

统一绿茶，为新青年举大旗

- ◆ **品牌名称：**统一绿茶
- ◆ **所属行业：**食品/饮料类
- ◆ **执行时间：**2022.04.25-05.30
- ◆ **参选类别：**内容营销类



项目时间

五四青年节

传播主旨

通过线上传播与各行各业的时代新青年们发声共情
打造事件营销, 号召公众加入为新青年加油的相关活动
深入年轻圈层, 提升年轻消费者对品牌的好感度

传播话题

#为新青年举大旗#

- 作为年轻人的节日，五四青年节向来是各大品牌与年轻人对话的一个重要节点。统一绿茶在此次五四营销的浪潮中，立足于#为新青年举大旗#的主线，跨界联合多个领域的新青年代表，推出定制款产品和特别活动，与新青年们玩在一起，树立品牌的健康形象，彰显企业的社会担当。



- 统一绿茶聚焦各行各业的职场新青年们，为他们的默默耕耘加酚，传递品牌人文关怀，打造五四情感营销。

通过话题的打造与传播传递统一绿茶的人文关怀

营销策略

话题打造



话题引爆



UGC沉淀



资产沉淀

通过官方双微对五四青年节话题的进行讨论，提升话题热度，为后续活动做铺垫

借势全新品牌视频的传播，打造五四情感营销，同步主流官媒传播，在消费者心中提升品牌影响力

以西瓜视频KOL打样制作视频，为新青年加油，进一步提升产品及品牌曝光量

通过总结传播。PR传播扩散活动影响力，提升品牌认可度

传播话题	#为新青年举大旗#			
传播阶段	预热期	引爆期		延续期
阶段内容	官方发布五四主话题与预热海报	品牌视频上线传播与西瓜视频征集赛		官方活动内容总结
阶段目的	话题建立 引出品牌视频内容	热度引爆 创意内容扩散，扩大话题声量	跨平台传播 UGC征集，再次引爆声量	提升品牌好评度 总结活动
传播内容	官博发布五四青年节主话题 为五四青年节活动预热	双微于五四当天官方发布品牌TVC视频	配合不同种类的代表性KOL承接热度，谈 谈自己的奋斗心路历程，引发情感共鸣	官微发布图片合集，征集赛优秀参 赛作品展示
	官博发布预热主题海报 预告即将上线的品牌视频与五四活动	艺人同步发送品牌视频 传递统一绿茶五四新青年精神	官博发文引流，预告西瓜视频征集赛开始	微博营销号助力传播扩散
		五四当天，主流官媒同步带话题发布绿茶品牌 视频在话题下发文讨论，提升热度	官方顺势上线西瓜视频征集赛，引发网友 参与	PR稿分发，提升行业内热度
		社会性正能量的微博KOL转发品牌视频进行话 题讨论，为微活动引流	KOL参与，诠释新青年精神	微信活动总结
		官博发布艺人ID视频并开启微活动	官博公布征集赛中奖名单	
	号召粉丝参与微活动			
	官博公布微活动中奖名单			



- 统一绿茶官微契合五四青年节节日点，继续以绿绿子身份宣导为新青年加油，发布艺人海报为活动进行预热
- bigday当天热搜#为新青年举大旗#上线，正式上架五四新青年加油包，发布两只艺人TVC，艺人发布相关TVC
 - 承接艺人及热搜热度，宣导西瓜视频征集赛，邀请大众一起为新青年加油，种草新青年加油包，
 - 发布微活动双微加大活动扩散力度，引发全网讨论
 - 西瓜视频KOL打样制作视频，为新青年加油，进一步提升产品及品牌曝光量
- 最后，通过微信KOL及PR稿件对本次活动进行收尾总结，并宣传品牌周周赢汽车小程序，阐述品牌一直以来都和新青年统一战线的观点，提升品牌在目标人群中的品牌形象及社会影响力

