



2025 Darlie Tea Care Digital Campaign Plan

July 2025



第一轮提案客户的反馈意见

- 希望直接强调茶多酚的天然健齿功效，避免牙齿和口腔问题的沟通。
- 呼应IMC idea “找到茶多酚，找到大自然健齿之道”。
- 找寻茶多酚的互动体验，要更有趣和创新。



CEATIVE IDEA

Consumer Insight

- 他们生活在繁忙紧张的都市，渴望轻松惬意的自然环境。
- 追求自然健康的生活方式，天然的保养和呵护。
- 希望打破陈规，对新鲜事物嗅觉灵敏。



Our Thoughts



创意概念如何建立与消费者的连接？



消费者熟悉和追捧的流行

如何让消费者感受大自然的环境氛围？



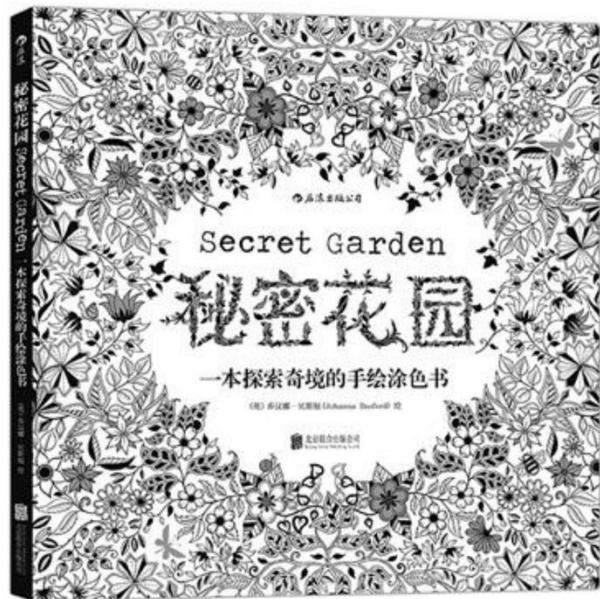
本身即是以自然为背景

如何增强互动的吸引力和趣味性？



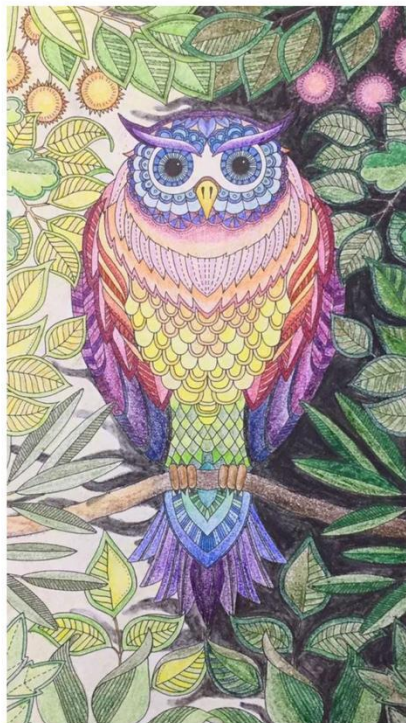
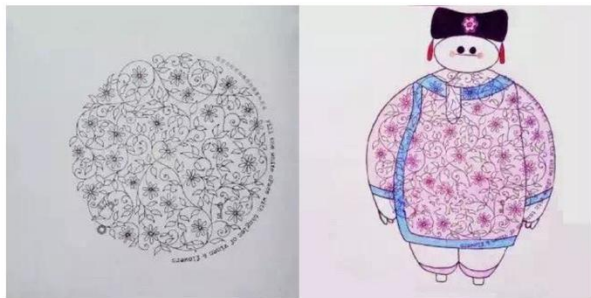
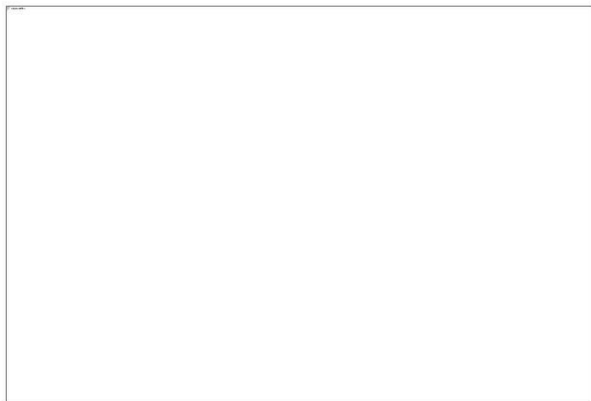
具有探索性和神秘感，满足好奇心





