

# 维他奶2025秋季校园开学季营销

- **品牌名称:** 维他奶
- **所属行业:** 食品饮料
- **执行时间:** 2025.04.01-05.31
- **参选类别:** 场景营销类

# 案例视频

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://j7y2rftk61.feishu.cn/wiki/JJmvwIBGQiWDUpkJDAAc9lrknFw>

### 品牌营销背景

- 维他奶作为拥有80多年历史的植物蛋白饮品品牌，在中国市场享有较高知名度。近年来，品牌通过“健康、自然、可持续”的品牌理念，成功吸引了注重健康生活方式的消费者。在校园市场方面，维他奶已有一定基础，但面临新生代消费群体偏好变化、竞争加剧等挑战。
- 当代大学生在零食饮料层面的支出占比高，且呈现出增长的趋势，调查显示每月花费400-600元的人群占20.9%、话费600-800的人群高达23.4%

### 行业发展背景

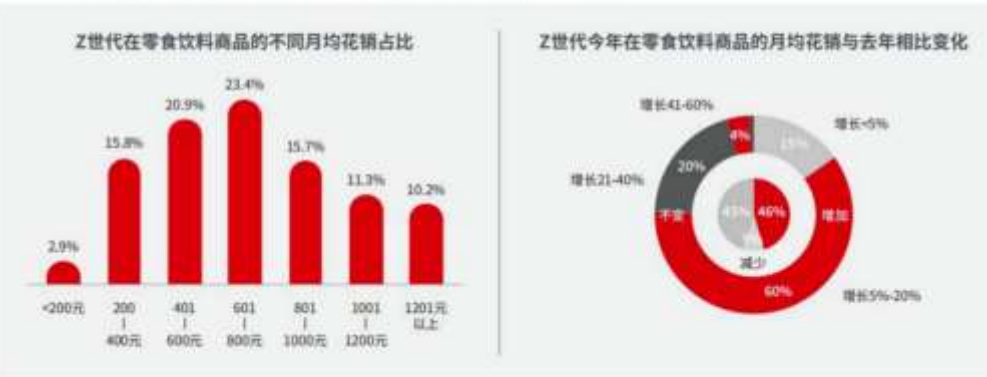
- 【豆奶产品线】是亚洲市场 No.1 豆奶品牌，有 85 年专注植物营养的积淀，以“植物营养专家”身份，凭借“有营养的”“值得信赖的”“令人愉悦的”形象，获消费者高度认可，为品类增长担当核心驱动。
- 【即饮茶产品线】是香港市场份额达 35% 的 No.1 即饮茶品牌，作为品类创新引领者，靠独创即饮柠檬茶 + 气泡茶拓展品类，在 Z 世代中树立起“最受年轻人喜好头部品牌”形象，借中国内地市场影响力助力品类增长。

### 经营挑战

- 植物蛋白饮料市场快速增长：随着健康意识提升，植物基饮品市场年增长率超过15%，校园成为重要增量市场。
- 校园饮品消费特征变化：学生群体更注重产品口感创新和颜值包装；社交属性强化，饮品成为社交货币和情绪载体；健康与功能需求并存，既要好喝又要有益。
- 竞争白热化：传统乳企、新锐植物奶品牌、网红茶饮均布局校园市场，竞争维度多元化。

### 受众分析：Z世代是零食饮料消费的主力军

➢ Z世代在零食饮料层面的支出占比高，且呈现出增长的趋势。



### 豆奶细分市场：乘风健康消费浪潮，行业迎来新的发展机遇

➢ 我国植物蛋白饮料行业市场规模近年来呈现出显著的增长态势。随着消费者对健康饮食和植物基食品的重视，植物蛋白饮料的市场需求持续增长。



### 预期目标

- 聚焦秋季开学季校园营销的黄金期，助力维他品牌在广州、武汉、长沙、上海等城市落地具有新颖独特或有竞争力的营销项目，多维度精准触达 学生群体，夯实维他奶在校园场景布局，推动生意发展。

### 整体目标

- 针对校园学生群体爱打卡爱分享特性，围绕“情绪共鸣内容+强互动场景+裂变钩子”，通过线上媒体传播、餐饮活动合作、平台资源合作、校园售点合作及校园赞助合作去打造现象级校园营销事件热点，快速建立与校园 年轻消费群体间的品牌认知与好感度，从而提升区域曝光量和校园店拉新。

## 策略及创意亮点

- 本次维他校园投放项目覆盖北京、上海、广州、佛山、南京、武汉**六大城市**，涵盖三大片区共**39所高校**，实现总辐射量**149.28万人次**。项目显著提升了维他品牌在985、211等重点高校中的知名度，并带动校内购物场所**销量提升33%**。



