统一阿萨姆×墨迹天气
“好心情定制瓶”联合跨界营销

- **品牌名称：**统一中投
- **所属行业：**快消类
- **执行时间：**2022.05.25-08.31
- **参选类别：**跨界营销类

背景&目标

● 背景及挑战

不同的天气会有不一样的心情，统一阿萨姆希望从天气场景切入，关联消费者的心情，并以阿萨姆奶茶作为连接，塑造无论在什么样的天气场景下，拥有阿萨姆都会有好心情，在消费者心中强化“阿萨姆=好心情”的品牌联想。

● 传播目标

贴合不同节气与节气热点，通过各类不同的营销手段，在消费者心中强化“阿萨姆=好心情”的品牌联想。

● 人群洞察的发现

受众对于统一阿萨姆的定位，依然停留在奶茶饮品，关于产品传递的“好心情”品牌联想度不足，且品牌对于年轻人群的覆盖不够，需要针对年轻人群进行持续的品牌受众拉新与品牌联想传递

统一阿萨姆，不止是奶茶

不仅是饮品，更是传递好心情的媒介

加速品牌年轻化

与年轻人建立强关联

● 核心策略

借势节日与节气热点开启线上与线下合作，包括瓶身联名、公益活动、互动玩法等，通过多样化多渠道合作强化品牌曝光度和美誉度。

● 项目亮点

联名瓶身显互动

统一阿萨姆联合墨迹天气推出“好心情定制瓶”，瓶身以不同天气与心情文案组合为消费者带来好心情的积极引导。瓶身专属区域提供AR扫码功能，为线上“天气晴书”互动引流，带领消费者感受天气与“好心情”关联

关注高温助公益

立秋之际，统一阿萨姆与墨迹天气员工组成“好心情墨力团”，开启“遇见好心情，秋天的第一瓶奶茶”公益行活动。在北京城八区的大街小巷进行公益派送，为高温下高强度工作的人员送去奶茶，感谢他们支撑着这座城市在高温时节的正常运转

节日节气造热点

统一阿萨姆先后贴靠高考、端午、夏至、立秋、中秋等热点时节，在墨迹天气端内开启对应主题的用户互动内容、如高考运势、阿萨姆特调攻略、时景主题拍照活动等玩法，呼吁用户参与并了解统一阿萨姆的“好心情”主张

媒介&执行

● 创意执行

Step1 – 5月为高考学子打call

为考高学子打call，联合墨迹天气开启“高考运势”互动，以好运抽签的互动模式，鼓励高考学子以好心情面对未来

Step2 – 6月端午&夏至特调攻略

为用户提供阿萨姆的diy特调花样长图，并配合微博线上扩散增添话题热度。墨迹端内则开启时景专区主题活动，鼓励用户秀出自己的diy阿萨姆奶茶特调照片， 参与互动获得统一阿萨姆与墨迹天气提供的奖品

Step3 – 7月“天气晴书”上线

“天气晴书”小程序互动上线，配合墨迹天气广告资源以及线下联名定制屏为互动页面引流，互动根据用户选择生成“晴书卡片”用于分享，并提供随机抽奖增添互动乐趣

媒介&执行

● 创意执行

Step4－8月秋天的第一瓶奶茶

“秋天的第一瓶奶茶”主题上线，墨迹天气端内开启主题时景活动，呼吁用户上传与主题相关的照片赢取奖品，线下统一阿萨姆联合墨迹天气进行公益派发活动，树立品牌口碑与用户好感，传播品牌好心情主张

Step5－8月“好心情定制瓶”上线

4亿联名定制瓶上线，瓶身印制不同天气与好心情的文案组合，并提供AR扫描区域，为统一阿萨姆“天气晴书”互动引流

Step6－9月中秋主题活动

贴合中秋热点，强调阿萨姆奶茶与月饼的组合，并于墨迹天气端内上线时景主题活动，开启中秋话题，呼吁用户分享中秋生活

● 创意执行

Step1 – 5月为高考学子打call

参与全民高考话题，助力品牌形象年轻化

为考高学子打call，联合墨迹天气开启“高考运势”互动，以好运抽签的互动模式，鼓励高考学子以好心情面对未来；同时，时景活动推出《晒出我的“高考故事”》，鼓励用户发布与高考、学习有关的照片，为学子加油打call，为品牌活动赋予话题声量

