

鹤小飞冬季聪明乐园

- **品牌名称：**飞鹤
- **所属行业：**奶粉
- **执行时间：**2024.12.25-2025.01.03
- **参选类别：**数字媒体整合类

营销背景：

飞鹤作为国内奶粉行业领军品牌，一直致力于“找好奶源、做好奶粉”，深深植根哈尔滨，并向全国打开销量，广受消费者认可。2025年，飞鹤成为第九届亚冬会官方合作伙伴，作为哈尔滨“东道主”品牌，飞鹤希望能够在跨年节点、在哈尔滨冰雪季爆火的时候，把握住市场及旅游机会，打造爆款线上线下事件，让品牌影响力走出去、让全国消费者走进来。

机遇及难点：

- 1.去年哈尔滨靠“花式宠南方小土豆”火爆全网，而今年不光亚冬会来了，全球“想被宠”的游客和品牌都来了。在这样的前提下，飞鹤·鹤小飞一家如何凭实力出圈，实现“既有人看、又有人来”？
- 2.跨年节点游客疯狂涌入，人流量爆满。但元旦假期仅1天，我们如何能够力压尔滨众多景点/活动，把这波流量吸引到鹤小飞聪明乐园？
- 3.从鹤小飞聪明乐园地标下手，可从线下有效引流游客到飞鹤哈尔滨工厂实地参观。但工厂位置较远，如何让游客对工厂产生兴趣、并愿意接受2小时的往返程时间？

一、营销传播所要实现的预期目标：

1. KPI 1: 话题全平台曝光2e
2. KPI 2: 鹤小飞聪明乐园线下人流破8w
3. KPI 3: 活动期间全平台粉丝增长10w (其中抖音+小红书不低于8w)
4. KPI 4: 通过哈尔滨线下聪明乐园引导到哈尔滨工厂人数1000人
5. KPI 5: 抖音热榜、微博热搜：2次
6. KPI 6: 引导用户自发发布新媒体内容3000条

二、非可量化指标

1. 鹤小飞一家IP与飞鹤强绑定的心智占位；
2. 传递飞鹤赞助25年哈尔滨亚冬会认知；
3. 强化聪明宝宝鹤小飞心智；
4. 符合鹤小飞一家品牌形象，年轻高端、高颜值、高质感物料及场景氛围视觉氛围场景塑造。

