

爱冒险夏日计划

- ◆ **品牌名称**：安慕希
- ◆ **所属行业**：食品行业
- ◆ **执行时间**：2022.05.04-06.15
- ◆ **参选类别**：场景营销类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<http://xhslink.com/EIQwmk>

品牌概念

作为安慕希的独立新品牌，AMX目标定位于更年轻化的消费者群体，承载着品牌年轻化焕新需求，并希望通过AMX定义新一代酸奶产品，AMX三个字母代表“爱冒险”，也是品牌希望向年轻消费者传达的生活态度。

01 品牌核心人群

18-25岁，一线及新一线城市新青年，更关注自我，工作压力较大，生活节奏快，平日生活偏向“家-公司”两点一线。关注个人生活。愿意花钱买便利，线上购物占比高，追求生活品质，关注个人价值提升。

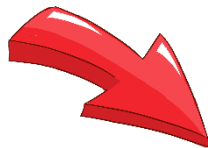
02 品牌理念

AMX：新一代，爱冒险，凭实力骄傲，做新一代的冒险家。



种草力up

联结小红书站内高活跃度的Z世代用户，建立产品的用户心智，抢占夏日最热最潮流的消费场景



打造AMX潮流爱冒险的生活态度，助力AMX实现小红书站内超大曝光，抢占潮流生活C位

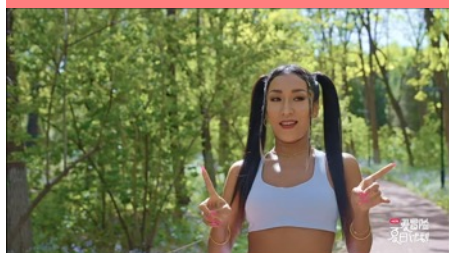
能见度up

品牌好感up

用爱冒险的态度打造夏日潮流，强化用户心智，AMX=爱冒险，链接用户对于潮流生活态度的情感追求

亮点一：明星短片——冒险是每一次心动的尝试

吉克隽逸 运动VLOG
momoko的夏日初体验



吉克隽逸 关注

MOMOKO的夏日冒险初体验 🌟🌟! 美式 football 初体验 🏈 腰旗橄榄球这时 ... 展开

发弹幕 4068 880 1212

沈月 露营VLOG
变身一日森林冒险家



沈月 关注

一日森林冒险家 🏕️ 爱冒险夏日计划

发弹幕 1.1万 989 1531

蒲熠星 探险VLOG
跟着阿蒲开启夏日雨
林冒险计划



蒲熠星 关注

蒲熠星夏日雨林冒险计划 从虚拟游戏世界穿
梭到现实热带雨林, 这个夏日, 必 ... 展开

发弹幕 1.4万 2003 1927



邀请安慕希代言人黄子韬、angelababy为项目齐力打call

立即冒险 广告

向上滑动 前往话题参与活动 广告

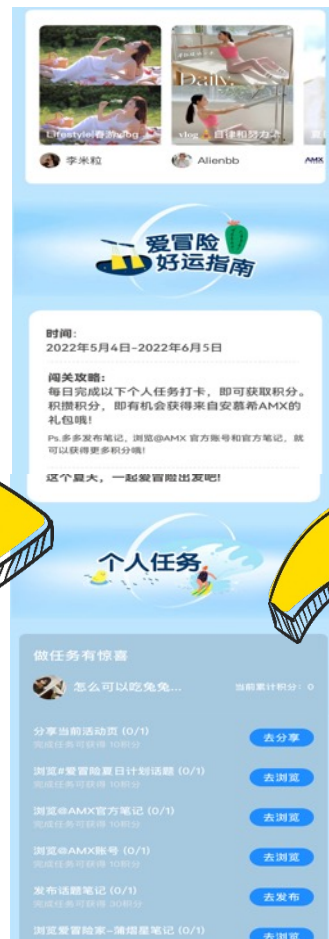
站内高流量明星引领爱冒险潮流，品牌概念完美植入，助力爱冒险精神传播。明星笔记总浏览数100万，总互动量近4万，最高点赞1.4万

