



维他柠檬茶VLT品牌焕新项目

- 品牌名称：维他柠檬茶
- 所属行业：食品饮料
- 执行时间：2024.04-07
- 参选类别：场景营销类



維他

品牌包装焕新升级强调VLT, 0糖柠檬茶新品上市带来新机遇

1. 维他柠檬茶包装焕新升级

采用更大胆更年轻的包装风格、更突出更直观的表达、更直接明了的信息层级、更统一的系列设计

2. 0糖维他柠檬茶新品上市

0糖0脂0能量





需建深化与Z世代的沟通，突破维他柠檬茶当前营销困境

- 维他柠檬茶面临**市场竞争加剧、品牌形象受损、创新不足**以及**与消费者缺乏情感链接**的营销困境；
- 需要建立良好的品牌形象并深化与年轻人的沟通，让人群资产年轻化；

品牌痛点

竞争加剧

同类产品竞争激烈，替代产品不断涌现；农夫山泉的茶π柠檬茶、统一的双萃柠檬茶、东鹏特饮推出的“由柑柠檬茶”等，都在争夺市场份额；



形象受损

2021年维他奶集团员工不当言论引发的公共舆论事件，严重损害了品牌形象，导致内地市场急剧萎缩，至今仍未完全恢复；



*数据来源：巨量算数近90天品牌关键词

品牌痛点

创新不足

相比竞争对手，维他柠檬茶新品推出速度较慢，除了冰爽柠檬茶、锡兰风味柠檬茶等少数新品，在产品创新方面难以满足消费者日益多样化的口味需求；



缺乏情感连接

消费者对饮料的需求不再局限于口感，还注重精神与健康需求，也更在意品牌文化、消费体验等，维他柠檬茶在品牌文化传播方面，与消费者的情感连接仍然不够紧密；



*参考《中国新式茶饮行业研究报告》

維他

巩固“维他柠檬茶就是VLT”的认知，并渗透户外场景教育

- 加强与消费者的情感联系，提升项目整体的曝光量、互动量，以及爆文率

维他柠檬茶，就是VLT



巩固认知



Q3核心 GOAL
城市出游/玩聚就喝VLT



场景教育



**如何在户外玩聚场景中
让Z世代更加了解VLT?**





关联Z世代喜爱的兴趣场景，赋予VLT更多情绪价值

- 在Q3阶段赋予VLT更多发散性的诠释；
- 用View、Life、Travel关联户外玩聚场景，跟年轻人沟通；

策略思考

用年轻人的方式沟通，赋予“VLT”更多的情绪价值



V

踏上自行车，并非仅是为了到达某个目的地，而是尝试换个视角看世界，获取更多的新鲜感；

**V=View
视角**

L

我们会体会着一城又一城的不同，也体验着不同的人文、不同的乡土风情、以及不同城市的生活状态；

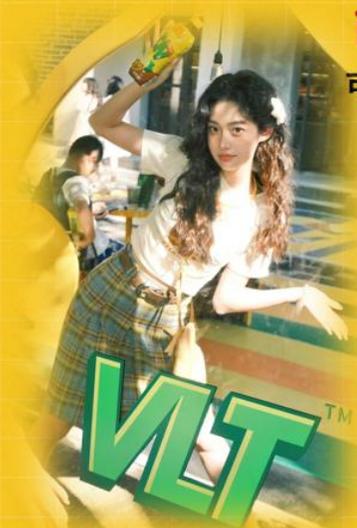
**L=Life
生活**

T

租一辆心仪的车辆，开到一座可以躺平式旅游的城市去感受质朴的人间烟火；

**T=Travel
旅行**

项目策略



而View、Life、Travel对应的就是VLT这个符号
可以作为我们在户外这个场景下与目标人群链接的深层内核

城市
出游

生活
探秘

情绪
价值

#户外自有VLT

鼓励人们走到户外释放压力、寻找自我，用一次精神短逃离，寻找心灵的慰藉

維他
VLT

跟Z世代玩在一起，让VLT成为他们沟通的社交黑话

- 融入社交密码文化，精准找到种子用户
- 全面诠释**VLT精神符号**，在户外玩聚场景中给予他们更多情绪价值输出

VLT有成为TA口中社交黑话的潜力

- 代表本涩真我的态度
- 3个字母，简单好记
- 潮酷态度容易感染他人
- 缩写简单，朗朗上口

人群洞察

年轻人喜爱幽默段子、旅游记录等内容

情绪价值是打开TA内心的钥匙

热衷城市市集等打卡，善于运用社交暗语

爱玩浓淡人设标签，对社交黑话接受度高

小众文化流行，如露营、非遗等





**深耕户外场景
鼓励他们走出去，放肆玩**



维他

占领视线玩转线下跨界联名，让出游每一步都有VLT



广州“最美7.7公里”

观光轻轨

广州塔-猎德大桥-琶洲
9/13-10/12
共4周

*图片仅为示意

深圳“红胖子”

