- **品牌方：**屈臣氏
- **合作方：**网易有道
- **参选类别：** TMA十周年——移动营销金牌搭档

合作概况

- 屈臣氏与网易有道合作一年有余，从广告曝光到内容共创，实现全域破圈。
- 2022年伊始，屈臣氏发布全新品牌主张「美好新试界」，既是呼吁年轻人尝试、拓展边界，亦是品牌年轻化转型升级的愿景，其致力于通过多元化产品、高品质服务，与用户共创美好世界。在此基础上，有道×屈臣氏**深度洞察Z世代不断探索、求知向上的内在需求**，精准切入大学生学习场景，并借助国内顶流教育平台的内容＆流量优势，**以“知识价值”为原点，实现对用户物质＆精神生活的多重满足，持续强化品牌陪伴感＆价值感。**
- 未来，有道×屈臣氏仍将充分发挥双方品牌势能，赋能中国青年教育，与年轻人一同向上探索。

网易有道×屈臣氏 备考福利社

- 基于“求知场景仍是大学生最核心场景”的共识，有道×屈臣氏在考试季这一重要节点，联动有道名师、学霸共同打造「屈臣氏备考福利社」，以硬核知识+品牌福利，为大学生备考加buff，助力TA高效学习、稳拿高分。

[广告总曝光]

2.2亿+

[广告总点击]

284万+

[内容覆盖量]

39万+

网易有道×屈臣氏 备考福利社——项目亮点

- 从触媒路径曝光到优质内容输出，屈臣氏品牌福利全面match用户备考刚需，助力品牌声量提升＆销售转化

聚拢触媒吸睛力

开放有道词典首页工具栏“黄金icon位”
作为屈臣氏“福利社”固定入口

契合备考求知力

有道考神精品课程+独家笔记
以品牌名义免费送出

释放知识种草力

名师、学霸联合支招
“知识技巧×备考装备”场景式种草

盘活圈层互动力

有道名师账号+学习社群
精准触达大学生，卷动TA参与互动

网易有道×屈臣氏 备考福利社——契合备考求知力，深耕学习场景

2节名师公开课以屈臣氏品牌名义送出

全程冠名露出/深度植入

屈臣氏联合logo&云店二维码全程露出

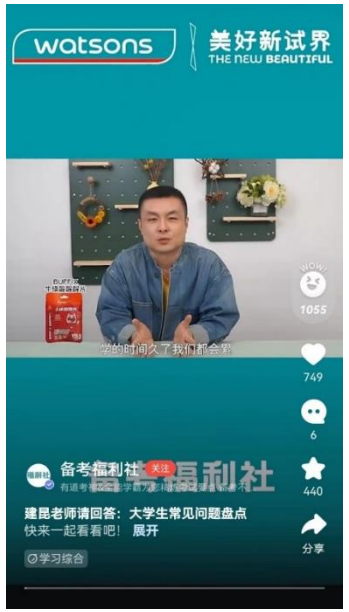
课程开始前：结合大家对于健康状况的关注，推荐屈臣氏维生素C等产品，建议上屈臣氏小程序购买

课程即将结束：再次推荐大家上屈臣氏小程序

屈臣氏会员专属独家学习笔记

网易有道×屈臣氏 备考福利社——释放知识种草力，捆绑备考刚需

有道考神•建昆老师



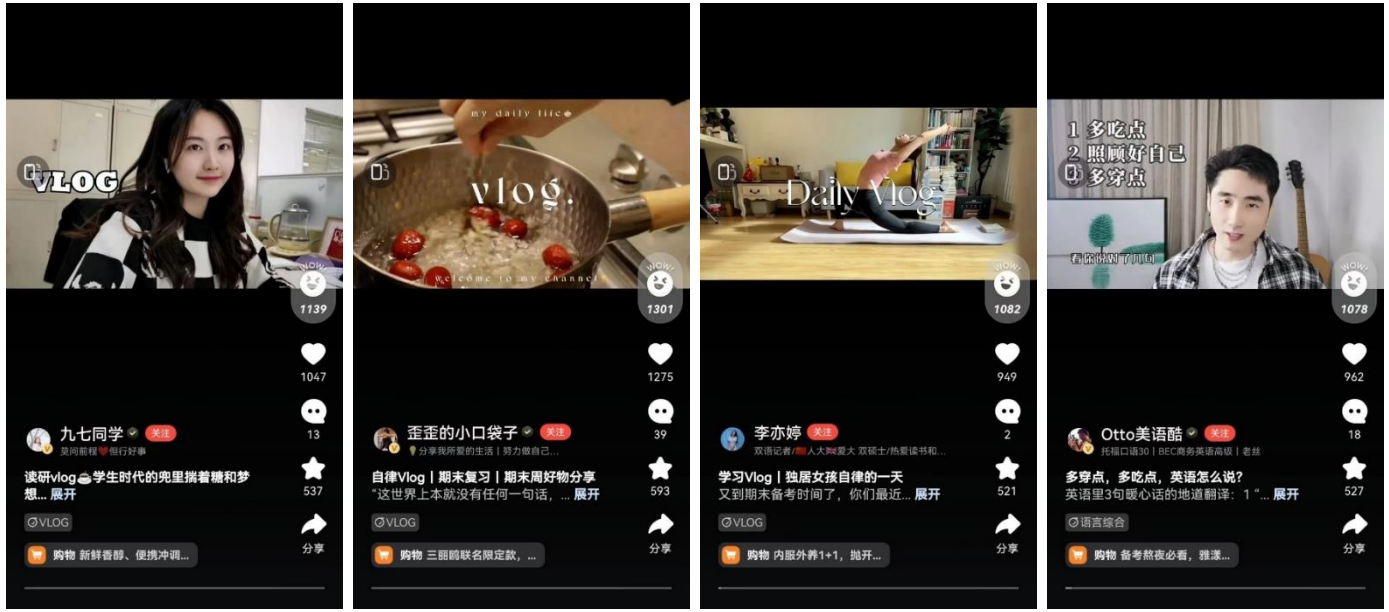
有道考神•曲根老师

有道名师知识干货

- **•名师影响力：** 邀请有道平台两位王牌名师录制，在大学生中受欢迎度高
- **•场景化种草：** 从备考方法出发，自然融入屈臣氏速溶咖啡等产品

学霸KOL备考好物

- **•学霸契合度：** 备考季中的学霸，以更好的学习方法/状态为话题稳稳抓住大学生注意力
- **•原生内容场景：** 备考场景下大学生们更需要好状态，精选备考好物原生融入
- **•品牌福利加持：** 本次互动效果更好，以屈臣氏品牌福利能吸引到更多用户互动



奖项说明

TMA十周年 移动营销金牌搭档

双方经过长期的（一年以上）合作，成功建立良好伙伴关系。在智慧碰撞及实战演练中互利共进，用默契高效的工作模式，不断颠覆和创新营销玩法，打造被业界认可和效仿的营销典范，对推动整个行业的发展发挥着重要作用。