亮点三: 25位明星参与活动分享夏日态度, KOL分享夏日冒险计划



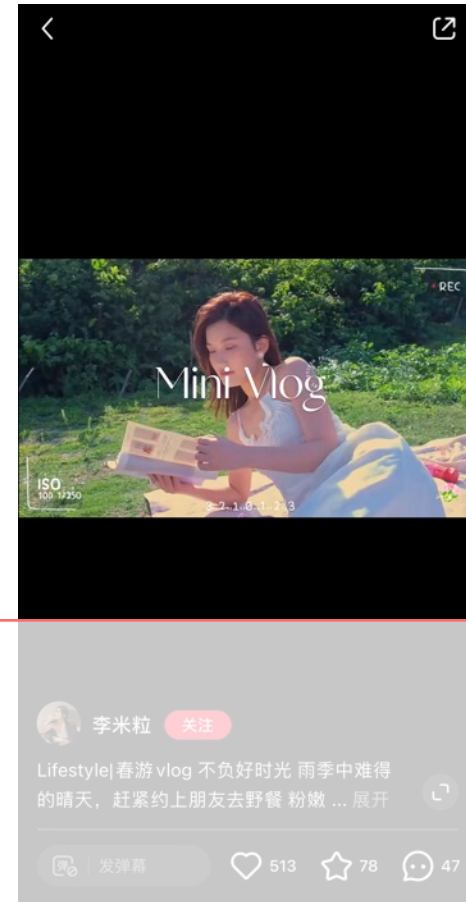
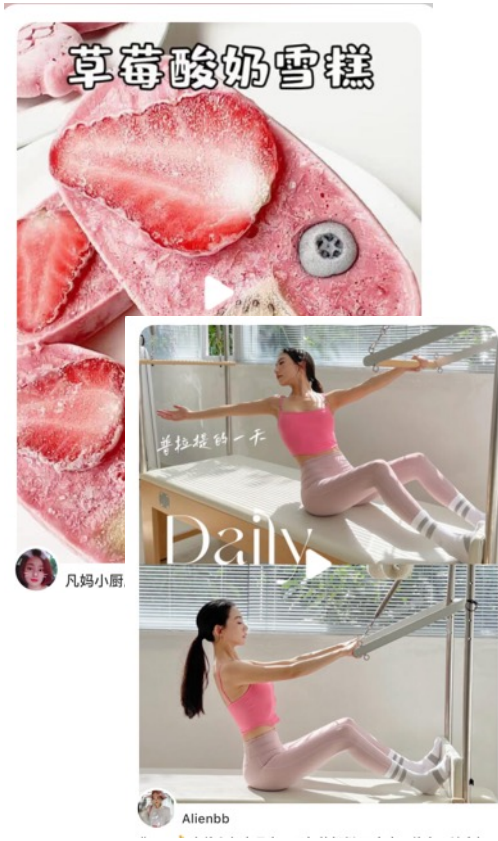
多位明星&KOL参与, 为站内品牌活动造势, 花式玩转爱冒险户外活动。25位明星一起分享夏日故事, 总阅读量320万+ 150位KOL纷纷发声聊冒险体验, 总阅读量1500万+。