5月4日
女篮李梦

互动量: 617



https://weibo.com/1912553497/LrpPhAJg2?from=page_1005051912553497_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment

5月4日
统一绿茶_亲近自然

互动量: 478



https://weibo.com/tv/show/1034:4763283966853176?from=old_pc_videoshow

5月4日
统一绿茶_亲近自然

互动量: 409



https://weibo.com/tv/show/1034:4763284658913362?from=old_pc_videoshow

- 艺人李梦亲自发布相关TVC吸引粉丝参与互动并持续关注，为活动预热打造声量。通过这支热血短片，统一绿茶向社会展现了年轻且健康的品牌形象，鼓舞着新青年们不忘初心、向梦而行。
- 汪勇的短片故事，展现了那段他与志愿者共同抗疫的时光，让人感受到平凡中的伟大。同时品牌宣导愿与新青年们共同前行，奉献社会，发扬正能量。

5月3日
统一绿茶_亲近自然

互动量: 257



5月4日
凤凰网

互动量: 820



5月4日
世间洞察

互动量: 3231



- 官微发布艺人海报, 及艺人TVC引发大众好奇心、吸引粉丝参与互动并持续关注, 为活动预热打造声量, 带上#为新青年举大旗#话题, 在54青年节当天打造相关热搜, 提升用户关注度及话题讨论度。
- 凤凰网、世间洞察等微博博主, 在热搜上线时发布传播艺人相关TVC, 持续为话题造势, 并带上电商链接, 为电商引流。

5月4日
统一绿茶_亲近自然

互动量: 287

统一绿茶_亲近自然 

5月4日 12:00 来自 微博 weibo.com 已编辑

#为新青年举大旗# 吃货青年、励志青年、事业青年.....一千个新青年，有一千种样子，你是什么样的新青年呢🤔

统一绿茶x西瓜视频“健康加龄青年加油”视频征集赛正式开启，邀你秀出自己，为你加油！👏

#五四青年节# #奋斗者正青春# 快带上统一绿茶，上西瓜视频，晒出你生活的模样，或者谈谈你眼中的中国新青年，现金大奖等你赢！更多活动内容，快戳大图查看!!! [收起全文](#)



阅读 24.9万 推广  52  63  172

5月4日
统一绿茶_亲近自然

互动量: 534

统一绿茶_亲近自然 

5月4日 18:00 来自 微博 weibo.com 已编辑

#为新青年举大旗# #五四青年节# #奋斗者正青春#

👉统一绿茶限量DIY自定义加油包，你get了吗？你会在上面写下什么样的专属语录呢？大胆晒出你的新青年语录！

👉将加油进行到底，绿绿子的又一波福利来啦！带上关键词“新青年”，转发此微博，并留言你的新青年语录。

👉5月9日18点起，绿绿子将通过@微博抽奖平台 分三次抽17人送出「京东E卡」和「统一绿茶」！

👉还等什么？速戳大图查看活动细则，听说带图转发一波，离福利更近一步哦👏

加油包传送门: [统一绿茶 250ml*24盒/箱 茶饮料 整箱装 \(新... 抽奖详情 收起全文](#)



统一绿茶 250ml*24盒/箱 茶饮料 整箱装 (新旧包装 随机发货)

¥26.00 

阅读 2.1万 推广  154  135  245

5月6日
统一绿茶_亲近自然

互动量: 301

统一绿茶_亲近自然 

5月6日 18:00 来自 微博 weibo.com 已编辑

#为新青年举大旗#

👉听说五四新青年和五四新包装很配哦，统一绿茶五四新青年加油包正在限量发售中！

👉除了何广智、李梦、汪勇3款专属人物定制包，还有1款DIY自定义加油包正在预定中~

👉现在上统一京东自营旗舰店，还可预约购买DIY自定义加油包！在上面写下你的新青年语录，表达自己的态度，为身边的人加油~人物定制版传送门: [统一绿茶 250ml*24盒/箱 茶饮料 整箱装 \(新... 收起全文](#)



