

有机生活 有我定义



刘亦菲
金典品牌代言人

伊利金典牛奶×零食很忙 迷你秀联合推广方案

好草原
孕育好有机奶





活动背景与目标

「 本次联动推广方案不只是一个迷你秀，
而是通过联动推广，全面提升新品曝光与产品感知，赋能终端，助力动销！ 」

强 曝 光

试 饮 吃

促 动 销

伊利金典牛奶
(高端乳品)



零食很忙
(零食集合店)

合作契机：

伊利金典牛奶（高端乳品）与零食很忙（零食集合店）联合打造健康+轻食场景，通过年轻化互动提升品牌渗透率！

核心目标：

活动期间双方门店销量提升，社交平台话题曝光量突破！



活动主题诠释 (品牌价值融合)

【迷你秀主题】“金典营养局，零食超有料！”



金典营养局

。品牌定位强化：

直指伊利金典牛奶「高端营养」的核心卖点，通过“营养局”构建权威感场景，暗示这是一场由金典主导的营养补给行动。

。年轻化语言重构：

将传统乳品营销中“健康”“品质”等概念转化为“局”（年轻人社交场景代名词），降低说教感，增强参与吸引力。

零食超有料

。品类价值外延：

呼应零食很忙「丰富性」「高性价比」的定位，“有料”既指零食本身的真材实料，亦暗喻活动中隐藏的消费惊喜（如联名套餐、盲盒玩法）。

。情感价值植入：

通过感叹句式传递兴奋感，打破传统零售促销的功利感，契合零食消费的“解压”“治愈”情绪需求。



活动主题诠释 (消费场景暗示)

金典 SATINE 有机生活节 SATINE LIFE

“营养+零食” 场景创新

将牛奶从早餐场景拓展至零食佐餐、深夜充电等多
元场景（追剧能量盒、热牛奶夜宵等）。

“喝牛奶不再是任务，而是享受零食的完美搭档”

THEME



公众号：营销星球

方案互授请加微信：@juzhang05



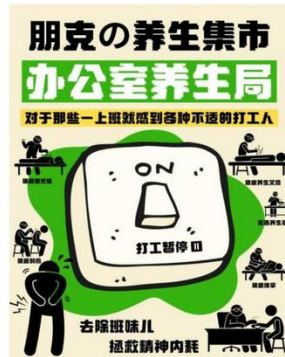
活动主题诠释 (消费场景暗示)

社交货币属性

主题中“局”字自带社交传播基因，为后续#办公室营养局# #追剧搭子大赛#等UGC话题埋线。

推动消费者自发分享搭配创意!

THEME





推广核心动作

伊利金典牛奶×零食很忙 推广动作

联合推广阶段，全面提升新品曝光与产品感知

赋能终端，助力动销

深度挖掘产品力及场景感知，三大抓手助力生意达成

强曝光

代言人IP形象赋能，终端形象焕新
新品全面曝光，强化产品力。

试饮吃

精准覆盖更多目标人群，提供新品
试饮试吃，增强消费者体验。

促动销

持续推动传统线下消费者营销，多
重活动结合，促进销售转化。



强曝光策略 (线上预热)

金典 SATINE 有机生活节



双微一抖联动

发起#零食牛奶CP挑战赛
用户上传创意吃播/搭配视频



KOL矩阵

邀请美食垂类达人
拍摄“办公室/野餐营养搭档”种草视频



联名H5互动

生成专属营养报告
赢取联名礼包



强曝光策略 (线下引爆)

线下氛围：定制货架（金典牛奶+推荐零食组合陈列）、地贴引导

物料终端渠道输出 | 强化产品曝光，提振品牌音量





强曝光策略 (线下引爆)

金典 SATINE 有机生活节 SATINE LIFE

日常美颜贴设计



注：大区可自行创意贴合本地特色的文案



试饮吃策略



创意试饮台

设置自助试饮机

(扫码关注即可获取金典牛奶mini杯+零食试吃包)



