

# 解锁Live实感营销，金典在户外场景里打开营销边界

- **品牌名称：**金典
- **所属行业：**食品饮料类
- **执行时间：**2024.09.20-10.20
- **参选类别：**场景营销类

# 结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://v.qq.com/x/page/k3578j48oe3.html>



## 项目概述

- 常温牛奶进入高端化、特色化竞争阶段。消费者对于纯牛奶在奶源、工艺等方面的差异认知开始觉醒，在心智上处于初级的概念建立状态。让消费者从种草金典产品到真实感受金典作为高端牛奶打造的有机理念，是金典想要在高端牛奶竞争中稳定自己头部地位的关键。
- 金典与小红书外人节合作，聚焦质感户外场景，将抽象的有机生活理念打造成只要迈开腿走出去就能感受到的真实生活场景。成功的让金典作为高端牛奶带来的生活向往感变成消费者真实参与的Live式体验，解锁了Live式种草的新思路，拓展了营销的更多可能性。

## 项目背景

### 进入行业营销旺季需要差异打法突围

消费者多远需求  
推动常温奶高端化

优质奶源  
营养成分  
技术差异

影响消费者购买纯牛奶因素TOP3

各大高端纯奶花招奇出  
打响差异优势之争



品牌质感  
持续提升



谢添地

赛道黑马  
弯道超车



- 9~10月进入牛奶营销旺季，各大高端奶品牌各出奇招，金典需要在这样的竞争环境中打出本品“呼伦贝尔有机纯牛奶”的差异心智，保持市场份额领先地位。

## 营销难点

### 产品拔高的同时也在拉远消费者距离



只看人群基础属性不够  
质感生活消费者情绪买单因素不可忽视

只讲产品卖点不够  
健康乳品选择众多缺少品牌独特性

只做优质内容不够  
望梅止渴打造向往感用户转头就忘

人难懂

货难讲

场难建

- 高端的常规消费品最怕在种草过程中遇到的问题就是：拔高了产品理念以后反而离大众生活越来越远，让消费者get不到品牌的买点。

营销目标

大事件  
造声量

打造金典外人节营销大事件  
实现营销旺季期间金典声量突围  
有力占位高端奶头部地位

造场景  
建认知

围绕项目核心帮助金典占位质感户  
外场景，让消费者在场景当中真实  
感受有机理念

聚人群  
深种草

通过线上阵地与线下阵地的结合汇  
集金典目标TA，将“走出去就是有  
机”的策略做精准且深度种草

近距离  
真参与

联动金典线下大区打造城市内的外  
人场景，拉近金典有机产品与消费  
者生活的距离，让产品被真实感知

营销洞察

金典的TA是谁？为什么选择“质感户外”作为金典与他们的沟通场景？

通过小红书灵犀深度洞察金典TA情绪趋势与真实诉求，定位质感户外场景

洞察质感中产多元需求场景，找到准确切入点

洞察目标人群原生热点，重点关注情绪趋势



这些人都在小红书里

身心向外,拥抱山海

\*数据来源：小红书数据平台

营销洞察

用什么样的方式让这群人真的感受金典有机、理解金典有机？

人生，就要LIVE这一刻



2024年小红书热门趋势

#Live人生

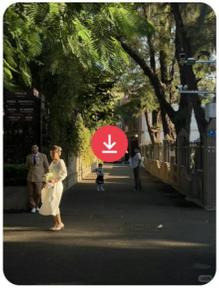
相关内容话题浏览量超过10亿+  
相关内容搜索环比增长超过3000%+



是live图，更是自由的live time



在樱花园躺下你就会得到人生live! 🌸🌸



人生照片 | 比美颜更有杀伤力的，是live 📷



这大概就是live的意义

通过趋势为我们带来金典种草营销的全新思考

- 我们需要做的事不再是由金典提供一篇标准的范本，而是金典和消费者真实共创的半命题作文。

“ 是有机生活？ ”