统一绿茶 250ml*24盒/箱 茶饮料 整箱装 (新旧包装 随机发货)

¥26.00 

阅读 8259 推广  45  53  203

- 承接热搜及艺人热度，正式上线五四青年节定制加油包，并由官微发布相关微活动，告知大众西瓜视频为新青年加油视频征集活动正式上线，提升品牌的在TA人群影响力及本次活动的互动性，持续发酵热度。

5月4日
吃饭啦光小强

互动量: 1810



5月6日
超级英雄张艺杰

互动量: 5136



5月6日
瓢瓢在北京vlog

互动量: 2156



- 西瓜视频KOL以美食博主、运动博主、职场博主、生活博主四个不同赛道为主为粉丝记录他们的日常生活，讲述自己的故事，并植入统一绿茶新青年加油包升华视频主题。重复强调统一绿茶一直在为新青年加油，引导粉丝们参与西瓜视频征集赛，多多为自己加油，加深大众对品牌的印象。挂新包装电商链接，为电商导流，进一步实现品效合一。

5月27日 统一绿茶

阅读量: 40693

统一绿茶，为新青年举大旗
统一绿茶 2022-05-27 10:00 发布于上海



- 官博总结活动，为粉丝回顾本次五四青年节活动。再次重申统一绿茶一直在为新青年加油，增加新青年群体对品牌好感度，同步多次宣导新青年汽车周周赢小程序活动，为小程序持续引流

5月30日
腾讯网新闻&网易新闻&新浪网新闻&干龙网新闻



- 通过腾讯网新闻&网易新闻&新浪网新闻&干龙网新闻 4个平台发布新闻稿，以清晰的时间线展示了本次五四青年节活动中，品牌为助力新青年们所做出的事情，通过官媒影响力增加活动的知名度。

总结:

1、整个专案期间，使用统一绿茶为新青年加油为核心传播点，#为新青年举大旗#为传播话题。通过官宣艺人后，配合多个不同种类、不同群体的代表性KOL，共同发布符合当代新青年精神的视频内容，并号召粉丝参与征集赛活动，吸引粉丝及不同领域新粉参与活动，自主传播。获得大量精准的TA关注并与其互动。

2、本次专案分多阶段多维度进行内容发布。

- 预热期：① 官微发布艺人海报，及艺人TVC引发大众好奇心、吸引粉丝参与互动并持续关注，为活动预热打造声量。
- 引爆期：① 五四青年节bigday当天热搜#为新青年举大旗#上线，正式上架五四新青年加油包，发布两只艺人TVC，艺人发布相关TVC充分利用艺人效应，引发粉丝热议，增加话题讨论性
 - ② 五四当天利用不同领域微博KOL对品牌TVC进行传播，进一步扩大品牌TVC的影响力，加强统一绿茶为新青年加油的标签概念
 - ③ 承接艺人及热搜热度，微活动&西瓜视频征集赛同步上线，为粉丝送上福利，多平台触达，调动消费者参与积极性，赢得受众好感度。
 - ④ 在西瓜选用不同领域的KOL、在年轻TA的聚集地APP上，陆续发布绿茶植入推荐视频，从多种角度切入做软性种草，深耕统一绿茶为新青年加油的标签概念，信息在不同领域传播，辐射范围进一步扩大。以此创造大量UGC再次扩散，增大声量。
 - ⑤ 将微活动中奖信息播报发布于微博上，为幸运粉丝送上祝贺，并号召大众持续关注，参与活动赢取大奖。除此之外还为粉丝们送上加码福利，做有奖互动，拉近粉丝与品牌之间的距离。

SUMMARY

通过品牌视频与微博话题运营，提升品牌好感度**好感度**

西瓜视频征集赛，吸引更多TA参与活动，提升品牌**曝光度**

传递品牌致敬五四，致敬当代青年，为职场人士健康加“酚”的**品牌利益点**