场景化体验区

早餐台：现调牛奶燕麦杯（搭配坚果零食）

夜宵台：热牛奶+曲奇饼干深夜加油站



试饮员互动

邀请金典“牛奶骑士”coser派发试饮

(每日前100名赠联名徽章)



促销策略



限时特惠

购买金典牛奶整箱
送零食很忙20元抵用券（可叠加满减）



组合套餐

追剧能量盒：金典牛奶*6盒+爆米花/薯片组合（立减15元）
早餐CP组：牛奶12盒+每日坚果3袋（赠定制早餐杯）



会员专享

零食很忙会员积分兑换金典mini装
(1积分=1ml牛奶)



迷你秀：互动形式1



牛奶盒叠叠乐

【规则设计】

参与门槛：现场购买/试饮任意金典牛奶产品即可获得3次挑战机会

操作流程：

参赛者使用250ml金典空盒（提前消毒）在1.5m×1.5m平台堆叠，限时30秒，单手操作（另一只手需举品牌应援手牌拍照）

成功标准：

基础奖：叠至6层且维持3秒不倒 → 赠联名贴纸

进阶奖：叠至10层 → 赠联名帆布袋（印有“叠叠乐王者”字样）

品牌植入：

空盒侧面印刷「每天一杯，稳稳幸福」标语

失败者可获安慰奖：mini装牛奶+5元零食券（需扫码关注双品牌官微）



迷你秀：互动形式2

看Emoji猜牛奶

9月19日 | 表情符号诞生日



Emoji 猜牛奶

【规则设计】

参与门槛：

零门槛引流：扫码关注「伊利金典」或「零食很忙」公众号即可获得1次基础挑战机会

题目类型与题库示例

📌 题目结构：3组Emoji表情+文字提示，难度阶梯式上升

🔑 第一关：单品猜猜乐（品牌产品相关）

• 题目：🐄🥛 + "3个字，金典牛奶的核心优势"

→ 答案：有机奶（答对赠mini装牛奶）

• 题目：❤️🍪🍫 + "4个字，零食很忙爆款品类"

→ 答案：坚果巧克力（答对赠5元零食券）

🔑 第二关：场景猜猜乐（消费场景联想）

• 题目：📺📺📺 + "猜一个联名套餐"

→ 答案：追剧能量盒（答对抽奖联名周边）

• 题目：🥛🥛🥛 + "金典广告语"

→ 答案：每天一杯，强韧每一天（答对赠早餐杯）

🔑 第三关：脑洞猜猜乐（趣味UGC反向玩法）

• 题目：用户自创Emoji组合（如👤+🔥+🥛=热牛奶解压）

→ 点赞最高者得「创意营养师」称号，赠全年牛奶券

胜负机制

计时规则：20秒/题，超时自动跳转

进阶奖励：

✓ 连对3题 → 解锁「营养特工」身份，享联名商品8折

✓ 5题全对 → 抽隐藏款「牛奶零食CP年卡」（每月配送1箱牛奶+1盒零食）

✗ 失败安慰：赠Emoji谜题库（含品牌宣传页+门店导航二维码）



迷你秀：互动形式3



营养投喂大作战

【规则设计】

参与门槛：

免费参与：关注双品牌公众号可获2次投掷机会（引流基础用户）

消费激励：每购买1件联名套餐，追加3次机会（刺激即时消费）

命中区域	奖励机制（示例）	品牌植入设计
□ 金典营养区	金典梦幻盖250ml×2盒 + 联名贴纸	牛奶盒印「3.8g优质蛋白，精准投喂你的健康」
■ 零食能量区	零食满30-10券 + 试吃包	券面提示「搭配金典牛奶解锁免运费」
？ 惊喜盲盒区	触发以下随机一种： 隐藏款牛奶年卡（每月配送1箱） 零食大礼包（含限定款“牛奶泡椒凤爪”）	盲盒外包装印双方IP联名漫画
△□ 加油区	金典mini装50ml + 品牌宣传册	宣传册标题「这一包没中？下一包更营养！」



