

美赞臣2024年新春整合营销

- **品牌名称：**美赞臣
- **所属行业：**母婴类
- **执行时间：**2024.01-02
- **参选类别：**跨媒体整合类

一场年轻化品牌心智关键战役

春节，作为国人在全年最重视的家庭节日，也是母婴品牌必争的流量节点。

核心课题

对于正在建立 **年轻化品牌心智** 的美赞臣

如何突围赢得 **90&95后新世代妈妈** 的好感与关注

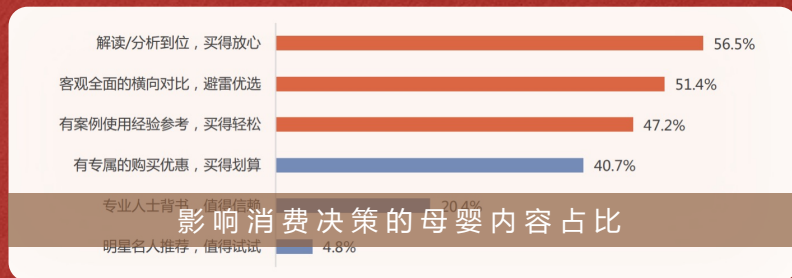
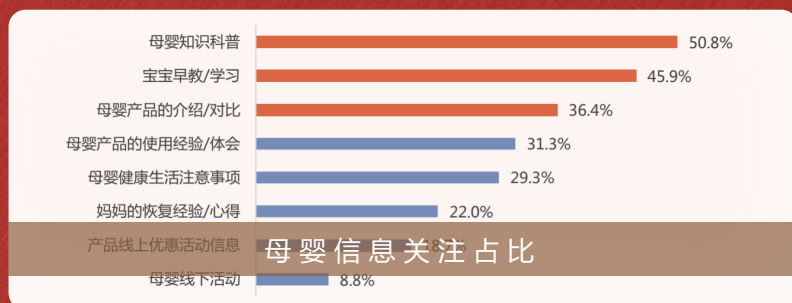
成为此次新春营销的 **核心课题**



主张科学育儿的新世代妈妈，同样也祈求“锦鲤附体”

科学育儿成为主流育儿观

90&95后新世代妈妈们愿意接受育儿新理念，乐于探索新科学的育儿方式，给予孩子更好的成长环境



*数据来源：抖音新母婴人群需求用户调研，2023年5月，N=4599

新年祈福热潮席卷年轻人

新年祈福成为年轻人的精神新出口，而“龙的传人”遇龙年，自然也有着更高的期盼，会为宝宝祈求龙年好运，孕妈也期待龙宝降生



*数据来源：马蜂窝《2023年春节大数据报告》



年轻妈妈给宝宝祈求龙年好运的方式花样百出，而孕妈妈妈们，也对龙宝宝的降生充满期待

「携程网数据显」示，2023年2月寺庙景区订单量同比增长了310%，且预定门票数据证明的游客中**90后、00后的比例接近50%**

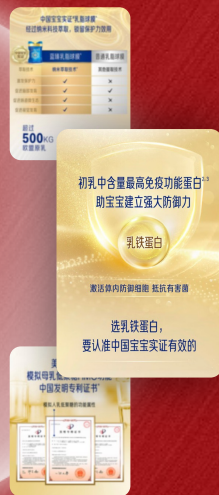
配方有实证，效果有证明

仅1%奶粉¹
拥有「中国宝宝实证[®]」保护力
并刊登于国际权威期刊

乳铁蛋白¹
乳脂球膜¹

中国宝宝
实证[®]

乳铁蛋白+乳脂球膜¹配方
中国宝宝实证有效



美赞臣坚持科学实证验证配方有效性 与新时代妈妈的科学育儿观天然契合

美赞臣专注于婴幼儿营养超110年，植根中国30年，以制药标准&循证科学验证奶粉配方的有效性，经过中国宝宝实证打磨出科学的黄金配比，以科学实证配方，给到宝宝顶配保护



抓住「新年祈福热」凸显美赞臣科学实证配方优势，将成为新春营销突围机会点

借“好运”创意传递科学实证，给宝宝“一条龙”顶配保护

营销
策略

在新春伊始，迎合90&95后新世代妈妈对宝宝的龙年期盼，为美赞臣打造春节限定的「好运」主题整合营销，借「好运」创意传递美赞臣的「科学实证配方」，以「科学+好运」给宝宝在龙年带来“一条龙”顶配保护。