亮点三：爱冒险装备已到达，多元玩法绑定品牌心智，吸引流量



资源强势引流，扩大活动影响力，多元玩法增加用户参与趣味性，抢先占领潮流夏日渠道。资源总曝光近6600w

亮点四：大V引领产品自然植入，品牌场景强绑定



项目亮点

数据洞察

AMX代表爱冒险

通过对夏日流行趋势和品牌理念分析切入夏日潮流赛道 UGC触发IP活动 #爱冒险夏日计划，建立产品和用户的情感链接。

产品营销策略

定位Z世代年轻人

通过对Z世代年轻人群分析，提炼出无负担潮流出行、便利消费。落地站内热门露营、雨林探险，加深品牌场景链接。

抢占赛道

明星+大K发起活动号召

明星OGC定调站内潮流场景；大K引领模仿场景种草；抢占初夏饮品赛道资源曝光量，引发站内热议。

拥护品牌

透传品牌心智

多元玩法提升品牌数据转化；联合品牌发声，展示AMX爱冒险形象；站内外宣发齐发力，树立品牌心智。

一次「品牌概念落地-品牌玩法-产品心智打造」的完整链路IP玩法

01、品牌概念落地

AMX定义新一代酸奶

爱冒险的定义不只停留在极限运动，生活中的每一次跳脱常规，每一次尝试新体验，都是冒险，都是下一个潮流可能。



02、品牌态度植入

新态度+新玩法=新潮流

借小红书社区潮流趋势，品牌深度植入，乘风打造品牌爱冒险潮流，口味和概念缺一不可。



03、品牌心智打造

爱冒险=AMX

生活随处可以冒险，热爱始终尝新。



06、抢占消费心智

AMX抢占初夏消费心智赛道

借助初夏时节契机，借力打力，让初夏绑定AMX爱冒险潮流精神，同时深度绑定品牌态度，抢占初夏饮品赛道。



05、内容营销策略

贯穿品牌理念

聚焦AMX，新一代，爱冒险，凭实力骄傲，做新一代冒险家的品牌理念。站内外宣推贯穿品牌理念搭配夏日潮流，打爆爱冒险夏日计划关键词。



04、场景营销策略

深度分析品牌定位核心人群