迷你秀：赠品推荐



大容量保温杯



解压摆件



保鲜便当饭盒



便携餐具



可爱马克杯



抗菌吸水毛巾



办公室抱枕



创意帆布袋



执行保障

执行公司

- 人员招募、培训
- 物料准备
- 场地迈进

- 活动把控、监督
- 活动相关文件 反馈

- 结案相关文件反馈
- 物料返回

活动开始前期

活动执行中期

活动结束后期

金典 客户

- 配合活动前期宣传
- 物料准备
- 提供场地名单

- 协调场地
- 配合解决活动中现场问题

- 结案相关文件签字、盖章
- 提供结案相关票据

标准消费者接触步骤

观察



看到目标消费群

迎接



主动迎向目标消费者

招呼



标准用语：“您好，金典的有机奶脂肪颗粒更细腻，口感清甜不挂喉，搭配零食不怕腻，快来试试吧！”

赠饮



主动把金典赠饮品递给消费者

介绍



在赠饮的同时做产品介绍，鼓励消费者提问，增加与消费者的互动

促销



介绍促销信息，引导消费者购买

致谢



不论顾客是否购买或是否接收赠饮，离开时，都微笑致谢再会



场景化推荐话术

1. 早餐场景（搭配零食很忙坚果包）

“早上时间紧张？带上一瓶金典梦幻盖，搭配零食很忙的每日坚果，3秒搞定营养早餐！3.8g乳蛋白+4种坚果膳食纤维，扛饿到中午不心慌~”

互动技巧：递上试饮杯+坚果试吃包，引导体验“一口牛奶一口坚果”的醇香口感。

2. 追剧/加班场景（搭配零食很忙膨化食品）

“薯片辣条太上火？金典牛奶来中和！我们的乳铁蛋白能帮助缓解零食刺激，配上这包芝士玉米片，就像给胃贴了层保护膜~”

数据支撑：指向KT板上的“营养公式”——“1盒牛奶=抵消2包辣条燥热值”（趣味化表述）。

3. 礼品场景（整箱销售）

“现在买金典牛奶整箱装，送零食能量券+定制保温袋！牛奶送家人，零食券留给自己，全家健康又宠自己，这才是聪明消费~”

促销钩子：强调“扫码登记免费代写贺卡”，提升礼品附加值。

消费者类型针对性话术

消费者类型	痛点	对应话术
年轻女性	怕胖、追求口感	“金典的有机奶脂肪颗粒更细腻，口感清甜不挂喉，搭配零食不怕腻！”
家庭主妇	关注孩子营养与安全性	“我们的牧场连奶牛饲料都通过有机认证，孩子长身体喝得安心，现在买还送奥特曼联名贴纸~”
健身人群	需快速补充蛋白质	“健身后来一瓶，3.8g蛋白相当于1个鸡蛋清，好吸收不胀肚！”

消费者类型针对性话术

消费者类型	痛点	对应话术
年轻女性	怕胖、追求口感	“金典的有机奶脂肪颗粒更细腻，口感清甜不挂喉，搭配零食不怕腻！”
家庭主妇	关注孩子营养与安全性	“我们的牧场连奶牛饲料都通过有机认证，孩子长身体喝得安心，现在买还送奥特曼联名贴纸~”
健身人群	需快速补充蛋白质	“健身后来一瓶，3.8g蛋白相当于1个鸡蛋清，好吸收不胀肚！”

场景化推荐话术

1. 早餐场景（搭配零食很忙坚果包）

“早上时间紧张？带上一瓶金典梦幻盖，搭配零食很忙的每日坚果，3秒搞定营养早餐！3.8g乳蛋白+4种坚果膳食纤维，扛饿到中午不心慌~”

互动技巧：递上试饮杯+坚果试吃包，引导体验“一口牛奶一口坚果”的醇香口感。

2. 追剧/加班场景（搭配零食很忙膨化食品）

“薯片辣条太上火？金典牛奶来中和！我们的乳铁蛋白能帮助缓解零食刺激，配上这包芝士玉米片，就像给胃贴了层保护膜~”