金岗位第5个位置

首页

抽签运势文案

时景活动—晒出你的高考故事

● 创意执行

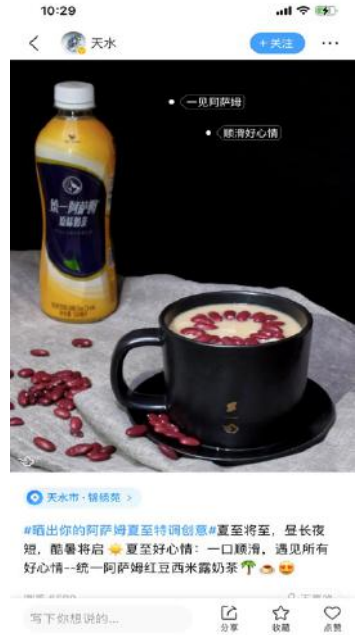
Step2 – 6月端午&夏至特调攻略

开启花式特调喝法，升级品牌趣味话题

统一阿萨姆联合墨迹天气发布端午奶茶特调攻略，传递更多阿萨姆奶茶的花式喝法，并在夏至于墨迹天气端内上线特调创意大赛，鼓励用户diy自己的夏至阿萨姆创意特调，获取品牌奖励

墨迹微博端午奶茶特调发布

特调攻略



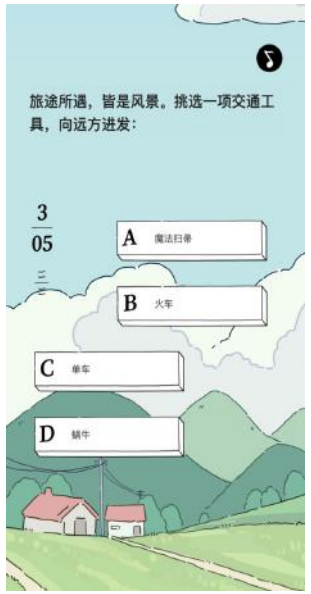
“晒出你的阿萨姆夏至特调创意”时景主题活动

● 创意执行

Step3- 7月“天气晴书”互动上线

清新互动吸引年轻人群参与，盲盒抽奖促进用户粘性提升

在统一小程序内植入以舒适自然的天气风格为主的天气晴书互动，为用户营造好心情的生活场景，最终生成心情卡片用于分享用户自己的心情，并植入盲盒抽奖玩法，提升活动参与度，通过天气晴书互动玩法，树立品牌清新自然的好心情的形象，拉近与年轻用户的距离



背景&目标

● 创意执行

Step4- 8月秋天的第一瓶奶茶

关天气变化「喝秋天第一杯奶茶」，行社会公益「敬高温下的劳动者」

“秋天的第一杯奶茶”活动上线，线上墨迹天气端内开启主题时景活动，呼吁用户分享秋天的生活，晒出阿萨姆奶茶，线下统一阿萨姆联合墨迹天气进行公益派发活动，树立品牌口碑与用户好感，传播品牌好心情主张

线上时景活动

线下公益行

背景&目标

● 创意执行

Step5- 8月“好心情定制瓶”上线

联名定制瓶传递好心情，AR扫瓶身赢品牌好礼

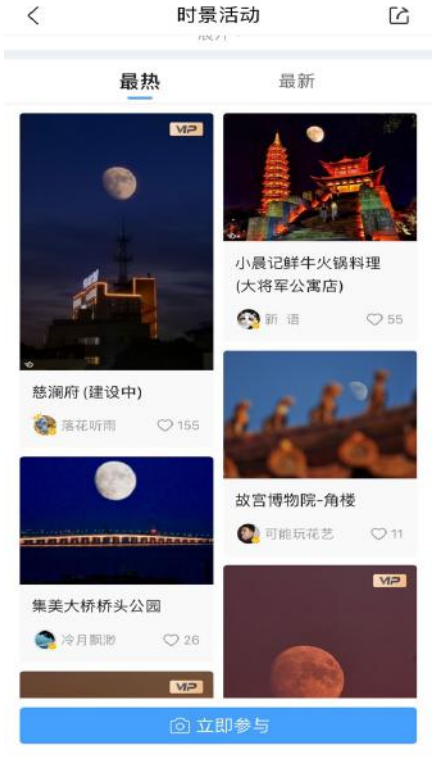
统一阿萨姆&墨迹天气4亿联名定制瓶上线，瓶身印制不同天气与好心情的文案，传递品牌好心情主张，并提供AR扫描区域，为统一阿萨姆“天气晴书”互动引流，打通线上-线下，提升品牌话题度的同时促进互动，提升用户好感度。

● 创意执行

Step6– 中秋主题时景活动

“奶茶配月饼，团圆好心情”，借势中秋热点拉近用户好感

贴靠中秋佳节热点，墨迹天气端内上线“奶茶配月饼，团圆好心情”时景主题活动，鼓励墨迹用户上传符合中秋主题的照片，并搭配阿萨姆奶茶与月饼的合影，记录此刻心情，赋予品牌关注团圆关注传统的美好形象，拉近用户对品牌的好感



效果&反馈

● 传播效果

本次项目合作，涉及广告曝光、公益活动、联名瓶身、线上互动等形式，贴合不同的节日与节气热点进行多样化的跨界合作，最终实现活动传播最大化，有效传递了“阿萨姆等于好心情”的品牌联想

项目传播
总曝光量

63亿+

时景活动
用户作品数

9000张+

统一小程序
引流人数

98万+