本案的策略及创意亮点。

行业洞察：

奶品行业营销更加注重低龄用户体验，对“大朋友”们的重视有待提高；

消费者洞察：

年轻化的品牌更受当代消费者喜爱，对于线上传播及线下活动，都更偏爱“会玩儿、有梗、够平等”的形式

本次项目锁定的目标人群：

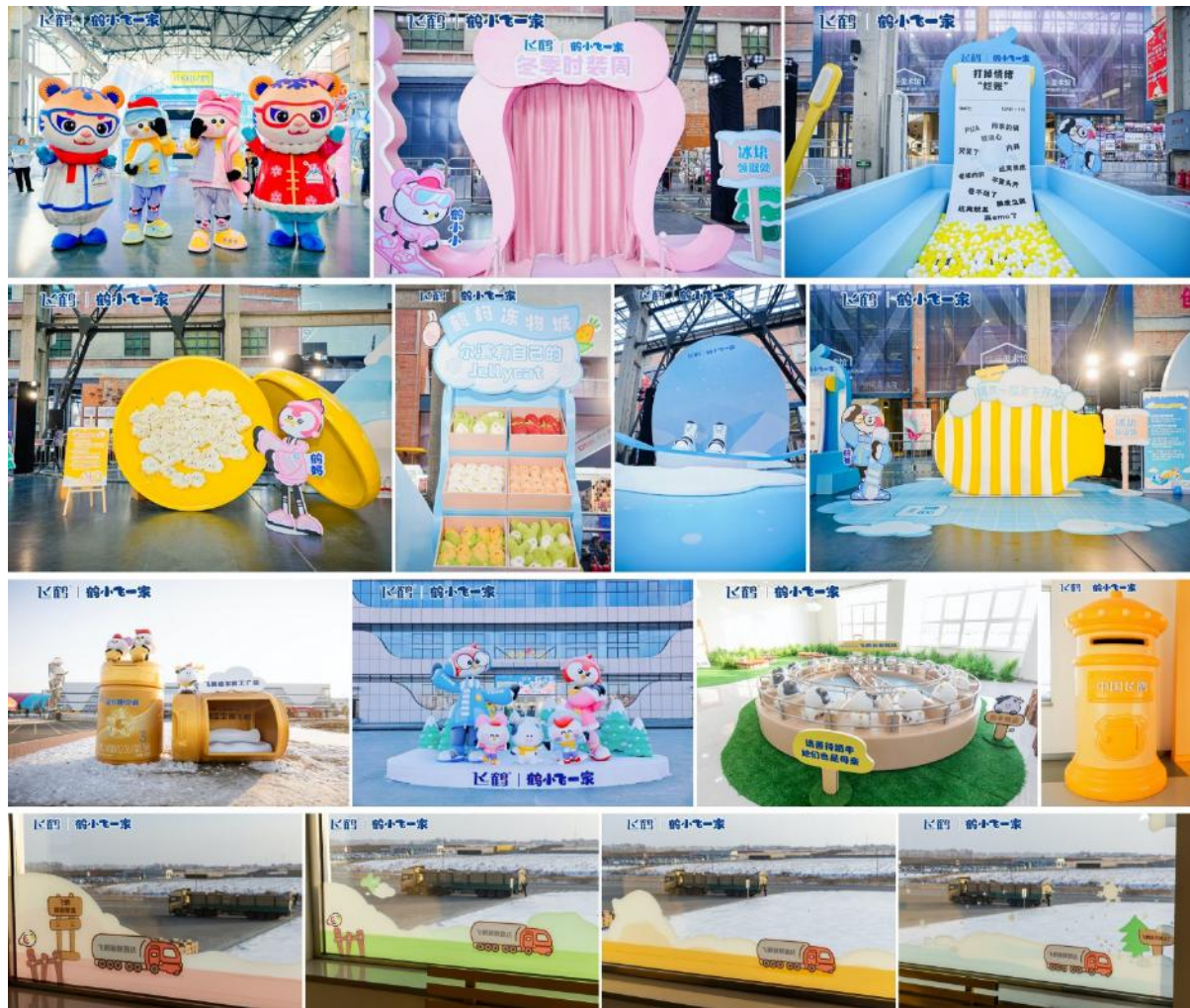
同样需要得到关注与放松的“大朋友”，TA们年轻、有活力、有创造力、有热爱也有自己的生活态度，及坚持健康的生活品质

品牌及产品优势：

飞鹤作为哈尔滨本地企业，“妈生”优势明显，且拥有正向、健康的品牌口碑及市场影响力，受到各年龄段消费者的广泛认可。

本案的策略及创意亮点。

- 1.借势哈尔滨冰雪季互联网热度,打出鹤小飞聪明乐园冬季版和冰雪探厂游的“品牌深度行”组合拳,令消费者对飞鹤哈尔滨工厂有更加直观、亲切的感受与了解
- 2.通过四波线下活动打造“飞鹤给你奶fufu的暖”用户体验
- 3.植根飞鹤品牌力,打造线上线下多个爆款事件,为鹤小飞形象赋能
- 4.通过抖音头部达人线下“扫街”,通过街头行为艺术与走心1V1采访,为本地市民及外地游客传递更多来自飞鹤的品牌影响力



- **策略及动作：**飞鹤·鹤小飞一家以“4波飞鹤温暖”，在爆火城市哈尔滨成功出圈
- **投放平台选择：**抖音、小红书

● 第一波事件——飞鹤哈尔滨工厂万人打雪仗

执行过程/媒体表现

事件效果

- ✓ 在哈尔滨冰雪季关注度最高的节点，**打造全网热门事件——万人打雪仗**；邀年轻人直接“开战”，传递品牌年轻化的价值观
- ✓ 现场的火热打雪仗氛围加上飞鹤哈尔滨工厂食堂送上**大盒饭+热奶**，送出「满满暖意」成功为飞鹤“打开”第一波暖
- ✓ 活动结束后大批网友涌入账号后台报名参赛，成功**飙升飞鹤哈尔滨工厂关注度以及飞鹤品牌影响力**
- ✓ **热搜霸占抖音东北全省，最高位于吉林省Top 2**