《秘密花园》——风靡全球的手绘涂色书。用手绘涂色探索自然奇境





Idea



源自天然茶叶的茶多酚，究竟有何神奇？

走进秘密茶园，发现茶多酚，就能探寻大自然的健齿奥秘

黑人茶倍健蕴含茶多酚，对牙齿有多重健齿功效，是来自大自然的健齿之道



创意沟通重点

秘密茶园，探寻茶多酚的天然奥秘

找寻茶多酚精灵
沟通茶多酚源自大自然

- 引导消费者寻找秘密茶园中的茶多酚，通过强调茶多酚的来源，和大自然的氛围渲染，突出茶多酚的天然属性。

发现茶多酚奥秘
沟通茶多酚的健齿功效

- 以视频/动画，展示茶多酚对牙齿带来天然呵护的种种好处，强调大自然的健齿之道！



互动传播平台

秘密茶园，探寻茶多酚的天然奥秘

PC Campaign Site

- 消费者参与互动体验，详细沟通产品卖点（茶多酚的天然健齿之道）
- 引导前往电商平台购买
- PC端广告曝光引流参与活动

Wechat H5 Site

- 简单的互动体验，了解产品卖点（茶多酚的天然健齿之道）
- 引发网友主动分享
- 微信公众号及朋友圈传播引流参与

Social Activity

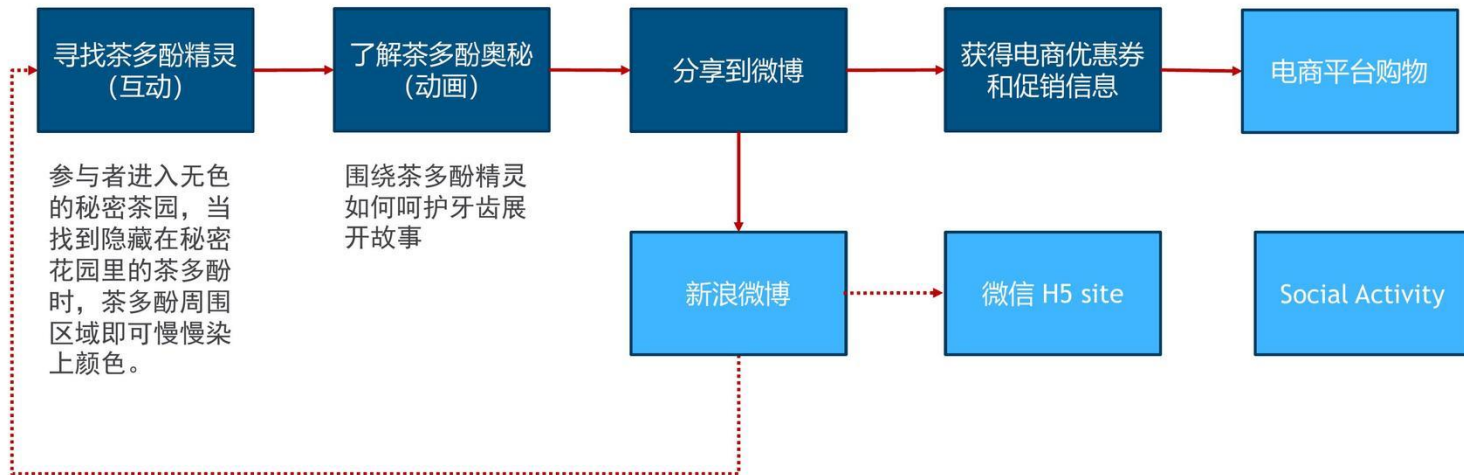
- 通过社交平台发动网友参与创作和扩散传播
- 沟通产品卖点（含有天然茶多酚）
- 创造话题，提升品牌声量和能见度



