**美团外卖联名新裤子乐队，给奶茶穿秋裤**

**广 告 主**：美团外卖

**所属行业**：互联网

**执行时间**：2022 11.03-11.13

**参选类别**：创意传播类

**营销背景**

美团外卖希望在入冬之际，以奶茶品类作为主领，打入上海市场，结合上海城市的本土调性，在本土做些又Chill又Cool的事，并通过美团外卖独有的小耳朵形象，加深美团外卖在上海人心中的角色。

**营销目标**

提升上海消费者在美团外卖平台消费奶茶频次，提升奶茶销量和用户渗透率，并结合上小耳朵印象，找到其他花样去强化小耳朵概念

**策略与创意**

我们发现在深秋入冬之际，人们纷纷开始穿上秋裤，秋裤成为了大家入冬保暖不可缺少的话题，但在上海这样一座时髦又酷的城市一定不会为“秋裤”买单，所以美团外卖另辟蹊径，以新奇的“奶茶穿秋裤，我们一起cool”为主题，邀请同样带有“裤”字，且时髦个性的乐队“新裤子”作为创意合伙人，一起打出“秋裤奶茶”概念，结合新裤子乐队的IP设计推出两款奶茶秋裤杯套，并以一支魔性洗脑的病毒视频，让大家一起上美团外卖点秋裤奶茶，一起cool。

**执行过程/媒体表现**

秋裤奶茶杯套：该杯套设计理念，是将美团外卖的袋鼠小耳朵倒过来变成小秋裤的概念

图片包含 游戏机



描述已自动生成

活动时间内，上海美团外卖用户只需在指定商家购买奶茶满39元即可获得一只秋裤杯套，更有机会通过抽奖的方式，获得新裤子乐队北海怪兽限定款秋裤杯套。



**杯子里有饮料

描述已自动生成**

同时，我们还携手新裤子乐队，创作了简单洗脑的广告片，用歌曲旋律加以直截了当的歌词，由人穿秋裤延伸至奶茶也穿上了秋裤，传达除全民全物秋裤潮的氛围。

视频链接：<https://www.xinpianchang.com/a12204960?from=UserProfile>

**主KV：**游戏的截图

描述已自动生成

游戏的截图

中度可信度描述已自动生成秋裤奶茶一经上线后，便迅速占领各大社交媒体平台，不仅出现在各大APP开屏，朋友圈广告，分众媒体等点位，更是包站了上海人民广场站地铁长廊，让更多上海人民看到了这一杯穿秋裤的奶茶，看到这一条奶茶穿的黄色秋裤，扩大了跨界营销的传播声量。

**图形用户界面, 网站

描述已自动生成**

活动后期，也引发了网友们的脑洞大开，拿秋裤奶茶杯套放文具，当花盆，做仓鼠窝……源源不断的二创玩法，为秋裤奶茶的传播提供了持久的话题性和生命力。

**营销效果与市场反馈**

本次投放时间覆盖3周，站内以【周二奶茶日】平促活动承接。第一周11.29当天奶茶品类实付交易额日环比提升**8%**(平均水平2-3%); 传播结果:美团外卖官方微博微信/抖音kol/小红书kol，总曝光量**:1500w+**，总互动量:**151w+** 。此秋裤杯套引发疯狂下单哄抢，限量款杯套更是在二手平台卖到了3位数；并且此案列被多家媒体如social beta、人民网等评为优选TOP级案列展示。

**电脑游戏的截图

低可信度描述已自动生成**