传播回顾

12/20 三方携手发起邀约

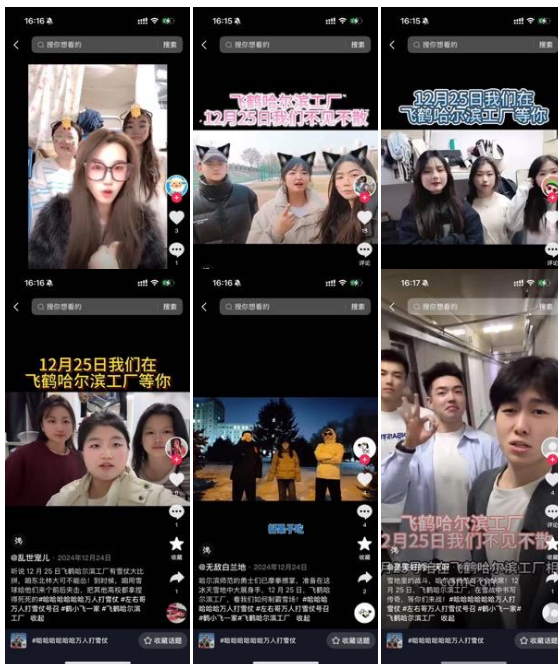
@鹤小飞一家 x @哈尔滨日报 x @冰城左右哥邀约12/25飞鹤哈尔滨工厂后广场不见不散

12/21-24 6大高校学子喊话报名

哈工大/哈工程/哈师范/哈医大/林大/农大 学子喊话视频侵占抖音，为预热效果重磅加码；并形成多名用户主动前往官方后台报名的现象

12/25

飞鹤哈尔滨工厂「雪」战开打



@冰城左右哥

现场热「雪」讲解

@小岗同学

为「雪」战加满奶味



6哈学子雪场相逢
在飞鹤哈尔滨工厂
开启社交暴击！



预热即引爆！
12/26全东北都聊开打雪仗了！
突破原生热搜的上榜规则，首条核心物料霸榜东三省

哈尔滨本地榜Top 15

- 14 东北正宗云南过桥米线 热 393.1万
- 15 在东北打雪仗没有队友 新 392.9万
- 16 坐火车去东北吧 热 392.8万
- 17 东北人的特殊音效 热 392.6万

吉林 Top 2

- 1 这一口杀猪菜感觉到年味了 热 398.9万
- 2 在东北打雪仗没有队友 新 395.4万
- 3 来东北澡堂就知道吃 热 394.4万
- 4 这个冬天在东北来一场雪地露... 热 393.7万
- 5 东北正宗云南过桥米线 热 393.1万

鞍山 Top 6

- 5 东北正宗云南过桥米线 热 393.1万
- 6 在东北打雪仗没有队友 新 392.9万
- 6 在东北打雪仗没有队友 新 392.9万
- 8 坐火车去东北吧 热 392.8万
- 9 东北人的特殊音效 热 392.6万
- 10 让我看看东北的冬天怎么事儿 热 392.6万

齐齐哈尔Top 12

- 1 齐齐哈尔欢迎全国老铁来品尝... 热 527.3万
- 2 哈尔滨本地人回应避雷 热 453.7万
- 3 这一口杀猪菜感觉到年味了 热 398.9万
- 4 跟着亚冬游龙江 热 397.8万
- 5 一个情绪稳定的好副驾有多重要 热 396.5万
- 6 广西砂糖橘挑战消防员 热 395.3万
- 7 东北鸡架有多少种吃法 热 395.3万
- 8 来东北澡堂就知道吃 热 394.6万
- 9 这个冬天在东北来一场雪地露... 热 393.9万
- 10 来漠河体验马拉爬犁 热 393.5万
- 11 东北正宗云南过桥米线 热 393.2万
- 12 在东北打雪仗没有队友 新 393.2万