AMX品牌定位Z世代年轻人，夏日是冒险尝试新鲜事物的好时节，放大健康、精致、便利、颜值经济等关键词。打造露营、探险、等多元化潮流场景，促进核心人群消费。

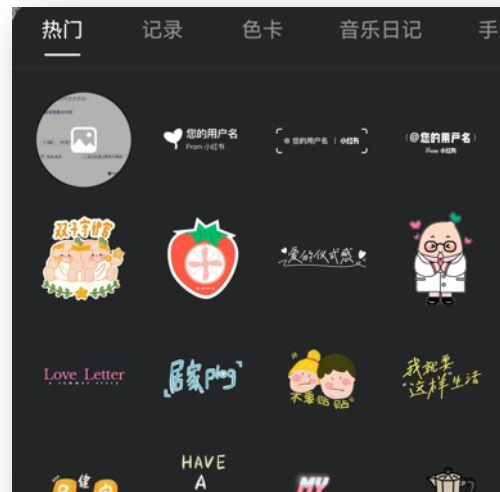
一条完整的IP链路，帮助品牌完成概念落地



基于产品概念
应运而生的IP活动



站内高热明星引领爱冒险潮流



潮流贴纸刺激活动UGC



活动H5惊喜盒子双重刺激品牌体验



大K内容合作抢占初夏赛道，开拓目标人群



产品回搜关联品牌概念



官方账号IP物料完整放送，延续活动热度

项目效果总览

站内外活动总曝光

4.5亿+

话题浏览量

5000万+



明星KOL参与人数

4万+人参与

9万+笔记产出

话题参与人数

25位明星

150位

+KOL

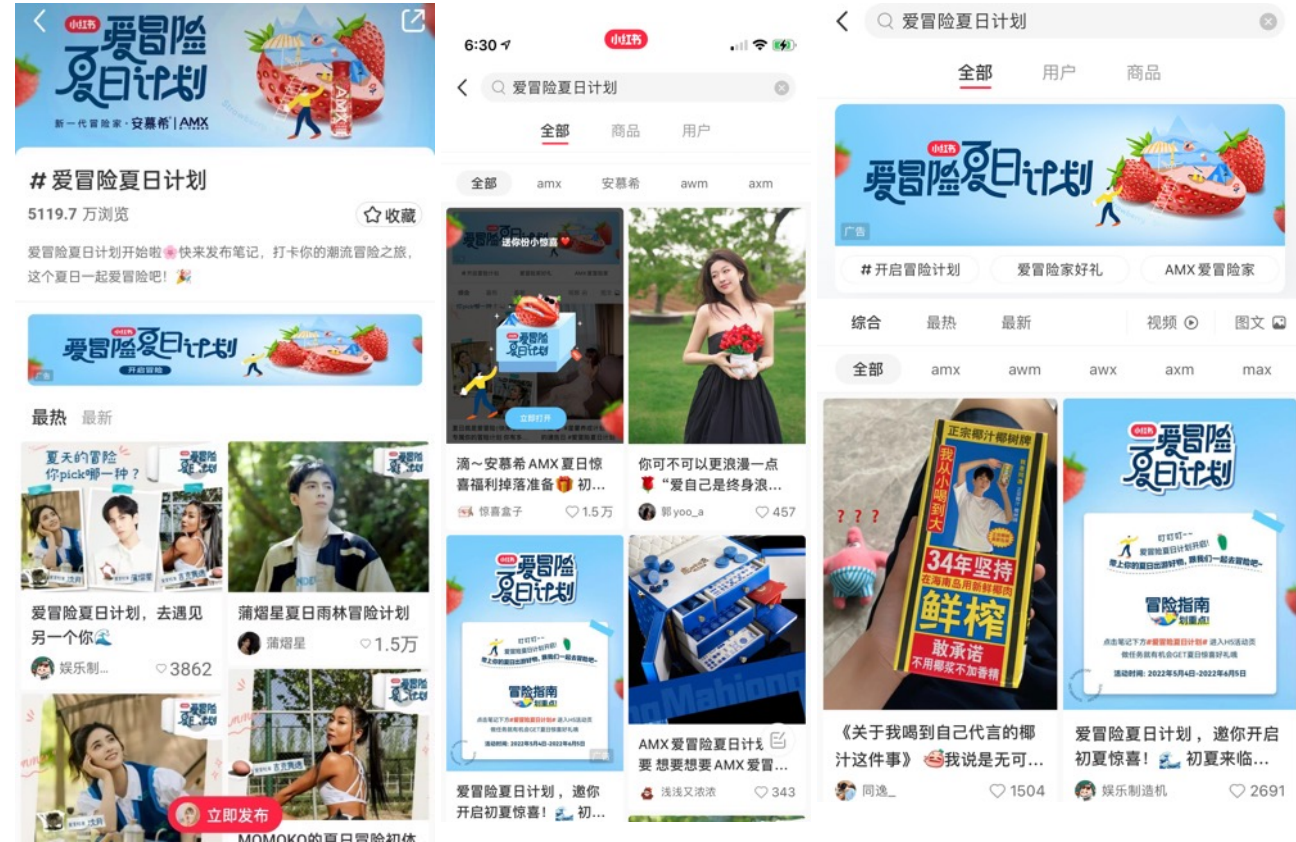
站内外活动总曝光4.5亿+



Three social media posts featuring influencers: 吉克隽逸 (Gike Junyi), 沈月 (Shen Yue), and 蒲熠星 (Pu Yixing). Each post includes a video player and engagement metrics like views and likes.

A 'Video Hot Ranking' (视频热榜) chart shows the top video: 蒲熠星雨林生存像说单口相声 (Pu Yixing Rain Forest Survival like Stand-up Comedy), with 856万热度 (8.56 million heat) and 528万观看 (5.28 million views).

