



Top  
Mobile  
Awards

---

# 全安素满分营养满分笑容抖音挑战赛

- ◆ **品牌名称:** 雅培全安素
- ◆ **所属行业:** 特医食品
- ◆ **执行时间:** 2020.05.04-05.12
- ◆ **参选类别:** 场景营销类

## 背景和初衷

雅培公司 (ABBOTT LABORATORIES) 作为全球医疗健康行业领导者，帮助人们在生命各阶段生活得更美好。**雅培全安素**是一款特殊医学用途配方食品，致力于为中老年群体提供全面均衡营养。

品牌计划在母亲节之际，**捕捉情感切入点，同时利用抖音挑战赛的形式，激发全民参与UGC，建立与受众的互动，体现全安素医学营养守护健康笑容的核心概念，以传递品牌温暖度。**



雅培医学营养  
Abbott Medical Nutrition

全安素®

## 目标

- 通过 Viral Video 实现 Brand Benefit 传递，让消费者真切感受到品牌温度，以及医学营养核心利益点
- 通过 Social 平台实现深度Engagement，创造品牌与消费者的互动

## 挑战和困境

- 如何有效提炼生活场景，以合适的故事和情感切入沟通，并融合产品核心利益点
- 如何迅速在社交平台建立声量，吸引参与互动

## 目标人群洞察

### 核心TA

## Caregiver守护者（子女晚辈）

对子女晚辈来说，父母家人的健康是一大关心点。免疫力是生命的基础，特别是我们的体弱长者，此时免疫力备受考验。

**医学营养，能够给爸妈的免疫力增添守护。**

### 次级TA

## 中老年群体

中老年群体，其实用各种不同的方式贡献自己的温暖。他们可能是默默守护病患的医护人员，也可能是为家人守护日常生活的父母。

**岁月静好，少不了银发老人的守护。**

## 核心策略：通过品牌互动体验，传递“全安素守护健康笑容”理念

### 守护健康

#### 产品 Benefit

全安素提供医学全营养  
增强免疫力，守护健康

满分营养满分笑容 母亲节抖音挑战赛

#### 全民参与UGC互动

### 守护笑容

#### 消费者 Benefit

让老年人获得健康笑容  
让全家人获得幸福笑容

## Viral Video: 提炼生活场景，引起情感共鸣，不同版本匹配传播调性



版本/时长	核心内容和传播调性	观看链接
2m15s 「完整版」	展现疫情期间不平凡的守护者们，他们更应该被我们珍惜和守护。在双微平台以情感打动，形成viral传播效应。	<a href="https://v.qq.com/x/page/i3148oku31z.html">https://v.qq.com/x/page/i3148oku31z.html</a>
30s 「守护版」	突出银发长者的奉献和手势舞，帮助未看完整版受众理解老人奉献换我来守护的品牌理念	<a href="https://v.qq.com/x/page/z3148pg47np.html">https://v.qq.com/x/page/z3148pg47np.html</a>
30s 「笑容版」	展现守护银发笑容理念，全家一起跳守护舞蹈，体现全家圆满。帮助未看完整版受众理解守护银发品牌理念和激发互动。	<a href="https://v.qq.com/x/page/j3148kcxfsi.html">https://v.qq.com/x/page/j3148kcxfsi.html</a>
1m 「满分营养 满分笑容」	争取最大的满分营养 满分笑容的互动。老人笑容和子女一起的笑容，体现营养越满分，笑容越满分，强化营养和健康笑容的品牌功效。	<a href="https://v.qq.com/x/page/i3148oku31z.html">https://v.qq.com/x/page/i3148oku31z.html</a>

# KV: 场景化表现 “守护笑容” 概念



## 亮点：基于优质内容共鸣，利用音乐版权和互动元素，引发高度参与

### 优质内容共鸣

- 借势母亲节传播契机，全安素用暖心软性内容先导宣传，Viral Video 唤起情感共鸣和品牌正向感知
- 针对不同平台，提供差异化调性的视频版本，情感沟通更为精准

### 改编热门音乐版权

#### 创造低门槛高趣味互动元素

- 改编利用《你笑起来真好看》音乐版权，拉近与受众距离
- 创造微笑手势舞，易于UGC模仿
- 互动音乐贴纸操作简单，无需点击触发即可完成，打分机制增加参与趣味性，动态emoji随机展示，鼓励笑容展现