“尔滨发言人”

@冰城左右哥

以不同人群视角

展现飞鹤的暖

12/28

采访“救猫爱心人士”及打雪仗邀请，展现飞鹤“在最冷的尔滨传递最暖的心意”，以抖音为爆点平台，辐射全网



@冰城左右哥

播放量: 69.3w+ 互动量: 2.3w+
小蓝词 | 展示: 23.8w+ 互动: 1,127

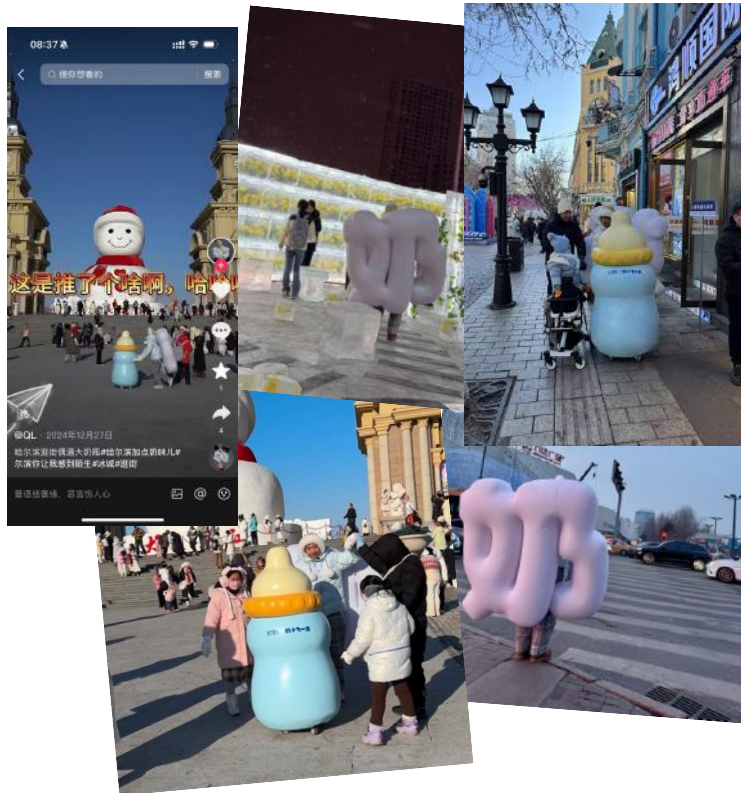
事件效果

- ✓ 凭飞鹤 | 鹤小飞一家趣味奶瓶装置, 以及 “社牛” 网红@小岗同学 走心采访的温暖举措, 成功提升年轻消费群体及未来潜客对飞鹤品牌的喜爱度, 为飞鹤 “推来” 第二波暖
- ✓ 整波事件通过线下装置扫街>> 1v1 走心采访并邀约>> 乐园现场领队直达工厂, 无缝传播鹤小飞聪明乐园活动信息, 飞鹤哈尔滨工厂车接车送包吃包喝的品牌温度, 形成全链路品牌资产闭环, 将品牌好感度、品牌信任感、品牌口碑沉淀一键揽获
- ✓ 热搜霸榜时长拉满整个传播周期, 在榜时长10天13小时