话题浏览量5000万+

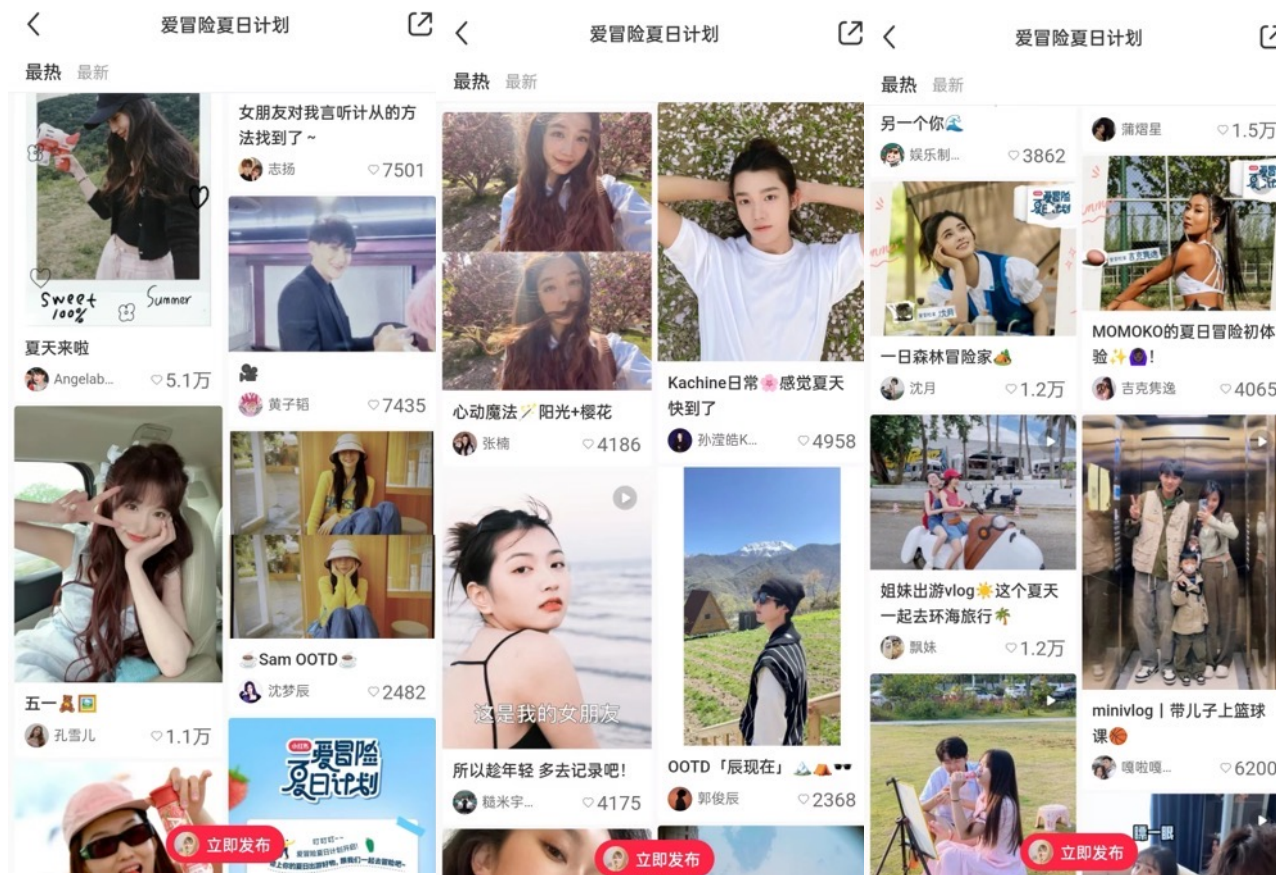


Two screenshots from Weibo showing search results for the topic '爱冒险夏日计划' (Love Adventure Summer Plan). The top screenshot shows the topic page with 5119.7万浏览 (51.197 million views) and a grid of related posts. The bottom screenshot shows a search results page with various posts, including one from 郭yoo_a (Guo Yoo-a) with 1.5万 (15,000) likes.