PC CAMPAIGN SITE

PC site

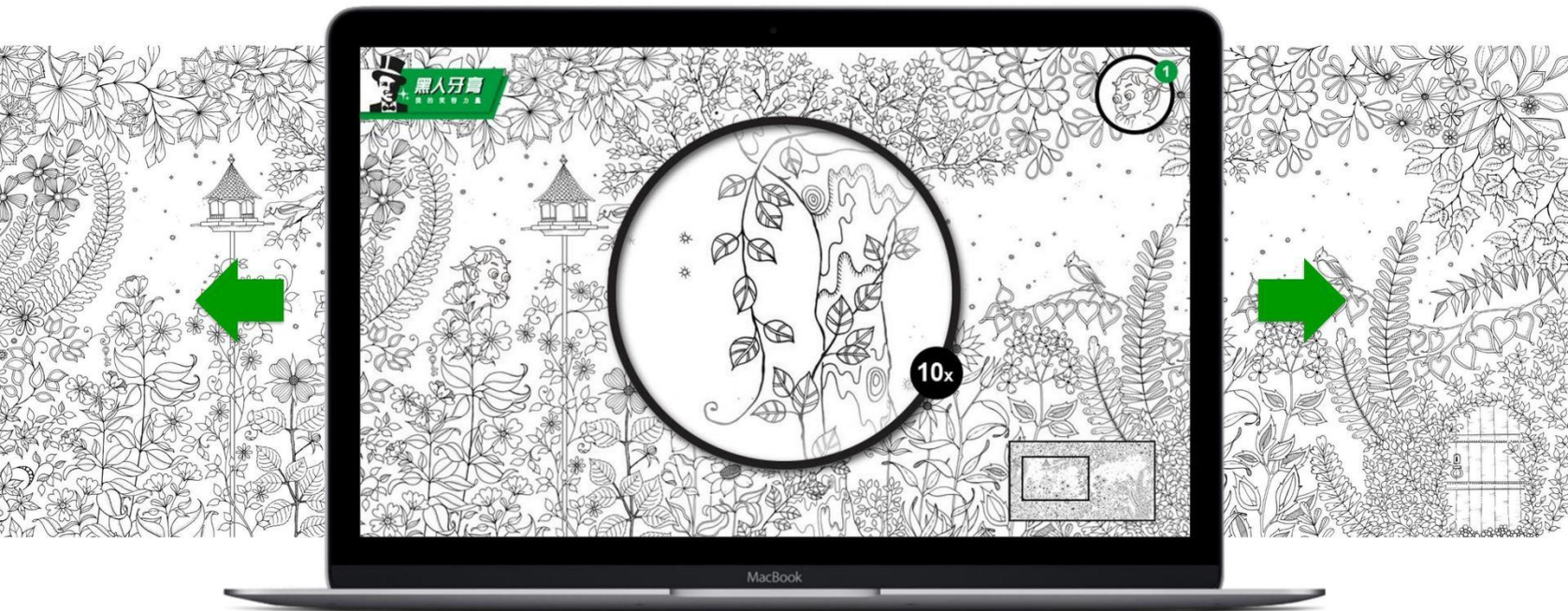
秘密茶园，探寻茶多酚的天然奥秘



Home page



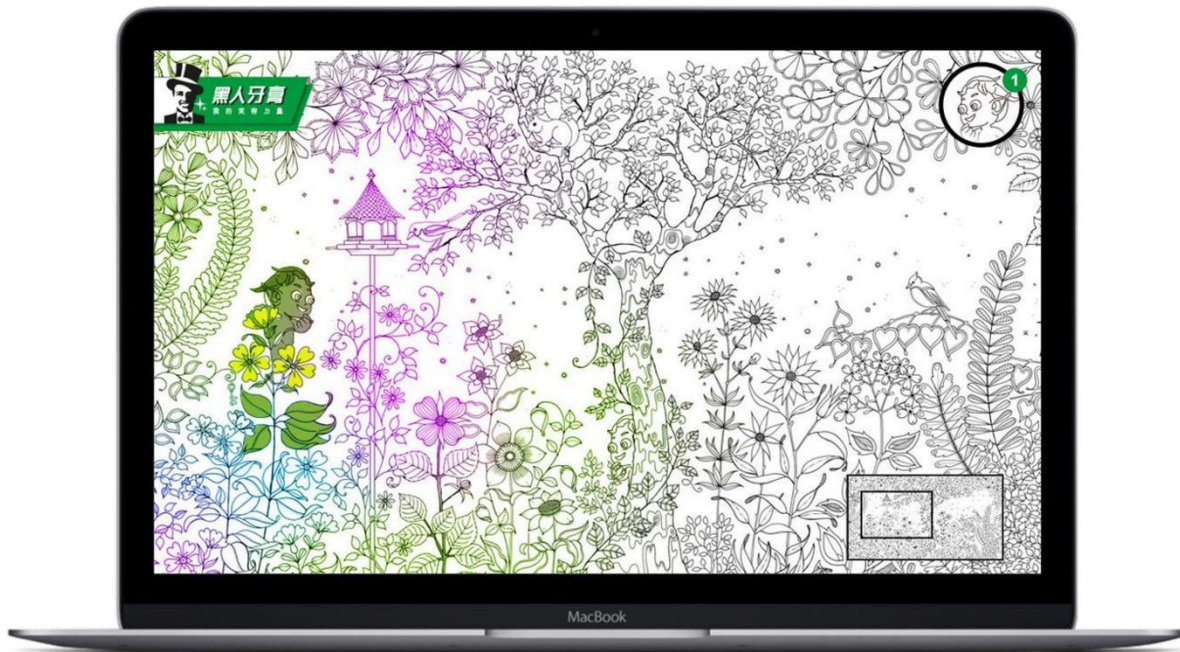
找寻茶多酚精灵



茶多酚精灵会躲藏在不同的地方， 用户需往左右去寻找



找到茶多酚精灵