传播回顾

12/24-25

吸睛装置闪现热门地标 喷洒飞鹤奶味儿
1v1走心采访传递活动信息、品牌价值观



12/26

路人实名圈粉反哺线上
变身自来水, 自发传播品牌活动



@小岗同学 原创视频一经出街
评论区即刻涌现“最爱的广告”等“网友真实彩虹屁”；
飞鹤品牌接连被夸“眼光出众”，品牌信任感Max！！

12/28



哈尔滨西城红场飞鹤

触发小蓝
词热搜自然
登榜

@小岗同学

播放量: 299.9w+ 互动量: 40.1w+
小蓝词 | 展示: 56.4w+ 互动: 698

12/28



热榜 种草榜 娱乐榜 社会榜 挑战榜

更新于: 2024-12-29 06:01:20

- 1 陈泽尔滨上演星星的孩子版... 559.3万
- 2 哈尔滨本地人回应避雷 540.9万
- 3 二手玫瑰在冰雪大世界蹦野迪 537.6万
- 4 外国游客被尔滨硬控了 533.8万
- 5 冰雪大世界出现掌管时间的神 533.4万
- 6 金志文远走高飞哈尔滨全场大... 532.3万
- 7 航拍视角下哈尔滨有多惊艳 532.1万
- 9 冬天的哈尔滨很“热乎” 531.6万
- 10 铁警快速转运“小砂糖橘” 531.5万
- 11 哈尔滨文创有自己的回忆杀 531.4万
- 12 冰雪大世界冰箱贴让人开眼界了 531.4万
- 13 哈尔滨反向旅行攻略 531.3万

在鹤小飞聪明乐园，兑现街头采访的承诺
拿好大通票跟我一起快乐加一「厂」



事件效果

- ✓ 通过研学方式成功透传飞鹤科研实力、品牌文化；为长期运营的飞鹤哈尔滨工厂工业游蓄能
- ✓ 定向沟通亲子、母婴垂类人群，强化飞鹤品牌形象与可信度，通过丰富的活动形式，巩固并提升飞鹤品牌在母婴群体中的影响力
- ✓ 自然触发小蓝词“小巴适”，多角度透出品牌信息
- ✓ 6个“川渝小巴适”的软萌形象捕获互联网ee的心，累计在榜3天7小时