明星KOL共4万+人参与产出9万+笔记

25位明星150位+KOL参与话题

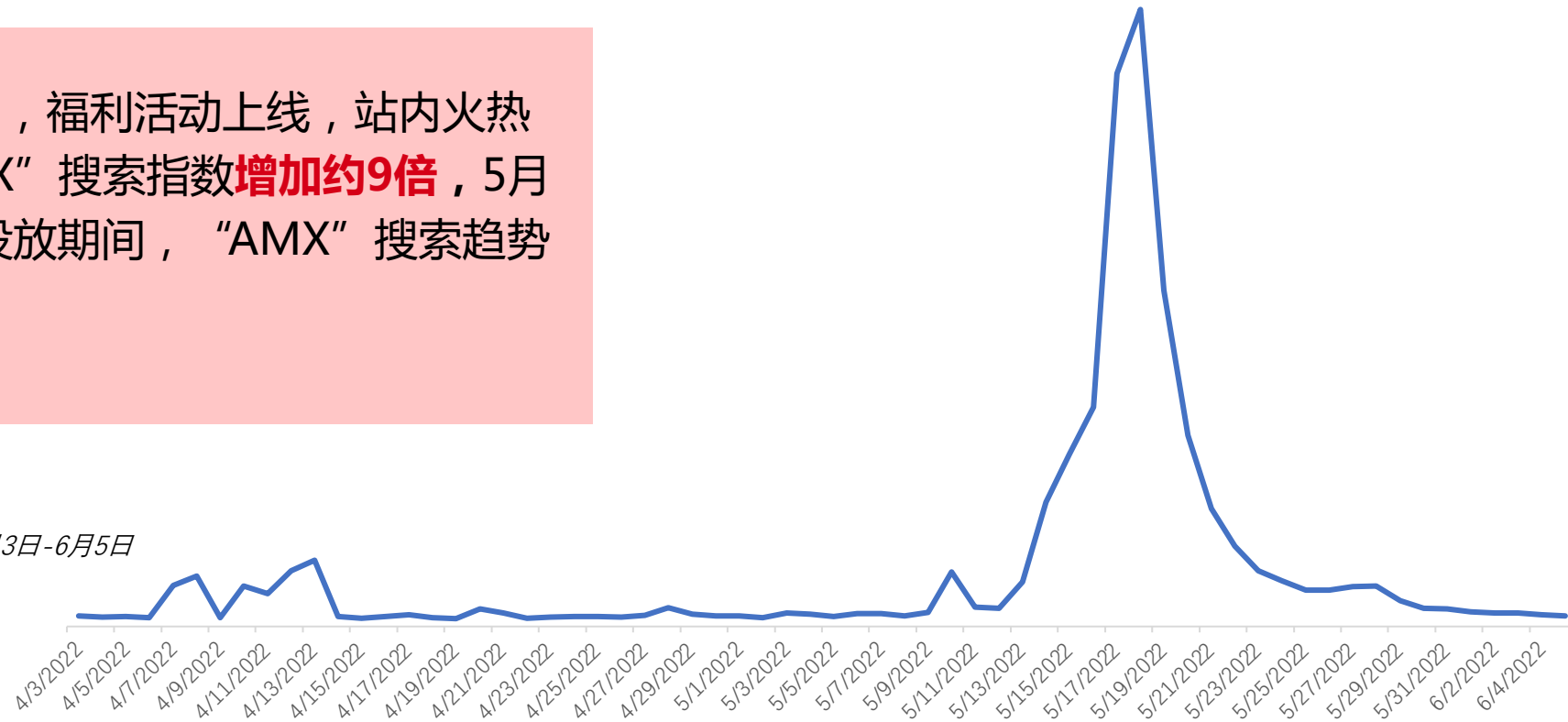
笔记



小红书站内热度提升 品牌搜索指数飙升

“AMX” 搜索指数趋势

5月10日-5月17日，福利活动上线，站内火热传播期间，“AMX”搜索指数**增加约9倍**，5月3日-6月5日整体投放期间，“AMX”搜索趋势实现**热度高峰**。