数据支撑：指向KT板上的“营养公式”——“1盒牛奶=抵消2包辣条燥热值”（趣味化表述）。

3. 礼品场景（整箱销售）

“现在买金典牛奶整箱装，送零食能量券+定制保温袋！牛奶送家人，零食券留给自己，全家健康又宠自己，这才是聪明消费~”

促销钩子：强调“扫码登记免费代写贺卡”，提升礼品附加值。

标准消费者接触步骤

观察	➡	看到目标消费群
迎接	➡	主动迎向目标消费者
招呼	➡	标准用语：“您好，金典的有机奶脂肪颗粒更细腻，口感清甜不挂喉，搭配零食不怕腻，快来试试吧！”
赠饮	➡	主动把金典赠饮品递给消费者
介绍	➡	在赠饮的同时做产品介绍，鼓励消费者提问，增加与消费者的互动
促销	➡	介绍促销信息，引导消费者购买
致谢	➡	不论顾客是否购买或是否接收赠饮，离开时，都微笑致谢再会

迷你秀：互动形式3



营养投喂大作战

【规则设计】

参与门槛：

免费参与：关注双品牌公众号可获2次投掷机会（引流基础用户）

消费激励：每购买1件联名套餐，追加3次机会（刺激即时消费）

命中区域	奖励机制（示例）	品牌植入设计
□ 金典营养区	金典梦幻盖250ml×2盒 + 联名贴纸	牛奶盒印「3.8g优质蛋白，精准投喂你的健康」
🍷 零食能量区	零食满30-10券 + 试吃包	券面提示「搭配金典牛奶解锁免运费」
？ 惊喜盲盒区	触发以下随机一种：	盲盒外包装印双方IP联名漫画
	隐藏款牛奶年卡（每月配送1箱）	
	零食大礼包（含限定款“牛奶泡椒凤爪”）	
△□ 加油区	金典mini装50ml + 品牌宣传册	宣传册标题「这一包没中？下一包更营养！」



迷你秀：互动形式2

看Emoji猜牛奶

9月19日 | 表情符号誕生日



Emoji 猜牛奶

【规则设计】

参与门槛：

零门槛引流：扫码关注「伊利金典」或「零食很忙」公众号即可获得1次基础挑战机会

题目类型与题库示例

📌 题目结构：3组Emoji表情+文字提示，难度阶梯式上升

📌 第一关：单品猜猜乐（品牌产品相关）

• 题目：🐄 🥛 🏆 + "3个字，金典牛奶的核心优势"

→ 答案：有机奶（答对赠mini装牛奶）

• 题目：❤️ 🍫 🍪 + "4个字，零食很忙爆款品类"

→ 答案：坚果巧克力（答对赠5元零食券）

📌 第二关：场景猜猜乐（消费场景联想）

• 题目：📺 🍷 🌙 + "猜一个联名套餐"

→ 答案：追剧能量盒（答对抽奖联名周边）

• 题目：👤 🗣️ 📢 📢 + "金典广告语"

→ 答案：每天一杯，强韧每一天（答对赠早餐杯）

📌 第三关：脑洞猜猜乐（趣味UGC反向玩法）

• 题目：用户自创Emoji组合（如👤+🔥+🥛=热牛奶解压）

→ 点赞最高者得「创意营养师」称号，赠全年牛奶券

胜负机制

计时规则：20秒/题，超时自动跳转

进阶奖励：

✓ 连对3题 → 解锁「营养特工」身份，享联名商品8折

✓ 5题全对 → 抽隐藏款「牛奶零食CP年卡」（每月配送1箱牛奶+1盒零食）

✗ 失败安慰：赠Emoji谜题卡（含品牌宣传页+门店导航二维码）

有机生活
有我定义



刘亦
金典品牌

伊利金典牛奶×零食很忙
迷你秀联合推广方案

THANKS

好草原
孕育好有机奶