12/26
官方实名“迎且”
邀约全国大小朋友
作客

12/27
川渝媒体
矩阵式应援

12/27
@封面新闻 发文谢
邀
12/31带队抵达

12/31
首批研学团
“川渝小巴适”
抵达
飞鹤哈尔滨工厂



备受欢迎 放肆玩雪



研学参观 开心互动



感受科研力量 寄出奶fufu祝福



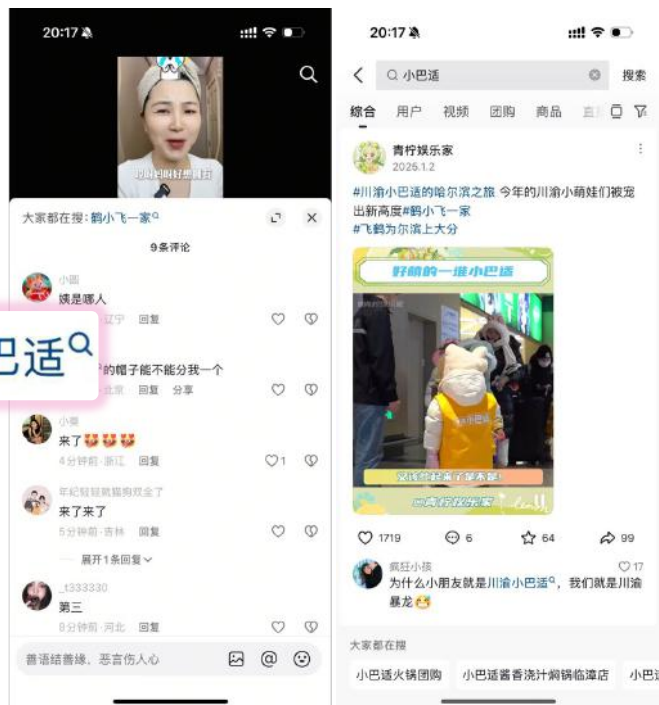
品尝定制饮品、定制儿童餐



12/31 #川渝小巴适的哈尔滨之旅



1/2 触发小蓝词 多角度透出品 牌信息



1/3 飞鹤哈尔滨工厂广受好评 网友在线报名下批研学团





● 鹤小飞聪明乐园冬季版上线“续上”第四波暖

执行过程/媒体表现

12月31日 升级版飞鹤宠在线迎旦，鹤小飞聪明乐园&飞鹤哈尔滨工厂的「车接车送 包吃包喝」的“2场”快乐，直给品

哈尔滨西城红场

入口“大热门”合影就上大热门



鹤爸区 | 打掉烂帐，搓走一整年不开心



鹤小小区 | 冬季时装周



坦坦区 | 车接车送包吃包喝
给你的快乐加一「厂」



鹤小飞区 | 最靓姿势划出新年好“壶”气



鹤妈区 | 吃吃喝喝无负担，还有饺子爆金币



地标优势不放过！

调配鹤小飞/鹤小小IP人偶活跃在哈尔滨西城红场各大角落，互动吸引路人入园

福利一个都别错过！

饺子包、大通票、通关手册福利通过主持人轮番播报，让现场每一个来到鹤小飞聪明乐园的游客都满载而归、全员“路转粉”，主动加入“飞鹤粉丝团”





执行过程/媒体表现

飞鹤哈尔滨工厂

快乐加一「厂」！不一样的不只是颜值，更是科技实力

飞鹤 / 鹤小飞一家 前来迎且啦



飞鹤牧场-犊牛岛



奶酪拉霸机



鹤小小的奶香甜品站



飞鹤牧场-日混粮餐单



飞鹤伴手礼体验店



鹤小飞的奶咖店



飞鹤牧场-挤奶大转盘



飞鹤奶粉邮筒



飞鹤四季之窗



达人筛选紧扣策略
覆盖TA人群并有效实现破圈

高智高知颜值派

击中年轻人！为聪明宝宝上大分
尤其针对追求知识、审美和智慧的TA

@朱冉Vv @乔治熊熊熊



魔性舞蹈博主

炒火「鹤小飞聪明乐园」「飞鹤哈尔滨工厂」高颜值装置
“轻松愉快”的品牌调性直接溢出屏幕

@颜韵



高甜情侣

贴近年轻人，覆盖未来潜在客户
传递出“幸福感”的品牌调性

@米哥 @凌晨阿



温暖太阳花

最暖社牛传递品牌温度
品牌好感度首推官

@小岗🔥同



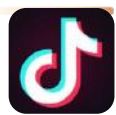
母婴垂类

携3胎萌娃精准传递品牌活动具备“亲子互动”“家庭乐园”等属性，吸引垂类消费者入场

@杨霞-Sunny



执行过程/媒体表现



抖音达人传播数据一览



@小岗同学

播放量: 148.4w+ 互动量: 18.5w+
小蓝词 | 展示: 36.5w+ 互动: 831



@乔治熊熊

播放量: 299w+ 互动量: 44.1w+
小蓝词 | 展示: 64.3w+ 互动: 1,159



@禾冉Vv

播放量: 20.5w+ 互动量: 1.6w+
小蓝词 | 展示: 166 互动: ?



