**浙里有好茶-2020京东物流春茶产业带项目**

**广 告 主：**京东物流

**所属行业：**物流

**执行时间：**2020.03-06

**参选类别：**电商营销类



**营销背景**

2020年疫情影响之下，传统线下售茶渠道受阻，原先茶叶的“致富季”变成了“滞销季”。浙江作为产茶大省及经济大省，茶叶价格大幅跳水，销售形势严峻，**「浙里有好茶」**春茶品牌公益营销项目应运而生。

茶行业遭遇困境，一方面线下销售受冲击价格下降，另一方面春茶采购受阻成本增加。往年依托传统线下门店的销售模式，已无法适应疫情的状态。为农户们寻找新的茶叶销售模式，助力茶产业经济扶植迫在眉睫。



**营销目标**

**市场先行**

农特产业带经济扶持+疫情当下公益助跑+商流赋能政企媒联动，以**「浙里有好茶」**主题为切入，

与杭报集团每日商报及旗下融媒体中心合作打造爱心助农公益项目，采用**爱心助茶售卖专区打造+产地溯源直播+线下爱心茶叶驿站**设立等形式，**发挥整合全渠道资源优势，**用实际行动助力茶农卖茶运茶，践行企业社会责任的同时，**助力农特产业经济项目的推广**。



**策略与创意**

**1、书法大家毛笔字IP打造**

联合当地知名书法家跨界题词。

以雅致的茶文化为切入点，“浙里有好茶”尽显江南韵味，邀请国内知名书法大师跨界，采用毛笔书法体，精准触达饮茶人群。

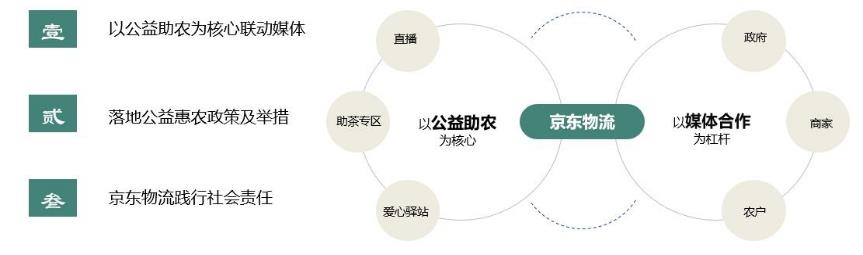


2、**全渠道全域营销多方联动**

政企媒合作，权威媒体合作发起，撬动政府/企业联动参与。

通过与浙江权威媒体合作的形式嫁接政府/商家资源共同发起公益助茶，提升活动声量。

联合**杭州市委机关报-杭报集团**杭州日报进行为期2个月多轮专题专版报道，并融合当地媒体矩阵实现县乡镇级覆盖，实现更多农户触网覆盖。



**3、爱心助茶售卖专区+茶饮试喝**

联动茶叶品牌打造爱心助茶售卖专区，垂直人群投放。

**六大茶叶品牌商家：修正、茗门天赐、卢正浩、高山龙井隔尘香、仁和药业、品竺**

从供应链下游销售解决农户滞销核心问题，主产区设立多个爱心茶叶驿站，方便茶农日常寄件，助农优惠价格针对茶农开放专项优惠折扣，从而降低茶农物流成本。

****

**4、爱心茶叶驿站回馈一线劳动者+老人**

茶主产区爱心茶叶驿站，便利茶农日常寄递。



**执行过程/媒体表现**







**视觉表现：**

****

**营销效果与市场反馈**

整体曝光度：**5000W+；**

落地2场产地直播，累计观看**10W+；**

覆盖浙江区域内产茶市县**100多个**乡镇，实地走访**20多个**乡镇，覆盖茶农**20W+，**为茶农节省运费成本超**200W+。**

**品牌效益——**项目中京东物流通过整合茶叶上下游渠道，并利用自身全渠道资源，打造助茶专区，帮助茶主产区农户高效触网，践行“有速度更有温度”的品牌承诺，提升用户对品牌的好感度。

**社会效益——**疫情之下，茶叶滞销，京东物流利用自身全渠道优势，整合政企媒联动，运用一系列营销惠农举措，提升整个社会对春茶产业带的关注，用实际行动公益助农。

****