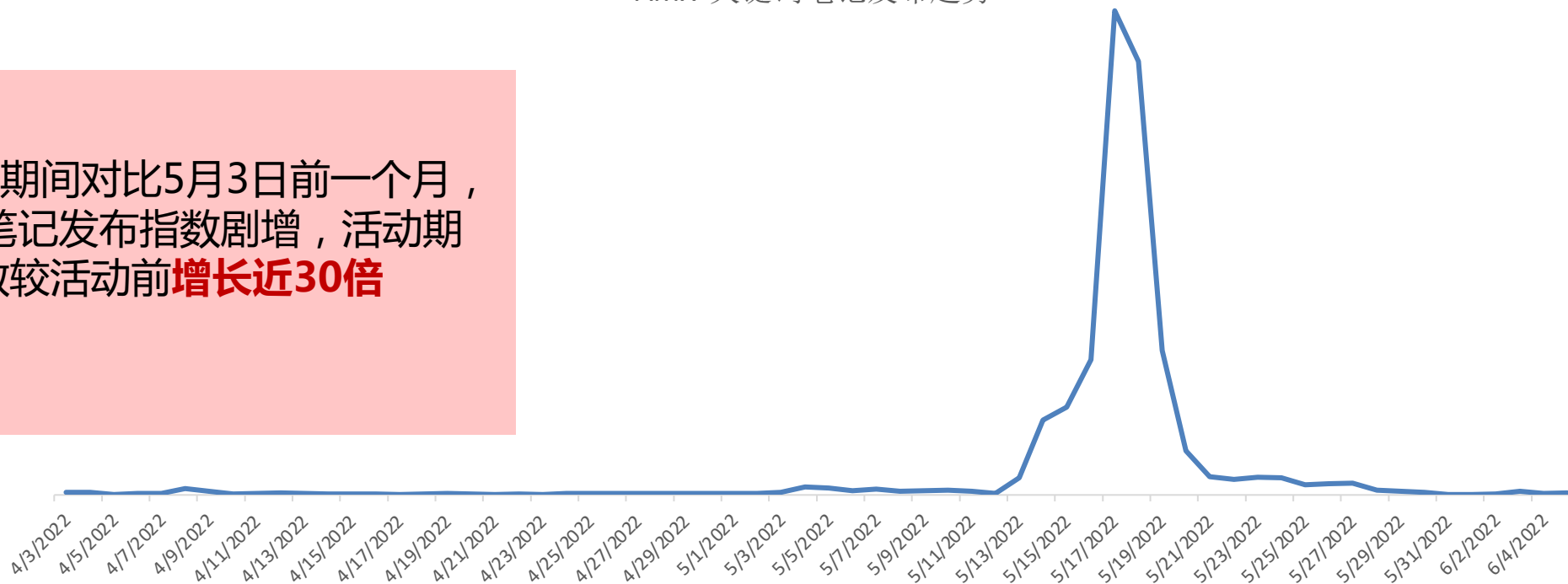


数据来源：“AMX”搜索指数，2022年4月3日-6月5日

讨论度提升 品牌相关笔记数量大幅上升

“AMX”关键词笔记发布趋势

5月3日-6月5日活动期间对比5月3日前一个月，“AMX”品牌相关笔记发布指数剧增，活动期间平均笔记发布指数较活动前**增长近30倍**



认知提升 “丹东草莓” 笔记热词中AMX品牌抢占用户心智

5月3日-6月5日投放期间，“丹东草莓”笔记热词排名中，“安慕希”关键词直升Top2，“AMX”位居第四，“安慕希丹东”成功进入Top9，AMX品牌已与丹东草莓形成强关联，占领用户心智



“丹东草莓”笔记热词词云
(5月3日-6月5日)

排名	笔记热词
1	丹东
2	安慕希
3	夏日
4	AMX
5	酸奶
6	草莓酸奶
7	水果
8	丹东草莓
9	安慕希丹东
10	小红书

“丹东草莓”笔记热词词云
(4月3日-5月2日)

排名	笔记热词
1	草莓
2	丹东草莓
3	丹东
4	拼夕夕
5	明星
6	农场
7	水果
8	小红书
9	酸奶
10	夏天

数据来源：“丹东草莓”笔记热词词云，2022年4月3日-6月5日

认知提升 “爱冒险” AMX建立强绑定

5月3日-6月5日投放期间，AMX品牌关键词成为“爱冒险”笔记热词排名**Top2 Top3**；用户搜索“AMX”前/后搜索的关键词中，**前10中7个均为AMX爱冒险夏日计划相关词**，“爱冒险”与AMX品牌心智强绑定