@颜韵

播放量: 86.1w+ 互动量: 1.9w+
小蓝词 | 展示: 3.3w+ 互动: 163



@凌晨阿源

播放量: 27.9w+ 互动量: 1.8w+
小蓝词 | 展示: 4.4w+ 互动: 48



@米哥

播放量: 62.5w+ 互动量: 5.1w+
小蓝词 | 展示: 13.3w+ 互动: 446



@杨霞-Sunny

播放量: 8.9w+ 互动量: 4,773
小蓝词 | 展示: 4,622 互动: 16

为工厂探厂机制持续引流，视频及评论区引导——飞鹤哈尔滨工厂全年喜迎八方来且

两大活动“场厂精彩”，氛围热烈，但飞鹤宠远不止于此

东北网红导游@欣大漂亮

亲测！带团前往飞鹤哈尔滨工厂，不花钱也能「连吃带拿、玩得开心」！



飞鹤宠还在继续！专场国潮音乐会开年嗨翻全场

中国人不蹦洋迪蹦奶迪



小提琴一拉，新年祝福直接到家



三弦一拨 新年好运全面开花



唢呐一响 “送走”一整年不开心

现场气氛热烈 “飞鹤高端有品位” 等好评暴击 他们又来啦

成功跨次元，数据表现极佳，实名“吹爆”！

量爆



@川子唢呐

播放量: 436.6w+ 互动量: 63.3w+
小蓝词 | 展示: 40.5w+ 互动: 2,652



@桂梓三弦&中阮

播放量: 27.6w+ 互动量: 1.2w+
小蓝词 | 展示: 5,452 互动: 33



@StrictlyViolin荀博

播放量: 184.7w+ 互动量: 23.8w+
小蓝词 | 展示: 15.3w+ 互动: 184



线上线下热度爆表，@川子唢呐 达成量爆评论区引导对飞鹤哈尔滨工厂长期势能关注

1/1 冰雪大世界飞鹤冰屋 快乐、熟悉、新鲜



1/1 在飞鹤哈尔滨工厂感叹变化

通过一入门的奶味儿，以及工厂内装置可爱的样貌，感叹为哈尔滨有飞鹤这样的支柱型企业感到自豪



今天只想当个快乐奶咖

1/2 热搜 | 在冰雪大世界偶遇乔杉

哈尔滨本地榜最高榜位Top 6，热度523.9w+，时至1月3日13:00分，在榜第7位，在榜时长53h



点榜 种草榜 娱乐榜 社会榜 挑战榜 同城榜

更新于: 2025-01-03 11:11:25

- 1 东北虎: 吃不动 真吃不动了 572.1万
- 2 记者采访偶遇黑龙江省委书记 535.4万
- 3 王濛打卡哈尔滨早市 528.9万
- 4 埃文凯尔打卡哈尔滨中央大街 527.6万

6 在冰雪大世界偶遇乔杉 526.7万

- 7 和平新版本搬到了哈尔滨 526.5万
- 8 男子研究冰上书法让游客打卡 525.9万
- 9 哈尔滨的快乐名场面又上新了 525.6万
- 10 哈尔滨一日游攻略 525.6万
- 11 左右哥带着新歌杀回来了 525.4万
- 12 哈尔滨有自己的金风玉露 525.3万
- 13 红砖街早市试菜员已就位 525.3万
- 14 哈尔滨人的街头娱乐有多chill 525.2万
- 15 饿了么回应顾客被商家吓唬要上门 525.1万

“新年档”最有话题流量的明星，从尔滨顶流冰雪大世界品牌冰屋打通飞鹤哈尔滨工厂，全天候玩转飞鹤land

线下引流人数远超预期

四天入园人流达到**36,767**人次，经过园区场地拍照驻足**超8000**人次
引流至飞鹤哈尔滨工厂人流：**1,174**

在乐园



在工厂



从鹤小飞一家IP活动到飞鹤品牌年轻化价值回收 深度解读意义升华

鹤小飞聪明乐园

任务ID: 7456724089370050587 | 创建时间: 2025-01-06

指派

抖音短视频

挂载搜索词

量爆



@十三姨

播放量: 132.5w+ 互动量: 1.4w+
小蓝词 | 展示: 9,431 互动: 31



鹤小飞聪明乐园「冬季版」给成年人的快乐加冰，成功破圈并吸粉全年龄段人群
通过飞鹤 | 鹤小飞一家主导的4波温暖原生事件
成功增加飞鹤哈尔滨工厂的亲临消费者数量，为长期工业游蓄能的同时有效展现飞鹤科技实力
刷新消费者对飞鹤品牌的年轻化高端认知、提升品牌信任感/忠诚度，也由此为飞鹤品牌沉淀了忠实正向的用户意见领袖

12/20-1/14 传播数据

2.15 E+ 项目总曝光
101,819 全网涨粉量

36,767 乐园现场人次
3,051+ 用户自发UGC

项目期引流至工厂1,174人
并持续产生长尾效应

引发用户主动预约工业游
有效引流飞鹤哈尔滨工厂

12/31-1/14 主动预约参观数据

835
主动预约人次

系统内预约

美团 207人
携程89人

电话预约

美团 360人
携程33人

地图预约

百度地图 +
高德地图146人

- 项目总曝光2.15E+=全网话题总曝光: 2.14e+; 达人内容播放量: 1,822w+; 官方发布内容: 500w+; 媒体及娱乐号发布内容: 300w+
- 12月20日粉丝基数80.3w, 截止到目前增至90.5w