观光巴士

深圳之窗-福田-后海-车公庙
8/25-9/24, 9/13-10/12
共8周



联名青桔单车解锁校园骑妙本涩



VLT联动年轻人，升级户外快闪
广州永庆坊、深圳南头古城设出游打卡点



APP内活动曝光

开屏/行程中大曝光硬广



联名滴滴 本涩主题豪华车队 定点预约免费接送



启动页开屏

星钻地图

首页弹窗

行程中弹窗

维他

抓住中秋国庆两个出游节点，承包消费者出游路径

- 线下6城候车亭广覆盖，让维他柠檬茶占领消费者视线
- “VLT假日专列” 横跨中秋国庆，直达广深热门景点营造Q3节点话题

维他

Q3 CAMPAIGN逻辑: 承包消费者出游路径, 【走出去, 放肆玩】



维他

“VLT假日专列”横跨中秋国庆，带你直达广深热门景点，营造Q3节点话题噱头

广州“最美7.7公里”
观光轻轨
广州塔-猎德大桥-琶洲
9/13-10/12
共4周

深圳“红胖子”
观光巴士
深圳之窗-福田-后海-车公庙
8/25-9/24, 9/13-10/12
共8周

“图片仅为示意”

維他

双节定点免费接送，豪华车队升级出行体验营造节庆噱头

- 携手滴滴关联出行场景，硬广大曝光引发关注
- 联合推出VLT本涩“豪车队”，广州/深圳/武汉/苏州四城同发，升级出行体验

維他

亮点一：场景关联
TOP 1 乘车出行APP，营造沉浸式户外出行体验，优惠券派发引发关注



APP内活动曝光

开屏/行程中大曝光硬广



启动页开屏 星钻地图 首页弹窗 行程中弹窗



沉浸式户外出行体验

广州/深圳/武汉/苏州四城同发

- 专车x40, 快车x250
- 车身VLT变装
- 车内VLT装潢
- 车内产品体验

維他

亮点二：节庆噱头
基于中秋国庆出游节点深度打造差异化活动，VLT本涩“豪车队”惊现广深，出行体验再升级

VLT豪华车 出个“霸王行”

双节期间上线广深 - 主题豪华车x12 - 定点预约免费接送



体验升级 引发社交关注

本涩车队巡游接单派赠中秋好礼



本涩车队定点预约免单景区接送



额外奖励刺激分享
端内裂变引发更大关注
用户可以在活动H5进行预约
同时领取定向四个出游景点折扣打车券



維他

聚焦9月开学季锁定核心TA，VLT-0强关联校园轻运动场景

- 维他柠檬茶携手青桔定制100辆VLT-0感单车，邀请消费者完成指定环线
- 吸引更注重健康、更喜欢0糖的年轻消费者

維他

亮点二：校园覆盖
VLT-0携手青桔单车，针对广州高校解锁校园骑妙本“涩”

聚焦广州大学城，针对9月开学季推出校园骑妙本“涩”活动：

- 定制100辆VLT-0 x 青桔“0感”单车，消费者完成指定骑行环线，可享买单或骑行优惠
- 设立“本涩骑趣点”，消费者在骑趣点购买2瓶VLT-0，即可获赠青桔骑行券+VLT周边



cycling | 宝宝你的生命力好刺眼 永远...





如何结合线下活动 放大线上种草营销效果?



小红书 是消费决策平台

用户通过主动搜索辅助消费决策

生活与旅行是小红书两大「热榜」

2023话题增量榜

#小红书生活灵感 2097.08万浏览

#去没有天花板的地方尽情吸氧 3187.23万浏览

2024话题趋势榜

#冬日旅行收藏夹 2429.84万浏览

#不为打卡的旅行 8472.59浏览

小红书

旅行攻略

趋势与机会



55%
的用户通过
信息流浏览种草

小红书

标记我的生活

45%
的用户通过
主动搜索
辅助消费决策

日均搜索查询
量接近3亿

維他
VITO

持续深耕城市出游场景，聚焦小红书平台种草扩散声量

户外
运动

美食

旅游

探店

小红书

用更大胆更年轻的形象

巩固“维他柠檬茶就是VLT”的认知

70位肩/腰尾部达人、42位KOC

覆盖citywalk、美食、户外运动、快闪探店、
便利店探店、探鱼探店6大场景

投后品牌人群资产弯道超车，跃居TOP2!