### 全案概括

維他奶 Vitasey

- 执行时间：2025年秋季9月校园开学季
- 活动要旨：聚焦秋季开学季校园营销的黄金期，助力维他品牌在广州、武汉、长沙、上海等城市落地具有新颖独特或有竞争力的营销项目，多维度精准触达学生群体，夯实维他奶在校园场景布局，推动生意发展。
- 传播策略：针对校园学生群体爱打卡爱分享特性，围绕“**情绪共鸣内容+强互动场景+裂变钩子**”，通过线上媒体传播、餐饮活动合作、平台资源合作、校园售点合作及校园赞助合作去打造现象级校园营销事件热点，快速建立与校园年轻消费群体间的品牌认知与好感度，从而提升区域曝光量和校园店拉新。
- 活动区域：重点覆盖广州、武汉、长沙、上海，可增加覆盖北京、杭州等
- 学校要求：不低于100所，以大学城为主，有维他奶产品销售

**品牌** | 打造校园现象级营销事件热点，加强品牌影响力

**市场** | 打开维他奶的校园市场，促进业绩大爆发



## 营销理念：

- 低成本高校曝光，提升品牌渗透率，精准触达年轻消费群体，通过校园的特殊性实现品牌声量提升，在年轻群体中建立长期品牌认知，通过在校园饭堂、宿舍楼投放框架广告，利用高频场景重复性强化品牌记忆点。

## 创业落地：

- 线上投放与高校结合的营销方式，借场景体验、互动玩法、全方位覆盖核心消费场景，精准触达目标受众贴近年轻群体传递品牌概念与产品特色，实现品牌年轻化营销。

## 媒介平台：

- 校园饭堂桌贴广告、校园饭堂框架广告、校园宿舍楼框架广告



校园框架&校园桌贴



校园灯箱



## 创意规划

維他奶 Vitasoy

### 品牌KV



- 营销节点 -

 开学季 (9-10月)



- 活动主题 -

开学畅饮，维他倾心





# 抢占食堂及学生公寓必经场景

維他奶 vitasey

校园媒体超高渗透率保证传播效果,其中学生公寓、食堂传播效果最佳。

## 大学生食堂和宿舍渗透率

100% 到过食堂

100% 每天进出宿舍

85% 在校大学生  
每天都到学校食堂就餐

平均每天到学校食堂就餐 **2.5**次

每月高达 **72.72**次

平均每天进出宿舍 **3.5**次



**主流年轻人群**

平均**20.6**岁



**高素质群体**

本科学校占**70%**  
未来社会主力军



**高消费群体**

**2640**元/月生活费  
逐年还呈上涨趋势



# 优质校园线下媒体作为企业宣传主阵地



线下高校场景媒体曝光强记忆





媒体选择：

运动场围栏+校园框架，必经高频，实现品牌精准传播价值

維他奶 vitasey

平面广告收割

# 场景价值触发

&产品的高价值信息传递，触发潜在消费者的购买意向



**功能体验**

加深消费者对产品的  
功能认知



**服务体验**

培养消费者对品牌的  
选择偏好



**情感体验**

改变消费者对品牌的  
认知和态度



**消费指向**

食堂小超市/校内商圈



## 媒介形式：饭堂框架

維他奶 Vitasey

校园媒体

饭堂框架

宿舍框架

饭堂桌贴

运动场围栏

快递柜

**媒介优势：**覆盖面广，受关注度高，性价比高，受众最佳视线，容易让受众对产品形成惯性记忆。



**投放节点：** 全年度

**食堂是学生日常生活的必经场景之一，是重要广告投放位置，学生触达率高，活动影响更大。**



## 媒介形式：饭堂桌贴

維他奶 Vitasey

校园媒体

饭堂框架

宿舍框架

饭堂桌贴

运动场围栏

快递柜

**媒介优势：**有效覆盖面积大、视觉效果好，且用餐时间长频率固定，到达率极高。



**投放节点：**毕业季、新生开学季

**直接面向就餐学生，高频次曝光增强品牌活动记忆，实现品牌与学生日常互动、促进消费转化。**



## 媒介形式：运动场围栏

維他奶 Vitasey

校园媒体

饭堂框架

宿舍框架

饭堂桌贴

运动场围栏

快递柜

重点聚焦全部 985、211、一本高校校园，  
营销季（每年 6-9 月）可以第一时间安排最优点位的投放





投放结果

維他奶 vitaseoy

6大城市 36所高校

直接触达149.28万人次