排名	笔记热词
1	夏日
2	今天
3	今日
4	老师
5	夏天
6	夹板
7	孩子
8	蓬松
9	tony老师
10	玉米须

“爱冒险”笔记热词词云 (4月3日-5月2日)

排名	笔记热词
1	夏日
2	AMX
3	安慕希
4	今天
5	夏天
6	小红书
7	麻将
8	朋友
9	今日
10	妈妈

“爱冒险”笔记热词词云 (5月3日-6月5日)

排名	上下游词
1	安慕希
2	味可滋
3	金典
4	qq星
5	AMX丹东草莓酸奶
6	AMX0蔗糖酸奶
7	amc
8	优酸乳
9	amaxy洗发水
10	amy

“AMX”上下游搜索关键词 (4月3日-5月2日)

排名	上下游词
1	AMX爱冒险夏日计划
2	安慕希
3	爱冒险夏日计划
4	AMX爱冒险
5	爱冒险
6	安慕希麻将
7	AMX夏日
8	AMX安慕希
9	夏日爱冒险计划
10	AMX爱冒险夏日

“AMX”上下游搜索关键词 (5月3日-6月5日)

站内资源强势引流助力曝光，扩大活动影响力



资源总曝光近6600w

站外热搜视频占据热榜高位，多家媒体报道



站外相关视频播放总量破1800w、相关话题阅读量接近7000w。财经频道、品牌中国、中华网、ZAKER等知名账号推荐

腾讯内容开放平台
玩法。同时,用户在浏览、分享活动页面与笔记的过程中,能够不断积攒个人任务积分,获取由安慕希AMX提供的丹东草莓酸奶、小蓝包、麻将礼盒、水果编织篮等多重好礼,最终形成的活动闭环,不仅刺激更多用户从围观路人成为自发种草官,也刺激更多潜在受众加速消费决策流程,为品牌实现有效的销量转化。

China.com 中华网
《品牌中国》：小红书携手安慕希AMX爱冒险 开启夏日挑战畅享潮流味道
发布时间：2022-05-31 点击量：6026

《品牌中国》：小红书携手安慕希AMX爱冒险 开启夏日挑战畅享潮流味道
发布时间：2022-05-31 点击量：6026

值得一提的是,除了对明星冒险家VLOG的内容布局外,一次户外出游的体验,或尝试在家制作一道美味的创意小食,都能够成为丰富精神世界、探索多元生活方式、发现下一个潮流可能的“冒险”。

当品牌态度具象化,“爱冒险”由概念转为小红书中一篇篇来自明星和真实用户的分享后,安慕希AMX丹东草莓酸奶也成功渗透年轻人的生活,塑造出“酸奶可以在更多场景饮用”的认知,用消费需求拉动销量扩容。除了健康美味的功能需求,“爱冒险”的态度共鸣,更从内在带动品牌与用户产生更深层的关系链条,驱动双重的消费决策动

入夏后,消费者对饮品的需求直线上升,而随着大众健康意识逐步提高,对于酸奶作为一种具有健康功能

站外相关视频播放总量破1800w、相关话题阅读量接近7000w。财经频道、品牌中国、中华网、ZAKER等知名账号推荐

于品牌来说,曾经在长视频综艺市场上,以成本、换流量的时代一去不返,如今即时结合热点趋势节奏紧凑的

《品牌中国》：小红书携手安慕希AMX爱冒险 开启夏日挑战畅享潮流味道

站外相关视频播放总量破1800w、相关话题阅读量接近7000w。财经频道、品牌中国、中华网、ZAKER等知名账号推荐

全渠道热度不断发酵，潜在用户转化为消费者促进购买



站内用户通过IP活动对品牌获得强感知，同时天猫搜安慕希跳转amx爱冒险夏日计划词条，整体活动效果激发用户购买欲，刺激消费者转化

蒲熠星的新商务是安慕希丹东草莓，买了觉得味道不错追了两单，刚下单我区就不让快递进小区，通通大门口自取.....很好，我要吭哧吭哧跨过整个小区搬酸奶了😂

