

“哪里有中秋 拿礼有伊利” -中秋好礼秒到家

- **品牌名称：**伊利
- **所属行业：**食品饮料
- **执行时间：**2024.09.10-09.16
- **参选类别：**电商营销类



「聚焦中秋礼赠，整合多方资源，引爆亿级流量」

营销背景

2024中秋之际，伊利紧扣中秋礼赠场景，发起“**哪里有中秋，拿礼有伊利**”主题，布局“**多品牌+ O2O平台+渠道+明星代言人**”多重资源，配合丰富玩法层层造势打爆，强势打造伊利礼赠消费心智！

抢占中秋节点营销高峰，占位中秋礼赠第一品牌！

营销目标

心智强化

深度捆绑，强化伊利
中秋礼赠消费心智



资源打通

集团5大品牌作战发声，
主动出击带动全品爆发



品效合一

打通新零售及商超全域资源，
实现品牌价值共赢



营销洞察：礼赠是餐饮行业重点的营销契机，新世代TA礼赠的即时性需求趋势明显，新零售成为品牌节点营销增量的关键突破口！

中秋「礼赠」，食品品类需求重度

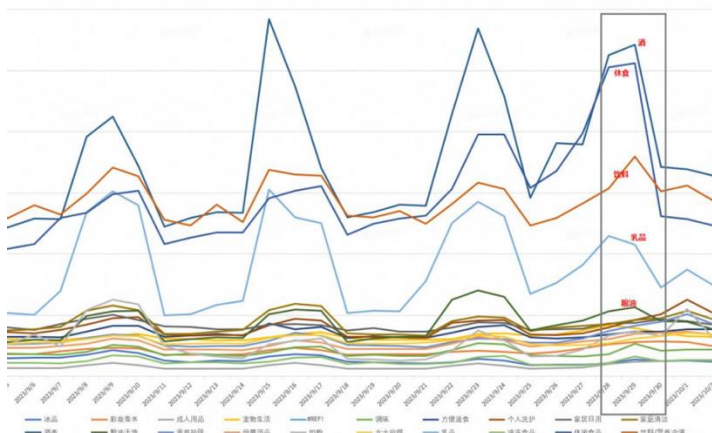
过中秋，就算人不到**礼**得到！

无论回不回家，见不见面，无论是亲朋好友，还是领导客户...

送上一份好礼，蕴含着我们美好的祝福

中秋礼赠场景，**饮料也成为了用户购买订单规模TOP1品类**

中秋，送伊利，应该成为消费者的首选



场景TOP品类

在“礼赠关怀”场景下，
用户购买订单规模TOP5品类



年同比增速TOP5品类



来源：美团平台数据

「即时」礼赠需求持续上升

疫情后，消费者已经养成了**即使消费**的习惯

伴随着“懒”经济、“宅”文化的兴起，即时零售“万物到家”的属性

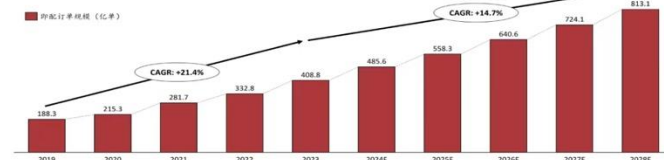
性完美满足消费者配送到家的需求

，在送礼、选择礼品的渠道上，新零售平台也逐渐成为主流。

方便快捷的同时还能提供更多的选择

- “即时需求、本地供给、即时交付”是本地消费在数字零售时代的核心特征，在万物即时可达的新消费价值主张背景下，即时配行业供需两端的联动将赢得广泛发展机遇。
- 2023年中国即时配行业订单规模在餐饮服务复苏的基础上实现了较为明显的增长，全行业订单规模达到约408.8亿单，同比增长22.8%，过去5年年均复合增长率达到23.4%。
- 未来，除餐饮外卖场景之外，即时零售万物到家趋势提速，为即时配行业带来持续增长动能。预计到2028年，全国即时配行业订单规模将达到813.1亿单，未来5年保持平均14.7%的两位数增长。

中国即时配行业订单规模，2019-2028年预测



资料来源：艾媒研究院



聚焦中秋礼赠，打造伊利送礼消费心智，多方资源聚力实现声量+销量+热度全面爆发

主力品牌×线上新零售平台×线下商超系统×奥运运动员+姐姐资源超级
“5+3+1+2” 超级组合拳，撬动中秋节点热销爆单

5 大品牌联动
叠加曝光占位



3 大推广阵地
全面覆盖TA



2 大线下渠道
链接消费者触点



2 大爆点资源
加持推广势能



京东到家
美团 饿了么



万达广场
永辉超市

高人气商场联合
食饮重点商超渠道



奥运会田径运动员
乘风破浪姐姐萨顶顶

谢震业、吴艳妮、葛曼棋超快天团
萨顶顶金典有机分享官



中国田径队×O2O三大平台 打造伊利中秋送礼天团



新零售平台×商超系统×明星资源 多方联动，高频预热蓄水

运动员&高层领导&代言人id视频
花式打call助推，引爆声量



丰富物料全平台高频预热蓄水
斩获超级曝光，持续引流促动销



伊利 | 京东秒送 闪亮CLUB 京东秒杀平台专场直播
承接蓄水转化，实现曝光销售双赢



- 直播当天总曝光
5000万+
- 京东活动总销量
1822万+
- 交易额环比增长
8.32%
- 订单数环比增长
8.71%



伊利新零售×京东秒送×亚洲飞人 谢震业， 创意内容直播打爆

ID视频、预热海报
多渠道预热蓄水



京东站内站外线上线下同频发声
曝光破千万，持续助力销售



伊利 | 永辉超市

大型商超见面会+冠军逛超市
谢震业亲身分享伊利中秋好礼

伊利新零售×永辉超市×谢震业，线
下见面会及超市走播，同框产品助推



品牌视频号直播、活动快闪视频
多渠道释出活动盛况，强化礼赠心智



活动快闪视频，持续扩散声量

ID视频、预热海报
多渠道预热蓄水



线上线下社群等多渠道宣发



伊利金典×美团神枪手×乘风破浪 萨顶顶，中秋有机创意直播引爆



- 直播当天总曝光
8000万+
- 美团活动总销量
5000万+
- 交易额环比增长
47.33%
- 金典订单数环比增
长**49.74%**

项目创新

**线上线下电商资源融合聚势**

打通O2O平台直播、平台促销及线下商超全域资源营销，促进节点营销流量爆发，提升转化率

**品牌代言人明星资源运用**

全品牌多位代言人联合宣传，强化活动主题，流量持续聚集，增加曝光，全品协同共赢

**中秋礼赠人群深度品牌渗透**

通过运动明星直播、超市礼赠、有机分享直播，全面传递产品多场景，覆盖全人群

**多元传播内容持续发声助势**

主题视频、代言人&高层打call视频、预热视频，五大品牌三大平台两大代言人海报等，丰富物料全平台高频释放，层层造势蓄水

项目效果

覆盖广

中秋节日期间过亿曝光

**销量佳**

京东秒送活动**GMV1822万+**，交易额环比增长8.32%，订单数环比增长8.71%；

美团活动**GMV5000万+**，交易额环比增长47.33%，金典订单数环比增长49.74%