

# 农夫山泉，一条堪比BBC的绝美广告片

- ◆ **品牌名称：**农夫山泉
- ◆ **所属行业：**饮用水
- ◆ **执行时间：**2020.01-至今
- ◆ **参选类别：**内容营销类



## 市场环境分析：（背景洞察）

- 目前市场上广告片能被消费者记住的多以洗脑片为主，而农夫山泉的广告片却不走寻常路，而是打造差异化品牌形象，在鳞次栉比的叫卖声中脱颖而出，让消费者耳目一新，更能吸引消费者的眼球。
- 农夫山泉最美广告片整整筹备了三年，除了邀请到的专业拍摄团队，还邀请了长白山当地的动物学家，让所有消费者都看到了农夫山泉的诚意



## 市场环境分析： (传播/策划目标)

				
<p>2014年 “一个你从来不知道的故事” 平凡员工方强历经万难寻找天然水源地</p>	<p>2015年 “从水源到产品，你不知道的农夫山泉” 选址、设计、建厂以及产品设计</p>	<p>2016年 “一个人的孤岛 &amp; 一百二十里 &amp; 一天的假期 &amp; 最后一公里”合集 农夫山泉20周年&amp;G20峰会指定用水</p>	<p>2017年 “好水才能煮好饭” 邀请“煮饭仙人” 村嶋孟拍摄</p>	<p>2018年-2019年 “什么样的水源，孕育什么样的生命” 冬季水源地篇 堪比BBC动物的绝美纪录片</p>

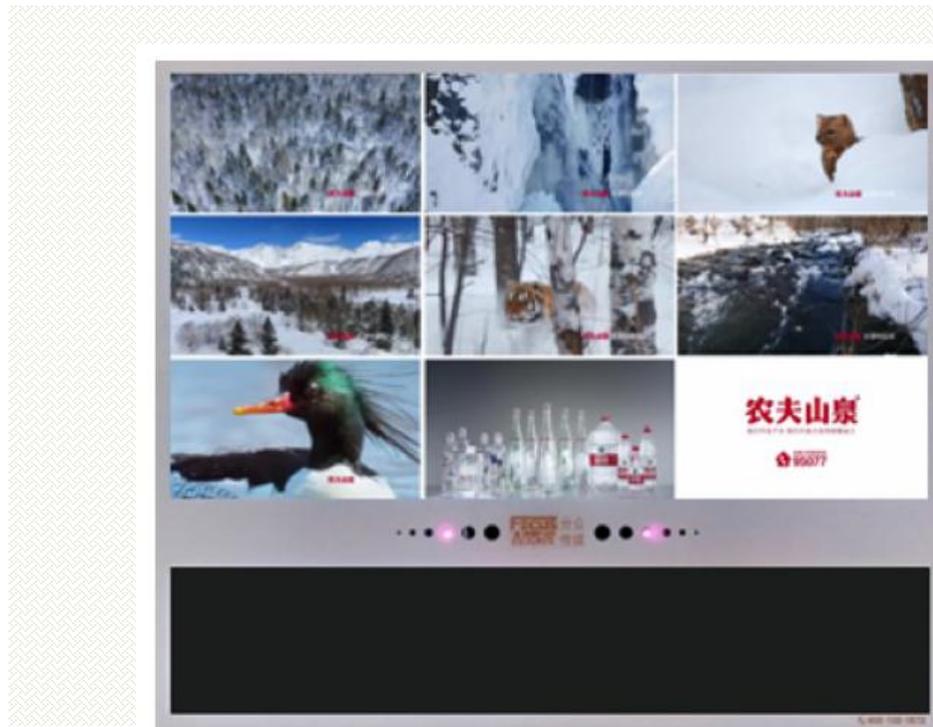
- 从2014年起，开始在梯媒上尝试高规格走心长视频广告片，每一年都用心将农夫山泉的品牌故事延续下去



## 营销策略：

- 投放策略：联手梯媒投放长版本广告片
- 投放时间：2020年
- 投放城市：全国
- 投放媒体：电梯电视





林蛙  
中华秋沙鸭  
翠鸟  
东北虎  
...

点击链接查看视频:

<https://v.qq.com/x/page/l31594u9pz4.html>



## 执行效果:

分众电梯电视广告提升了农夫山泉的品牌认知广度，并提升了农夫山泉在受众心目中的活跃程度，使受众有购买饮用水需求的时候想到农夫山泉



请问如果提起饮用水（包括矿泉水、纯净水等），您最先想到的是哪个品牌？  
您还能想到哪些饮用水（包括矿泉水、纯净水等）品牌？还有吗？还有吗？  
请问您还知道以下哪些饮用水（包括矿泉水、纯净水等）的品牌？还有吗？还有吗？

- 根据CCDATA调研显示
- 广告提示后认知高达**98%**，  
电梯电视提升了农夫山泉  
品牌认知广度



## 市场评价：

广告创意有效突出了农夫山泉品牌产品，得到较高的受众喜爱  
受众对广告在创意及优势传达方面的评价高于平均水平



请问您对这个广告，喜欢程度如何？(非常喜欢+比较喜欢)  
受众对广告看法的同意程度？(非常同意+比较同意)

ccdata

- 根据CCDATA调研显示
- **85%**的被访者表示喜欢农夫山泉的广告片，高于平均水平



## 市场评价:

年营收增长率超**17%**  
三年净利润**119.52亿元**