进入秘密茶园，发现小精灵，小精灵周围的区域一点点染回颜色，并且出现一段小视频，告知参与者一个有关茶多酚的奥秘。



发现茶多酚的奥秘



观看奥秘动画



发现精灵后，奥秘视频出现



观看奥秘动画



发现精灵后，奥秘视频出现



奥秘动画结束，产品出现，分享奥秘赢奖品



分享页



奖品建议



找齐四个，有机会获得
德国辉柏嘉椰木盒72色水溶彩色铅笔
艺术家级彩铅 2260元



一号店或其他电商平台
折扣券/代金券 金额待定



Banner1-茶多酚奥秘篇



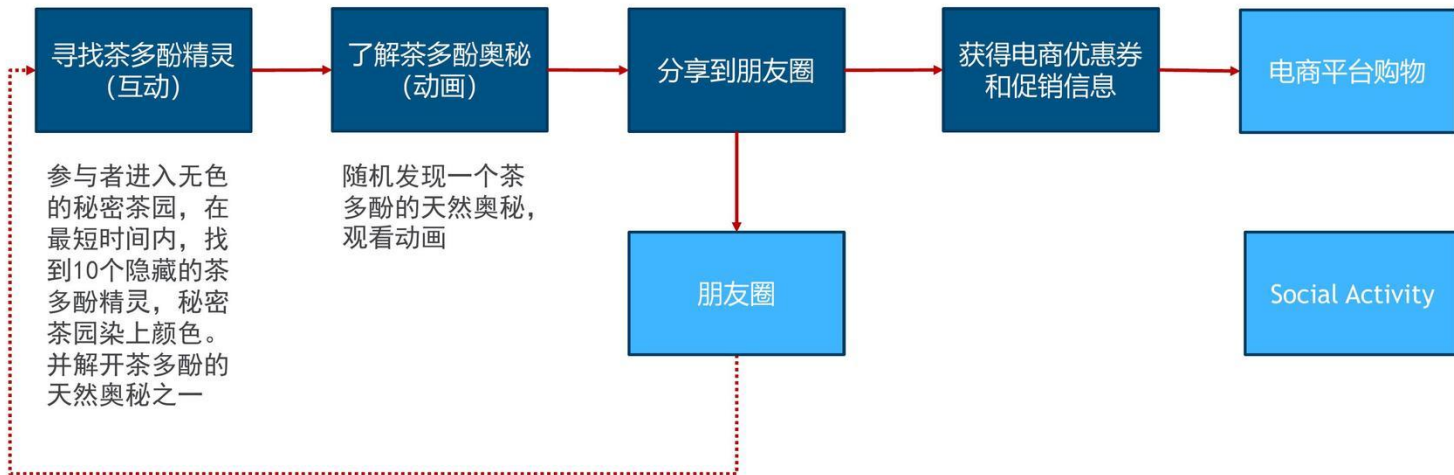
Banner2-秘密茶园篇



WECHAT H5 SITE

H5 site

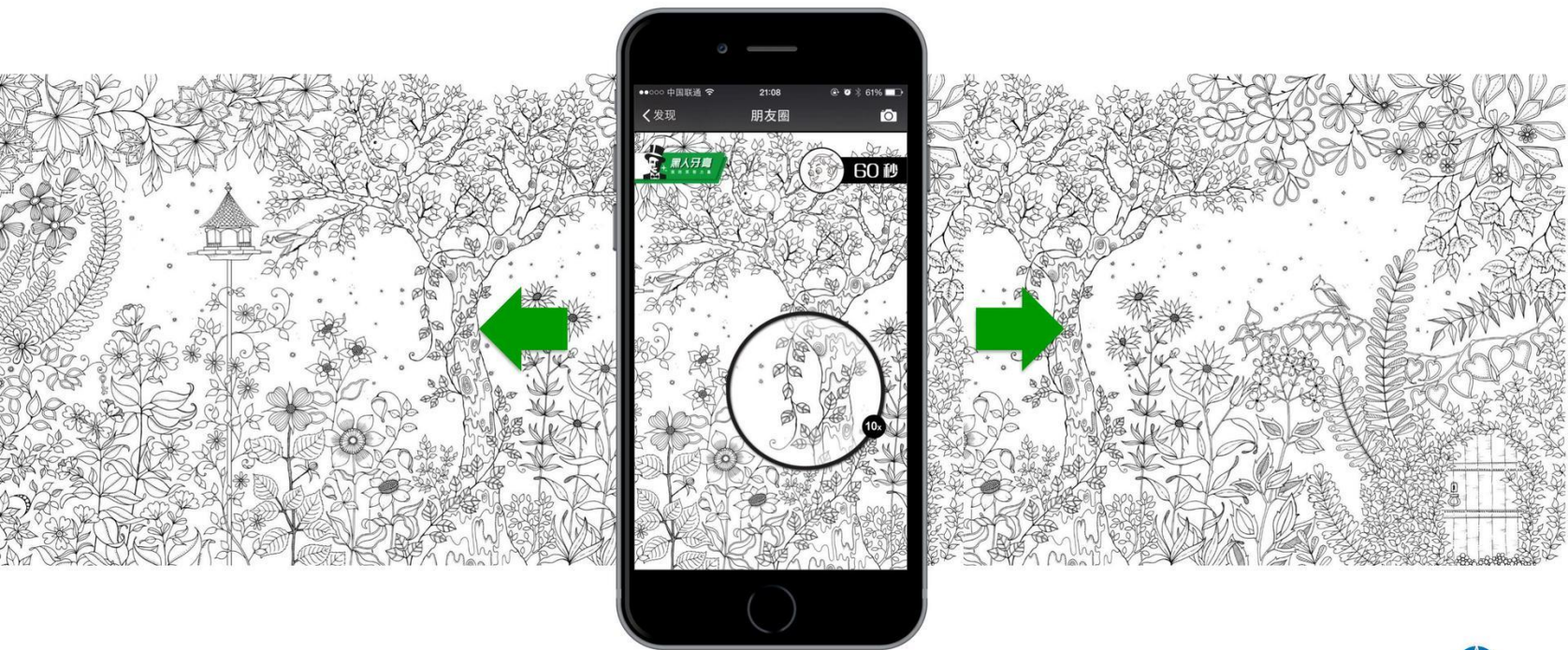
秘密茶园，探寻茶多酚的天然奥秘



Home page