用户感知

用户：当下有深刻印象，过后有记忆度，最终真实践行。



## 营销策略

让用户的向往和体验构成金典的实感户外场景  
打造金典超级事件话题#走出去就是有机生活

在这个过程中让感知具象化



STEP 1

造话题：金典X小红书超级事件联合发起活动话题，提出生活方式新主张



五大小红书官号联动背书，让走出去成为质感冲产的生活方式新主张



发起金典品牌双话题，为站内热度提供一站式阵地

带来线上超高关注度：11亿+话题内容曝光量

带来线上超高参与度：活动线上报名人数超4W+

STEP 2

带节奏：高质感明星加入金典活动，引领有机生活态度、带动话题口碑走向



@庞博pangbobo



@王玉雯Uvin



@姜佩瑶

打破内容与广告边界

对的明星+对的内容为金典活动打下口碑基础

- 

还没想好我是谁  
人为什么向往草原，因为那是牛马该去的地方呀 09-25 新疆 回复 965
- 

你猜我猜不猜  
文案还是那么优秀，服了 09-27 江苏 回复 2  
—— 展开 2 条回复
- 

格拉齐亚  
喜欢这个视频！虽然是金主爸爸赞助的但是感觉很有自己的思考，没有很大的广告味！ 09-24 韩国 回复 4
- 

不多  
我竟然看完了，明知道他是广告 09-28 内蒙古 回复 6

笔记互动量2W+，笔记曝光量4300W+

STEP 2

带节奏：金典X高质感明星内容全网传播，跨出平台边界掀起全网热议



庞博×谈心社合作短片进行全网传播，站外传播曝光3200万+

视频号&微信公众号

新浪微博

抖音

小红书

网易号

STEP 3

真体验：主会场打造金典有机部落，让金典TA代表在这里感受有生活，让向往触手可及

有机躺平区

第二站-休闲松弛

露营煮茶（蒙古奶茶+金典）

松弛放空

有机  
补给站

高能疗愈区

第三站-稳定超脱

自然出击（射箭）

冥想瑜伽+旷野手作

硬核撒野区

第一站-折腾精神

- 有机启程（户外野骑）
- 莫日格勒河（皮划艇+野钓）



通过金典有机邀请函发布—金典有机路书指引—金典有机部落打卡

70+不同行业、不同类型的质感KOL在这里率先体验  
并发布优质笔记内容扩散影响力  
优文率100%



STEP 3

**真体验：联动金典线下重点大区，打造金典城市营地，让金典与消费者更近一步**



**200平**

金典城市营地  
定制超多高互动环节机制

**1.5W+**

活动期间，线下参与金典活动  
人次超1.5W+



STEP 4

广传播：10家权威媒体联合宣发，助力金典大事件出圈

序号	媒体	日期	标题	链接
1	搜狐网新闻	10月12日	有机生活遇上小红书外人节，看金典如何破圈！	<a href="https://www.sohu.com/na/815823598_99978923">https://www.sohu.com/na/815823598_99978923</a>
2	新浪网新闻	10月12日	有机生活遇上小红书外人节，看金典如何破圈！	<a href="https://news.sina.com.cn/sx/2024-10-12/detail-incshaff4436611.shtml">https://news.sina.com.cn/sx/2024-10-12/detail-incshaff4436611.shtml</a>
3	凤凰网	10月12日	有机生活遇上小红书外人节，看金典如何破圈！	<a href="http://biz.ifeng.com/c/8dcApUwzsgn">http://biz.ifeng.com/c/8dcApUwzsgn</a>
4	中国日报网	10月12日	有机生活遇上小红书外人节，看金典如何破圈！	<a href="https://caijing.chinadaily.com.cn/a/202410/12/WS670a1baea310b59111d9d9d8.html">https://caijing.chinadaily.com.cn/a/202410/12/WS670a1baea310b59111d9d9d8.html</a>
5	新华报业网	10月12日	有机生活遇上小红书外人节，看金典如何破圈！	<a href="https://www.xhby.net/content/s6709d41be4b0458dc38cc8b1.html">https://www.xhby.net/content/s6709d41be4b0458dc38cc8b1.html</a>
6	中国生活消费网	10月12日	有机生活遇上小红书外人节，看金典如何破圈！	<a href="https://www.zgshxfw.com/xiaofei/32131.html">https://www.zgshxfw.com/xiaofei/32131.html</a>
7	ZAKER	10月12日	有机生活遇上小红书外人节，看金典如何破圈！	<a href="https://www.myzaker.com/article/670a17d71bc8e009680000c">https://www.myzaker.com/article/670a17d71bc8e009680000c</a>
8	广告门	10月12日	有机生活遇上小红书外人节，看金典如何破圈！	<a href="https://www.adquan.com/article/347030">https://www.adquan.com/article/347030</a>
9	中国旅游新闻网(旅新网)	10月12日	有机生活遇上小红书外人节，看金典如何破圈！	<a href="http://www.ctna.cn/viewnews/2024/10/12/fiakKjdpnOvqJAh3pNfu0.shtml">http://www.ctna.cn/viewnews/2024/10/12/fiakKjdpnOvqJAh3pNfu0.shtml</a>
10	国家旅游地理网	10月12日	有机生活遇上小红书外人节，看金典如何破圈！	<a href="http://news.cntgol.com/dydz/2024/1012/265650.shtml">http://news.cntgol.com/dydz/2024/1012/265650.shtml</a>



STEP 5

**精运营：小红书精细化运营配合实现深度渗透，让好内容替品牌说话**

**将高企的品牌价值与场景、情绪融合，沟通效率大幅提升！**

BEFORE

内容



高企的品牌价值落入  
上下班、自制、烘焙DIY的凡间

人群



CTR=6%~8%

NOW



去感受自然

去遇见未知

去gap放空

去挑战自我

生活方式人群 x 创新沟通切角，赋予品牌价值更多具象化诠释



CTR=12%~16%! 竞价消耗相比Q3历史波次+182%!

项目成果

声量突围,有力出圈

18亿+

活动累计为金典带来13亿+曝光量

100+

明星+头部博主共计100+位参与为金典发声

TOP1

金典在纯牛奶赛道搜索、阅读渗透等重点维度品牌排名均位列TOP1并在绝对值上遥遥领先竞品

场景占位,深度种草

1531%

金典在户外场景渗透率环比提升

338%

金典在户外人群渗透率环比提升

306%

金典深度种草人群体量环比增长

高热互动,带动产出

8W+

活动累计为金典带来品牌资产增长

1.5W+

金典线下活动参与人数超过

90%

活动打卡人数内容产出率超过90%