排名	产品	AIPS 人群近30天
1	农夫山泉东方树叶茶饮料	0
2	三得利黑乌龙茶	0
3	维他0糖柠檬茶	+17
4	本品 维他柠檬茶	+3
5	三得利乌龙茶饮料	-1
6	王老吉凉茶	-3
7	果子熟了茶饮品	-2
8	维他茶饮料	+6
9	农夫山泉茶派果味饮料	-3
10	雀巢果然轻咖咖啡果茶	+208

Q1VSQ3对比

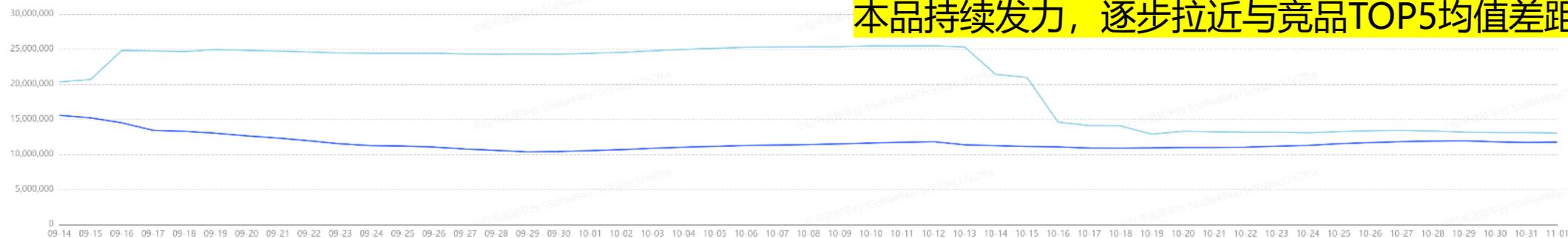


排名	产品	AIPS 人群近30天排名变化
1	农夫山泉东方树叶茶饮料	+1
2	本品 维他柠檬茶	+6
3	香飘飘原叶现泡轻乳茶	+10
4	伊刻活泉现泡茶	-3
5	三得利黑乌龙茶	+1
6	三得利乌龙茶饮料	-3
7	王老吉凉茶	0
8	农夫山泉茶派果味饮料	+1
9	果子熟了茶饮品	-4
10	雀巢果然轻咖咖啡果茶	+5

AIPS 人群总数趋势

日期范围 2024-09-14 至 2024-11-01

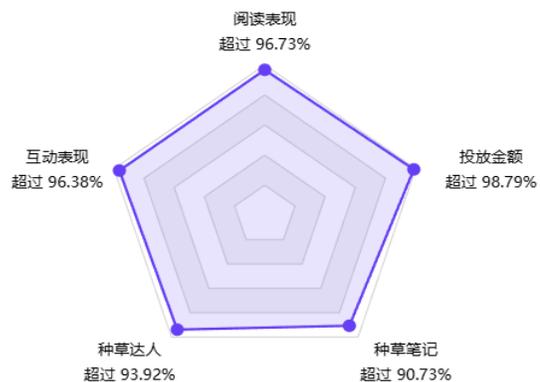
■ 维他柠檬茶 ■ 产品类均值 (产品类: 行业资产总量Top5 (行业范围: 食品饮料>饮料冲调>饮料>茶饮料))



本品持续发力，逐步拉近与竞品TOP5均值差距

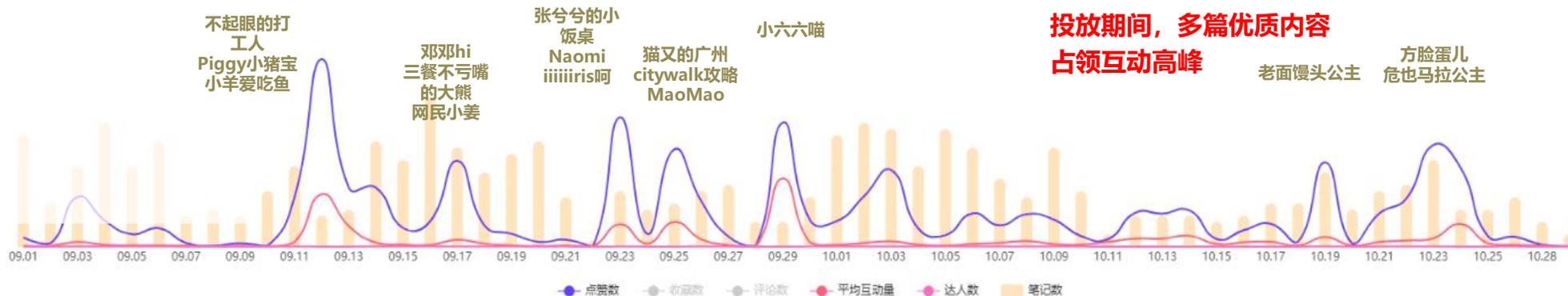
下载

内容营销效果显著，品牌搜索热度上升30W+



阅读表现	130.29万	行业均值	32.2万
互动表现	6.66万	行业均值	1.74万

阅读优于行业均值400%+
互动优于行业均值380%+



- 多场景、广人群覆盖
- 全面渗透机会人群

整体爆文率**49%**，合计**34篇**

5000+ 互动爆文 **9篇**

内容涵盖方向：**city walk**、**户外运动**、**美食**、**便利店探店**、**探鱼探店**，**多场景有效种草！**