2 龙年“好运来”直播

3 “龙年敲好运”小游戏

邀“好运来”原唱歌手祖海空降直播间
巧借好运IP种草美赞臣科学实证好奶粉

紧跟潮流热梗上线“敲好运”游戏
激活会员新客，送好运祝福加深品牌好感

1 “新春好运”游园会

线下游园会为宝宝开启龙年好意头
持续包围美赞臣核心区域积聚品牌势能

「区域渗透」

「电商赋能」

「会员运营」

4 联动社媒“派送好运”

携手平台IP发起有奖征集派送好运
并联合达人种草配方送去祝福，引爆热度

「社媒扩散」

「美赞臣2024年新春整合营销」

科学实证好配方 顶配保护一条龙

区域渗透：“新春好运”游园会给宝宝开启龙年顶配保护

执行时间：2024年1月-2月

以“游园会”开启好运主题营销
核心销售区域地毯式覆盖



“顶配保护一条龙”作为沟通核心
在各活动板块中深度渗透

门头设计制造游园会仪式感



击倒年兽击倒各种不适症状



线下游园会为宝宝开启龙年好意头
持续包围核心区域积聚品牌势能

大型路演、中型路演、小型路演、迷你活动

各规模举办场次共计 10000+

其中大型路演场均签到人数 400+

选址商超吸引大量活动人流



“营养龙龙”产品销售区域



品牌高管“点睛”开启好意头



扭转乾坤扭出新年美好祝福



宝宝爬爬赛充分调动现场气氛



给爬爬赛优胜宝宝颁发奖品



执行过程/媒体表现

电商赋能：龙年“好运来”直播巧借好运IP高效拉新种草

执行时间：2024年1月17日

京东场

新客用户占比超 53%
直播ROI达成率达 111%

新客用户占比超 85%
直播ROI达成率达 135%

唯品会场



直播时间
20:00-21:00

明星嘉宾互动+第一轮抽奖
收获龙年“双力BUFF”

明星嘉宾互动
育儿问答互动小游戏

巩固产品保护力核心
龙年必问榜

互动种草产品+第三轮抽奖
双力BUFF终极测试

美赞臣龙年好运祖海官



祖海&专家空降直播间
美赞臣新春提前嗨

育儿知识大放送
秋冬养娃有技巧

专家解答环节
育儿疑惑来解答

趣味游戏挑战
“宝宝保卫战”



直播时间
21:00-22:00

邀“好运来”原唱祖海空降直播间
巧借好运IP种草科学实证好奶粉

会员运营：“龙年敲好运”小游戏激活会员新客加深好感

执行时间：2024年1月-2月

私域小程序上线“敲好运”热梗小游戏 激活会员新客，送好运祝福加深品牌好感

亮点

1 迎合新年祈福热潮
给会员新客送龙年祝福

2 “乳铁蛋白”化身高分道具
提升会员新客记忆度

3 好运大奖琳琅满目
激发会员新客参与热情



整体互动交互路径

小游戏打开次数 7.3万+

小游戏分享次数 1.4万+

助力私域小程序拉新用户 4.6万+

社媒扩散：携平台与达人“派送好运”引爆社交传播热度

执行时间：2023年12月-2024年3月

小红书

联手平台IP《妈妈能量俱乐部》发起有奖征集
大量宝妈祝福笔记聚合成品牌专属好运空间

平台黄金资源导流活
动

IP总曝光 6500万+
产品词搜索增长 4.3倍

开屏+信息流+热搜+Banner



带动高质量PUGC内
容

总参与人数 4.4万+
高出同期征集活动 3.4倍

母婴博主领头，驱动用户共同参与



首发达人“蓝臻奶罐龙”手工抢先吸睛
矩阵达人追热种草配方，并送去好运祝福



理理和爷爷

短视频曝光 700万+
用户互动 2.8万+



8位 母婴+跨界达人
卷入传播为热度加码

短视频曝光 4021万+
用户互动 44.4万+

整体亮点回顾

“好运”主题贯穿全域实现拉新

紧贴春节向新世代妈妈巧妙传递美赞臣科学实证配方优势

线下活动举办场次达10000+，线上社媒曝光达1.1亿+，好运派送活动参与人数超4.4万+

巧借“好运”IP引爆关注度

邀“好运来”原唱歌手空降直播间撬动关注巧妙拉

新
京东直播新客占比超53%，唯品会新客占比超85%

“好运”互动紧跟热点激发参与

科学实证配方与互动玩法深度绑定强化认知与好感

小游戏参与次数7.3万+，助力私域小程序拉新用户4.6万+



科学实证[#]好配方 顶配^{*}保护一条龙