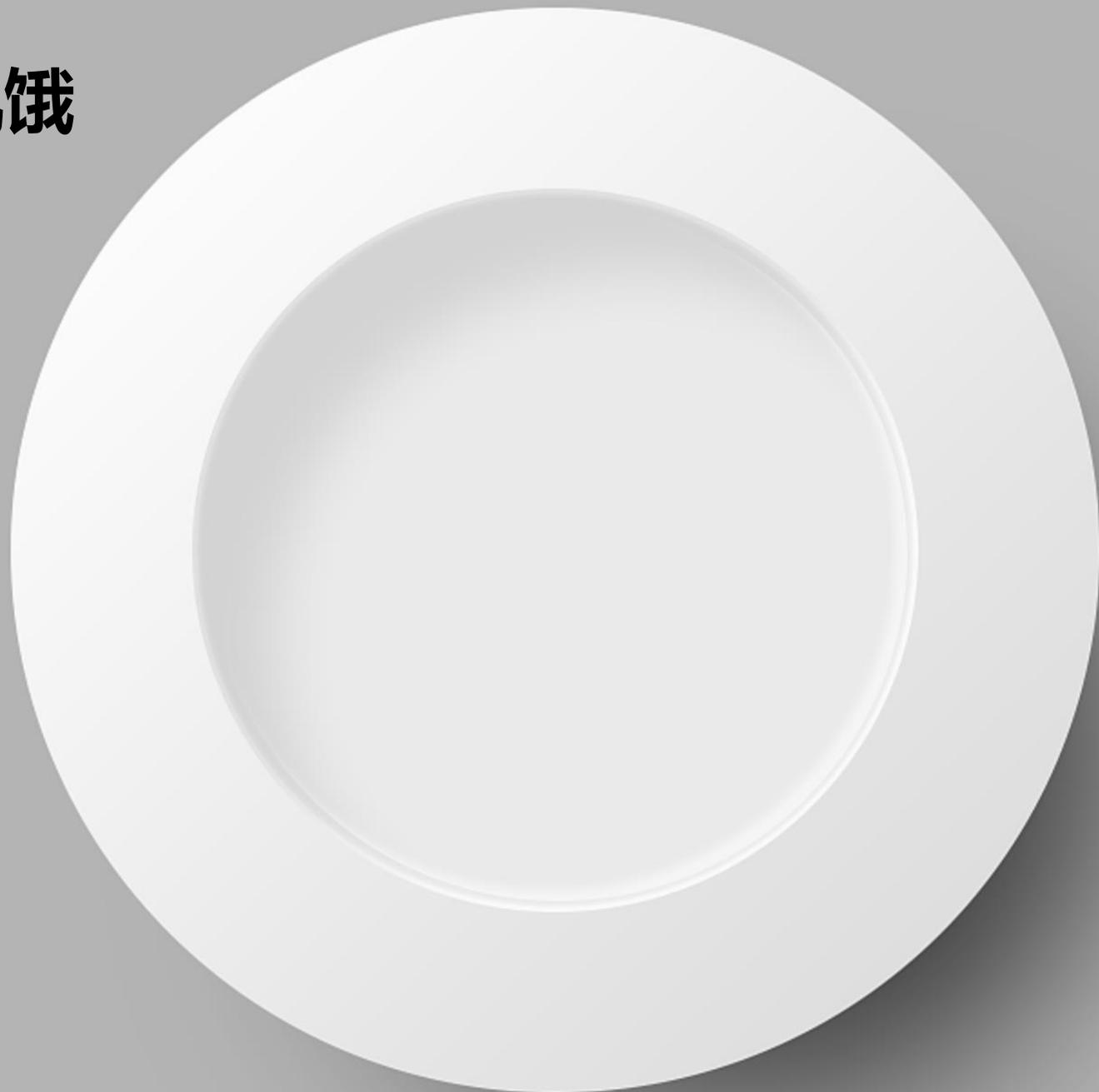
- ◆ **品牌名称:** 美团
- ◆ **所属行业:** 互联网
- ◆ **执行时间:** 2019.10.10-2020.05.01
- ◆ **参选类别:** 公益营销类

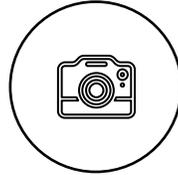
营销背景：应对隐性饥饿

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。



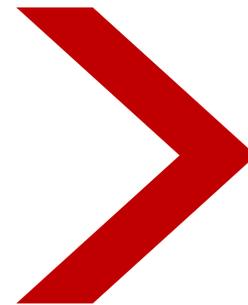


调查显示，不同于贫困带来的显性饥饿
都市白领和贫困农
村地区0-6岁儿童
成为了隐性饥饿的两类重点人群



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

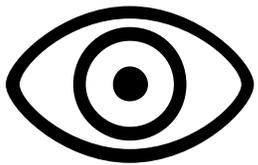
彩虹饮食是美国癌症协会推荐的饮食方法，即多进食多种色彩的水果和蔬菜有助于增进人们的身体健康。

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

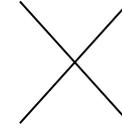
“看得到，更吃得到”



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世界粮食计划署

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。

有广度：100+彩虹公益套餐

在农业农村部食物与营养发展研究所的指导下，美团点评联动**54个餐饮品牌**，覆盖**94个城市**，联动**超过3000家门店**，推出超过**100个“吃出彩虹公益套餐”**。

