

“喂爱陪伴 新鲜予你” 飞鹤528中国宝宝日营销

- ◆ **品牌名称:** 飞鹤
- ◆ **所属行业:** 母婴
- ◆ **执行时间:** 2020.05.01-05.28
- ◆ **参选类别:** 整合营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频
<https://www.bilibili.com/video/BV1m54y127kC/>

或者
扫一扫看视频





飞鹤

倡议5.28 宝宝日

中国

喂爱陪伴 新鲜予你



飞鹤奶粉 更适合中国宝宝体质

“码”上挑战陪娃flag
分百万新鲜陪伴基金



0-3岁宝宝是家庭和国家最重要的资源与财富。越来越多父母意识到“陪着≠陪伴”，却不懂得如何高质量陪伴。特别是疫情之下，无数家庭拥有更多的陪伴机会和对陪伴更深的理解，亟需更新鲜的高质量陪伴指导。

飞鹤作为国产婴幼儿奶粉第一品牌，始终践行“尽己所能，反哺社会”的公益理念。从2018年首倡“5·28中国宝宝日”发起陪伴号召，到2019年为全社会提供高质量陪伴解决方案，在推进高质量陪伴的第三年，如何持续与消费者深入沟通，建立情感联系，将品牌的“新鲜”属性深植消费者心智成为亟待解决的问题。



飞鹤

星级营养 源自新鲜

会员享 96折

活动时间：7月20-7月26日

OPO 结构脂

飞鹤 星飞帆 幼儿配方奶粉 (12-36月龄, 3段)

益生元

OPO

*支持母乳喂养，1段奶粉不参与任何活动



在疫情的特殊背景下，持续传递品牌“新鲜”主张，进一步夯实品牌在消费者心智中的“新鲜”认知：

- **促陪伴升级**：升级陪伴理念，呈现更新鲜的陪伴方案和成果，刺激更多爸爸妈妈进行高质量陪伴。
- **引社会共振**：吸引更多的机构、企业、媒体等社会力量加入到“中国宝宝日”倡议中来，提供更新鲜的陪伴指导，建立全社会的陪伴共识；
- **塑品牌形象**：强势输出品牌的“新鲜”属性，以高品质产品和高质量陪伴为中国宝宝提供身体与精神的双重养分，全面展现品牌的社会责任感，提升品牌的社会影响力。

整体创意：围绕核心的“新鲜”概念，在具有陪伴属性的内容平台上创造**“陪伴的新鲜感”**，以“新鲜”定义优质陪伴，让“陪伴”与“新鲜”产生强关联。

创新定制垂直类品牌微综艺
《新鲜陪伴记》

举办多地多平台联合直播
召开云发布会

各行业头部品牌积极响应
提供新鲜的亲子陪伴方案

创新定制垂直类品牌微综艺《新鲜陪伴记》：输出新鲜又科学的陪伴攻略，传递新鲜陪伴理念。



《新鲜陪伴记》微综艺海报



《新鲜陪伴记》节目截图

创新定制垂直类品牌微综艺
《新鲜陪伴记》

举办多地多平台联合直播
召开云发布会

各行业头部品牌积极响应
提供新鲜的亲子陪伴方案

举办多地多平台联合直播，召开云发布会：
邀请众多专家明星、大咖KOL新鲜发声，强势号召新鲜陪伴，引爆话题，形成新鲜陪伴的刷屏式传播。



名人大咖谈高质量陪伴

创新定制垂直类品牌微综艺
《新鲜陪伴记》

举办多地多平台联合直播
召开云发布会

各行业头部品牌积极响应
提供新鲜的亲子陪伴方案

各行业头部品牌积极响应，提供新鲜的亲子陪伴方案：“滴滴豪华车”彩蛋车，安心陪伴出行，“下厨房”亲子烹饪，暖心陪伴成长，“樊登小读者”精选书单，用心陪伴发展。同时，飞鹤发起陪伴打卡活动，联合全国母婴渠道共同倡议宣传，打造万场线下主题活动，实践新鲜陪伴，全方位影响母婴群体。



品牌联合创意海报



飞鹤 × 下厨房



亲子共读书单

2020年“5·28中国宝宝日”传播项目**总曝光超70亿**，在各个社交媒体平台引发热议，消费者好评如潮，“新鲜”概念深入人心，品牌影响力空前



- #528中国宝宝日#微博话题榜阅读达**4.8亿**;
- 业内首创24小时直播，超**百万**人气;
- 微综艺《新鲜陪伴记》播放量达**1.1亿**，暖心治愈;
- 品牌联合总曝光量超**9400万**，互动量超**9.8万**。



- 全国23个省363个渠道组内容运营联盟，强势曝光超**1.1亿**;
- 线下宝宝日陪伴主题活动逾**万场**，亲密陪伴燃遍全国。



- 《人民日报》、新华社发文点赞；行业协会领导及专家、孕婴童渠道大佬、社会名人等超百人打call;
- 超**13万**用户参与陪伴打卡，唤起**95万**中国家庭陪伴意识。

整个项目兼顾公益性与品牌宣传，凸显飞鹤的社会责任，升华品牌价值，不仅将“新鲜”概念植入消费者心智，更提高了消费者对品牌的忠诚度和好感度。

1

特殊之年，“中国宝宝日”项目将深刻的社会洞察与品牌的“新鲜”属性强关联；

2

深度整合多种资源，借助综艺IP、跨行业品牌联合、24小时直播等新鲜方式强势蓄能，吸引更多社会力量共同号召陪伴，提供更多高质量陪伴解决方案；

3

联合行业协会、权威媒体、高势能人群等各方力量，进一步扩大活动的社会影响力。