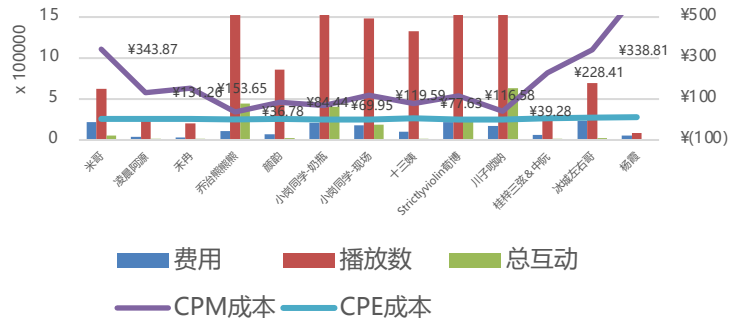
@川子唢呐 @十三姨 的2条内容达到量爆@冰城左右哥 @米哥 @禾冉

@乔治熊熊熊 @小岗同学 @十三姨 @Strictlyviolin荀博

@川子唢呐 @杨霞 产出的10条内容达到质爆

- @川子唢呐 全指标效果最佳，一方面由于博主本人专业能力较为突出，在音乐垂直领域正处在强势上升期，为抖音平台重点扶持账号。川子本人粉丝圈层广、粘性高、流量大，且音乐改编/选曲能力都极强，可精准击中当下年轻人喜好，并具有充分传播性。本次活动@川子唢呐 所选编曲蹭热王者荣耀解说UP主@磊哥 的经典解说音乐，引发电竞、音乐等大批相关粉丝入场，成功破圈并引流。
- 最暖社牛@小岗同学 清华少年博士生@乔治熊熊熊_ 乐器之王演奏者@川子唢呐 整体播放及互动数据成为本次数据top 3，同时带来小蓝词最高曝光量，实现了内容带动转化。
- @禾冉 @杨霞 均达到质爆，也为同领域内优秀创作者，评论区风向较为优质。
- @冰城左右哥 “冰城发言人” 身份占据本地关注优势，小蓝词点击数达到Top 3，成功为活动实现线上线下双向引流。

昵称	播放数	总互动	CPM成本	CPE成本	小蓝词曝光	小蓝词点击
米哥	625,450	51,979	¥343.87	¥4.14	133,600	446
凌晨阿强	279,560	18,563	¥131.26	¥1.98	44,300	48
禾冉	205,566	16,270	¥153.65	¥1.94	196	3
乔治熊熊熊	2,990,250	441,128	¥36.78	¥0.25	643,600	1,159
晓晓	861,946	19,521	¥84.44	¥3.73	33,000	163
小岗同学-助燃	2,992,472	401,665	¥69.95	¥0.52	365,100	831
小岗同学-混战	1,484,822	185,391	¥119.59	¥0.96	664,000	698
十三姨	1,325,649	14,896	¥77.63	¥6.91	9,431	31
Strictlyviolin荀博	1,847,863	238,584	¥116.58	¥0.90	153,900	184
川子唢呐	4,366,156	633,296	¥39.28	¥0.27	405,600	2,652
杨霞三强6中5	276,241	11,911	¥228.41	¥5.30	5,452	33
冰城左右哥	693,108	23,632	¥338.81	¥9.94	238,000	1,127
杨霞	89,166	4,773	¥608.26	¥11.36	4,622	16



- 量爆: 指内容发布3天内，自然播放量处于分行业前10%，具有极强「原生传播力」的达人内容
- 质爆: 指内容发布后3天内，A3新增率处于分行业前50%，具有极强「种草效率」的达人内容

选号期 Key Learning

- 尽量挖掘如@川子唢呐 的上升期大流量博主，为品牌传播效果保证数据基础，提高爆款内容达成可能
- 延续本次多垂类分布的方式，有效提升传播内容丰富度

执行期

- 根据时下热点及时增强现场沟通及协助，如 @小岗同学 本次额外配合打雪仗、导游大巴车，积极互动，并完成了全链路传播闭环
- 关注博主UGC反馈，为品牌口碑做足储备
- 现场引导达人关注时下热点，协助临时创意镜头设计，有效提高内容趣味性