



Top  
Mobile  
Awards

# 伊利每益添吃货节

- ◆ **广告主：**伊利每益添
- ◆ **所属行业：**快消乳品
- ◆ **执行时间：**2016年2月-2016年5月
- ◆ **参选类别：**媒介整合类



Top  
Mobile  
Awards

---

# 背景&目标

伊利每益添作为一个传统饮品品牌  
如何才能借力新美大吃货聚集地，  
将“吃”与“消化肠道”饮品相结合，提升品牌感知？





Top  
Mobile  
Awards

---

# 洞察&策略

## 两大平台冠名

现象级合作冠名

4.5亿+冠名活动页面曝光

1.3亿+人次参与活动



## 两大IP联合

杨幂与新美大5.17吃货节联合

650万定制活动页面曝光

530万次定制活动总参与



## 全媒体传播

线上线下各资源入口曝光

硬广/H5/优惠券

双微Social全平台覆盖

上万家线下商户物料展示



Top  
Mobile  
Awards

---

# 媒介&执行

两个超级美食平台联合冠名：

## 美团+大众点评



美团点评双平台是拥有最多吃货的聚集地，作为促进肠道蠕动的每益添冠名吃货节与双平台调性超搭，营造有了每益添就能放肆吃的品牌关联。同时双平台拥有海量曝光，海量资源位，覆盖超过300家城市，10000+家推荐商户，全力助攻伊利每益添。



实现4.5亿+ 冠名活动页面曝光，1.3亿+ 人次参与活动。



# 两大超级IP联合

## 517吃货节+明星资源杨幂



美团点评最大IP活动5.17吃货节+杨幂超级IP，赋予每益添年轻时尚的品牌调性，同时将“吃”与“每益添”**最强关联**。打造伊利每益添最强吃货伴侣概念。充分利用两个IP的**粉丝召唤**能量，打造每益添定制会场，分发亿万红包，将定制活动热度最大化。



实现**650万+**定制页面曝光，**530万+**人次参与活动。

中奖人数**950万**，活动实现**超过30万**分享。

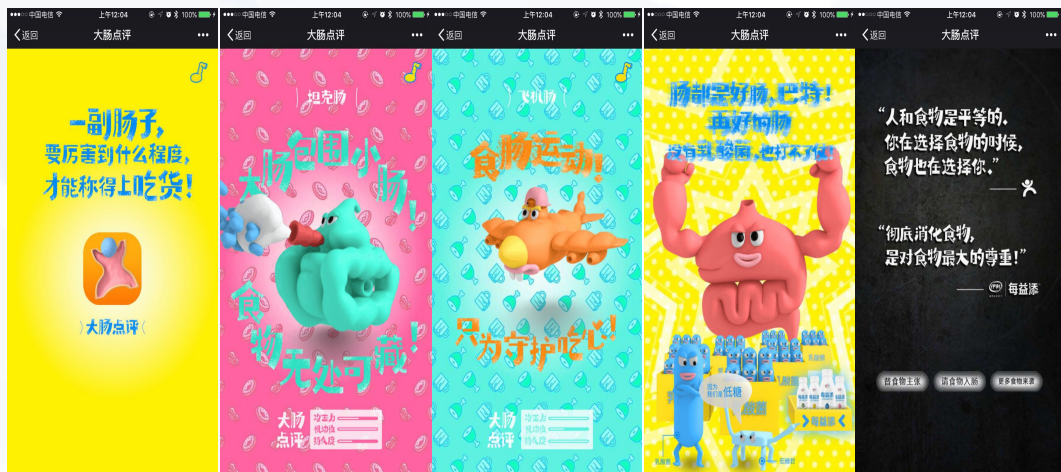




# 趣味H5+全方位媒体渠道曝光 引爆社交分享

## 线上H5

通过大众点评的创意变形，将吃货最常导致的肠道问题，  
通过伊利低糖每益添 快消化不增加肠胃负担 这一产品特  
性完美解决的概念深入人心！  
全面升华大平台+好品牌的态度！



## 线下物料

覆盖全国近百个城市  
10000+ 商户





Top  
Mobile  
Awards

---

# 效果&反馈

## 活动效果

超过**4亿次**品牌活动曝光，超过**1亿人**参与吃货节活动。

**30w**用户主动分享品牌活动页，100%提升品牌好感度，塑造伊利每益添活力青春的形象。

**成功建立每益添与美食的强关联，活动期间产品销量提升3.8%**