### 挑战赛现金奖励机制

- 以抖音挑战赛形式，建立品牌和受众之间的低门槛互动
- 利用瓜分现金奖励机制，提高受众参与积极性，激励全民参与



## 执行过程回顾

5.4

**Step 1  
预热期**

优质内容全平台预热



5.10

**Step 2  
引爆期**

UGC参与全民任务挑战赛，引爆活动高潮



5.12

**Step 3  
持续覆盖情感沟通**

收官盘点延热发酵



## 媒介应用：聚焦抖音站内硬广和非标资源，配合全平台声量和深度教育



全安素  
守护健康笑容

## 受众互动场景：银发群体+家庭人群火爆互动，花式晒出最美微笑

全家总动员



老两口爱情见证



精准医护场景



雅培产品出镜



记录家人最美笑容

不同场景/人群演绎传递温暖正能量和全安素核心价值

# 曝光与互动表现：超额完成KPI，在抖音同品类挑战赛中排名第一

视频投稿数

20.2万+

贴纸使用次数

15万+

消费者互动数

1,835万+

点击溢出率

161%



KPI

视频播放数：4亿

UGC：8万

硬广曝光：3,815万

KOL曝光：1,322万

实际数据

视频播放数：8.3亿

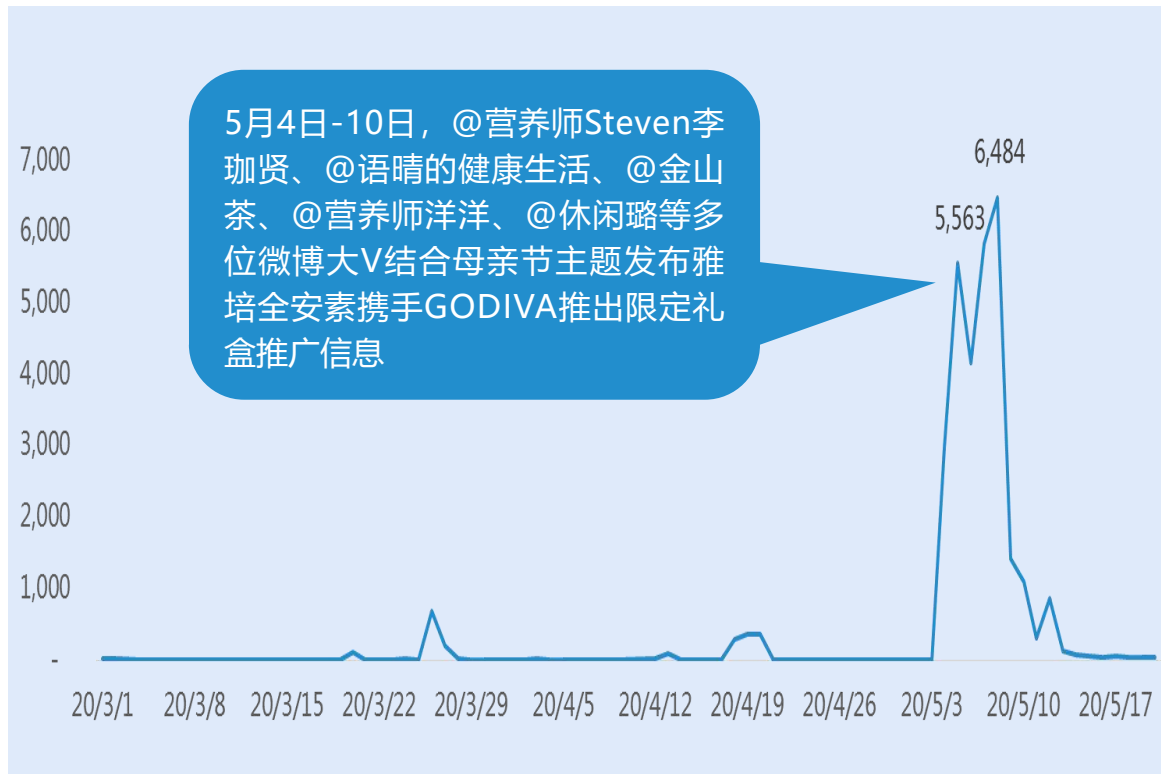
UGC：20.2万

硬广曝光：4,837万

非标资源曝光：9,865万

KOL曝光：3,315万

## 受众反馈：全网声量较日均提升88倍，高浓度优质评论体现正向感知



Campaign执行期间  
品牌全网声量  
从日均的 40  
提升至执行期的 3,522  
为日均的 **88倍**

与投放量相近的客户  
平均值高出 **27%**