最短时间内找到10个茶多酚精灵



找到茶多酚精灵后，秘密茶园涂上颜色



找齐后发现茶多酚的一个奥秘



分享朋友圈



朋友圈信息



SOCIAL ACTIVITY

Social Activity

Objective

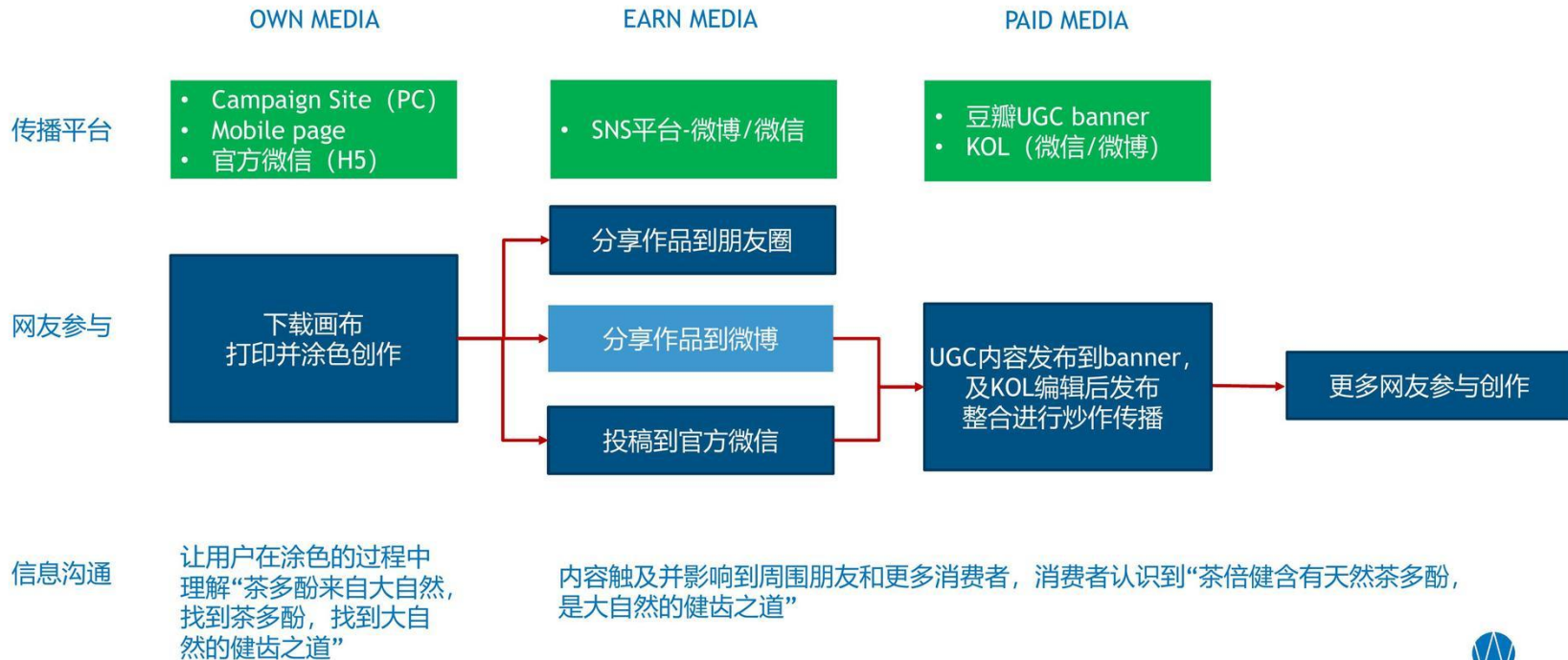
- 通过社交平台发动网友参与创作和扩散传播
- 沟通产品卖点（茶多酚与茶倍健之间的关系）