餐饮品牌以健康饮食、均衡膳食为理念进行套餐配置。

消费者愿意买，餐饮品牌愿意做，均衡膳食才能良性循环。



消费先行，以全民消费促理念传播

美团 美团点评

依托平台优势

桥联商户与消费者

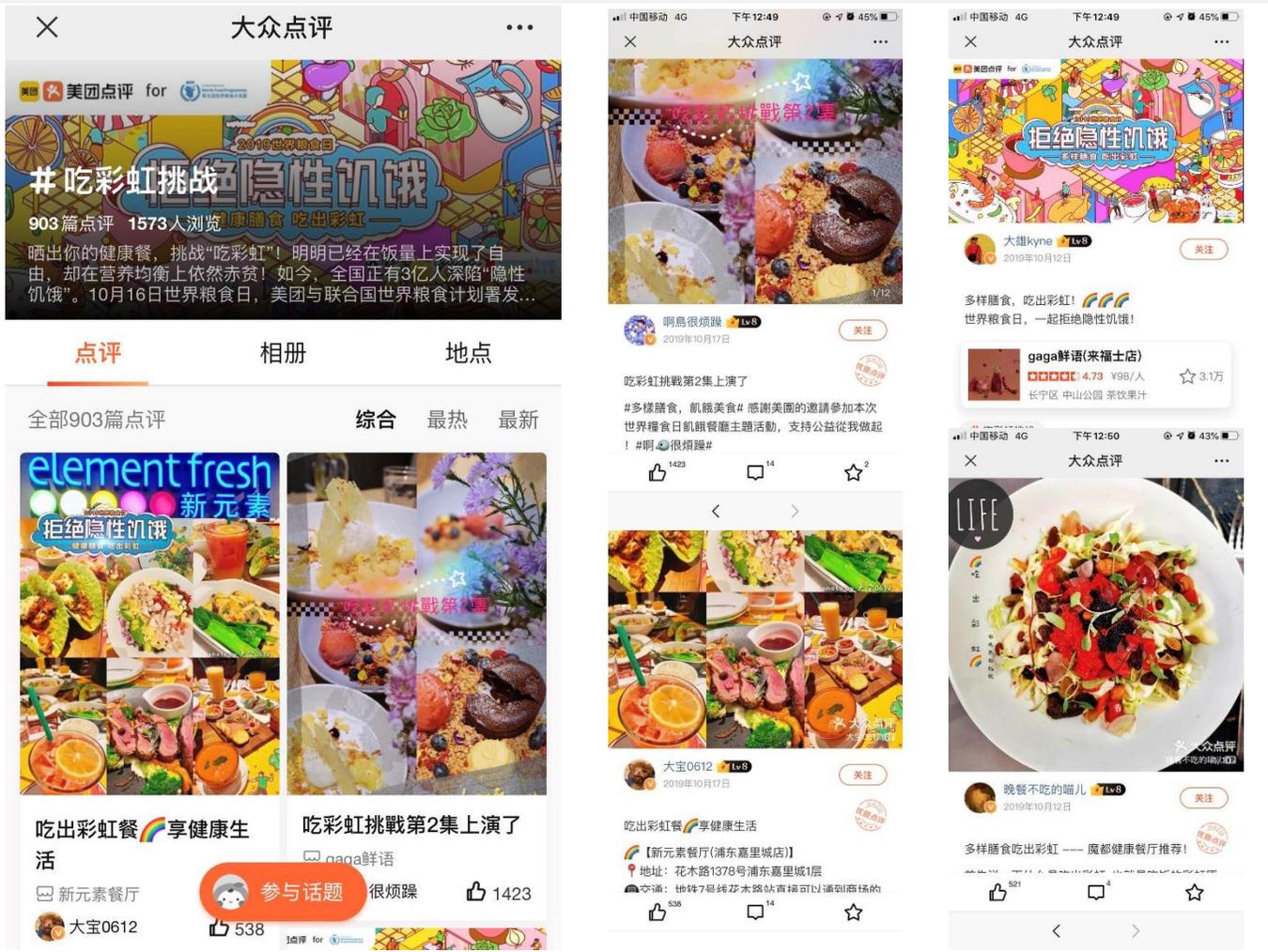
力推彩虹套餐

促进均衡膳食的理念传播



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

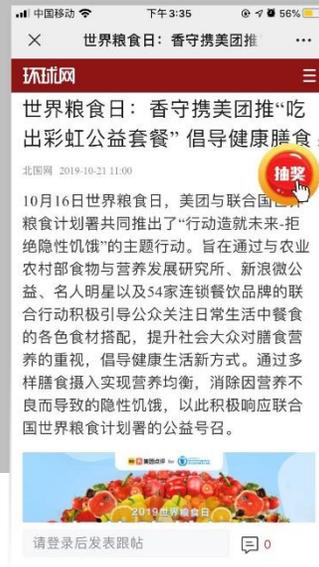
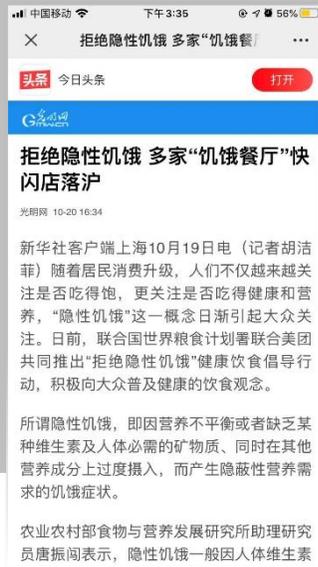
参与大众点评评论及微博话题

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

