



Ole'

小购物篮里的永续蓝

——Ole'精品超市永续餐桌ESG营销

项目背景

Olé精品超市是央企龙头华润万家旗下的高端品牌，始终秉持“永续生活方式”的品牌理念，并常年借助绿色扶贫、有机助农等活动推广永续新品，然而这些活动及扶贫产品并没让消费者感知到永续的品牌理念，及影响他们的购买行为，ESG营销变成了企业的自嗨

BACKGROUND

面对未来的ESG营销，Olé该何去何从？

面临挑战

“如何让Olé永续的品牌理念
被消费者感知并有效认同？”

核心洞察

我们发现：

生活小事情，才有群众大参与

1) 公益场景——贴近小生活的公益，更多人参与

消费者并不关心遥远宏大的绿色扶贫、有机助农，他们更关心光盘行动、关灯1小时、无塑前行等融入生活的行动

2) 超市场景——生活里的三餐小事，参与频次最高

在Olé精品超市里，70%的消费者都购置生鲜类产品，沉浸在一日餐桌的生活中

INSIGHT

核心策略



核心优势

是消费者购买一日三餐的重要渠道和场景，其门店和商品是最能近距离体验永续生活的载体

作为渠道商，依托全球供应资源，拥有众多优质的品牌合作伙伴

与用户关系更亲密，一直在开展各类主题会员课堂

利用Olé优势，把 **“我”** 的永续行动与 **“你”** 的生活连接，转变成

“我们” 可感知的小日子

将 **“永续”** 议题变成大众日常更可感、可参与的生活小事

核心策略

体系化触达，合力打造“我们”的永续餐桌

——把Olé的永续行动与消费者、品牌伙伴有机整合，三维一体



1 家低碳实验店启幕，打造「可逛」的购物体验场景

以低碳的日常消费场景，把永续生活方式带到消费者身边



全年减碳80吨的节电系统

1000+可持续商品任选

可回收的包装和购物篮

冷链、照明持续减碳管理

1 次海产品上新，打造从源头到餐桌的「可吃」永续

联合MSC海洋管理委员会发布14款Olé Original自有品牌新品



Marine
Stewardship
Council

MSC蓝色生态标签



构建从海洋到餐桌
可追溯的产品供应链



1 系列ESG活动推广，打造「可玩」永续体验活动

联合众多品牌伙伴，持续带来特色主题消费者体验活动

旧物Remake手工坊 公益买赠
剩食改造 绿色骑行
溯源之旅 永续料理厨房
可降解餐具实验 永续名人沙龙
.....



创意执行

“三日” 打造永续餐桌习惯

社会责任日

#有担当的蓝朋友

Olé x 36氪

世界海洋日

#与海洋约定未来

Olé x 绿色伙伴

全国低碳日

#做海洋的朋友

Olé x MSC协会

社会责任日 #有担当的蓝朋友

低碳实验店开业，邀约全国会员共同体验永续城市骑行

Ole'
supermarket

永续生活的N种选择

- 华润万家Ole'低碳实验店 -



同时，联合36氪和40家品牌蓝V共同呼吁永续发展未来

FOR NATURE TO FUTURE

部分合作蓝V示意

 帮你投	 蜻蜓FM	 贝锐	 超威集团	 中粮	 鱼跃医疗	 薇诺娜
 SGS通标	 卫龙	 苏泊尔	 美的楼宇科技	 一嗨租车	 孩子王	 凤球唛调味品

微博 x 36Kr

有担当的蓝朋友

5月20日社会责任日

微博运营#有担当的蓝朋友#+#ESG责任行#双话题上线
微博联动40+蓝V企业共同发声，46个官方矩阵大账号传播助阵
以丰富话题吸引用户参与，充盈UGC内容
最大程度挖掘粉丝价值，助力企业布局微博
打造ESG社交营销名片，聚焦ESG核心价值，激发ESG传播效能
共建ESG生态体系，共创可持续发展未来

#有担当的蓝朋友#

7110.1万次	3902次	170人
话题阅读量	讨论次数	原创人数

世界海洋日 #与海洋约定未来

通过36氪专访，承诺未来70%海产品销售额源于永续认证产品

“



未来目标是实现自有品牌系列中MSC认证的产品占海产品年销售额的70%，并持续引进与打造面向全世界可持续渔业标准的海产品，鼓励渔业向可持续的美好未来发展。

”

@海洋管理委员会MSC

服务前5%消费者，这家超市一年卖了70亿 | 硬氪专访

原创 韦雯 硬氪 2023-08-31 09:01

发表于广东 5人听过



联合绿色伙伴发起海洋保护活动，并以买赠形式卷入消费者永续尝试

联合绿色伙伴发布海洋保护公益活动
活动期间销售额1-3%捐赠一个地球自然基金会



全国低碳日 #做海洋的朋友

联合MSC协会和各国代表举行发布会，上新永续海产品并推出灵感食谱

新品发布品鉴会

灵感食谱



两次冲上上海区域热搜话题

联动门店专区和会员课堂打造话题，共同推广永续生活方式

亲子海洋科普会员课堂



全国门店专区推广



300+达人、100+媒体探店 “三日”全程陪伴，传播永续生活理念

以更贴近日常生活的场景，触达更多兴趣人群

更多免费方案资料加微信：jychq02



执行效果

总曝光量

5.2亿

环保商品订单上升

30%

总互动量

772万

永续行业奖项

5项

超额完成品牌方预期目标400%



Ole'

THANK

ORGANIC
SUPERIOR

SUPERIOR
TOMATO

Tomatoes are called the supernatural fruit among vegetables. They taste good and sweet. The vitamins in tomatoes are 2-4 times than in apples, pears, bananas, grapes, which can help to clear away heat and toxic materials and so on.