Solution

- 从热门话题切入，结合新颖的活动形式，刺激用户参加创作
- 让用户在参与创作的过程中接收到品牌/产品的信息
- 用具有吸引力的奖品，鼓励用户讲话题和作品分享到SNS或投稿
- 充分整合UGC并利用各SNS平台，更大范围地传播品牌 and 产品信息



Social Activity的参与和传播路径





黑人牙膏

我的笑容力量

找到茶多酚
找到大自然的
健齿之道





找到**茶多酚**
找到大自然的
健齿之道





找到**茶多酚**
找到大自然的
健齿之道





黑人牙膏
我的美丽力量

找到茶多酚
找到大自然的
健齿之道



Social话题传播-微信端

角度一：【活动前奏】秘密花园VS秘密茶园

- **微信文章：****#承认吧，99%的人并不需要秘密花园！#**
- **互动内容：**
利用网友对秘密花园的兴趣，将秘密茶园和秘密花园做对比，在对比中，把网友对秘密花园的兴趣吸引到秘密茶园中来。
- **正文：**



角度二：【活动进行时】72色画笔奖品做诱饵

- **微信文章：****#你和72色画笔只有一步之遥#**
- **互动内容：**
从72色画笔奖品入手，引起网友参与互动，下载秘密茶园涂色卡，并上传涂色成果，赢去奖品。

角度三：【活动收尾】网友涂色作品大集合

- **微信文章：****#有一种美，叫别人涂的秘密茶园#**
- **互动内容：**
将网友上传的涂色作品集合在一起，利用KOL发布，从不同涂色水平的趣味对比中，引导网友发布朋友圈，激发二次传播~



Social话题传播-微博



#秘密茶园寻找涂色大神#

发微博

+ 关注

分享

话题主页

图片墙

投票

导语：继秘密花园后，颠覆版秘密花园—【秘密茶园】又要抢占涂色界半壁江山啦！各位大神快来大显神通，只要任意下载秘密茶园涂色卡，涂完后，参与话题PO出照片，即有机会赢价值1999¥72色画笔！机不可失，速来~



黑人牙膏官方微博

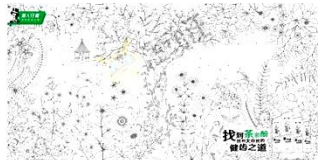
广东 <http://weibo.com/darliechina>

黑人牙膏官方微博

关注 8

粉丝 209万

微博 1097

#秘密茶园寻找涂色大神# 终于等到这激动人心的时刻啦！一百名幸运儿已经公布，快戳[http...](http://...)

RT赵小豚

#秘密茶园寻找涂色大神#这是我的大作，肿么样，漂亮吧？



董春辉D

#秘密茶园寻找涂色大神#涂着涂着就变成这样了，感觉还不赖~



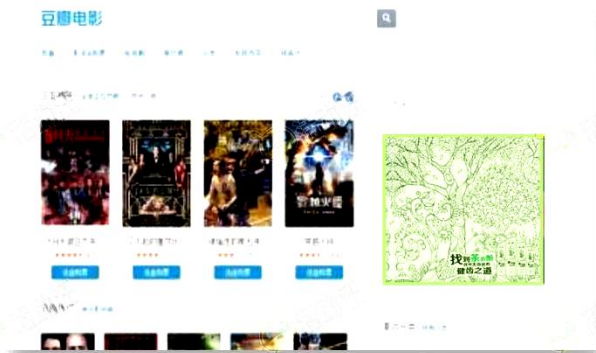
张丹峰

#秘密茶园寻找涂色大神#好像还不错，不知道能抢到画笔不？



Social传播-豆瓣

网友UGC banner



将用户创作的优秀作品制作成符合豆瓣调性的UGC banner

豆瓣-线上作品集



在豆瓣开辟线上活动页，集合所有用户作品，鼓励更多人参与活动



Social话题传播-微博



- 话题跟进：作为后续话题，引导网友进入PC活动网站，参与互动
- 微博话题：**据说，全世界只有5%的人发现茶多酚所有秘密！**
- 切入角度：

秘密茶园里的秘密有多少？据说5%的人才能发现所有秘密，大部分的人最多只能发现两个呢！快来看看你属于这5%的人吗？



