

“源”来这样才是好牛奶

- ◆ 品牌名称: 蒙牛
- ◆ 所属行业: 饮品/快消
- ◆ 执行时间: 2023.02.01-03.31
- ◆ 参选类别: 效果类-效果广告

10亿⁺ 10万⁺ 21%
总曝光量 用户点赞 产品关注度提升

216% 27%
单品销售额环比增长 单品销售额同比增长

背景

蒙牛主力产品纯牛奶遇到销量疲软和审美疲劳问题，正值疫情结束后消费情绪上涨的营销机遇关键期，蒙牛希望借全新TVC突出产品卖点，强化品牌认知，提升产品销量与市场占有率。

洞察

后疫情时代国民健康意识空前高涨，消费者对营养与健康愈发重视。牛奶作为大部分人早晚必备的日常饮品，也是消费者对“健康”属性尤其看重的领域。

因此，我们决定将蒙牛纯牛奶的“天然奶源地”优势打造成2023全新TVC的核心输出点，通过强调“天然”属性强化“健康”价值，提升用户对产品的认可度和购买欲。



“源”来这样才是好牛奶

创意

基于消费者对健康愈发重视的背景洞察，我们以“天然奶源地”为优势核心，从“一杯好牛奶的由来”入手，通过对奶源地优美生态的多角度描绘诠释蒙牛纯牛奶的天然健康。

创意点01：深入洞察后疫情时期人们对健康的极度追求，放大产品“天然奶源地”的核心卖点。

创意点02：通过对奶源地阳光、草地、水源、奶牛群的多角度展示，全方位展现产品天然属性。

创意点03：抓取奶源地自然景物如牛奶般“流动”起来的瞬间，直观诠释天然孕育的产品卖点。

创意点04：用如画般的镜头演绎从奶源地到消费者手上的整个链路，体现“草原直供”的诚意与用心。

结果

创意TVC全线应用于蒙牛官方小程序、商城宣传版等官方线上传播领域，并在全国各大电视、院线、梯媒、小红书、微博、商圈户外大屏等平台迅速霸屏，总曝光量达10亿+。

灵动美好的画面演绎深得用户青睐，吸引10万+用户点赞推荐。截止8月初，蒙牛纯牛奶产品关注度提升21%，单品销售额环比增长216%，同比增长27%，成功实现口碑销量双丰收。

蒙牛主力产品纯牛奶遇到销量疲软和审美疲劳问题，正值疫情结束后消费情绪上涨的营销机遇关键期，蒙牛**希望借全新TVC突出产品卖点，强化品牌认知，提升产品销量与市场占有率。**



洞察发现，后疫情时代国民**健康意识空前高涨**，消费主张升级，消费者对营养与健康愈发重视。牛奶作为大部分人早晚必备的日常饮品，在守护人体健康、提供营养支持方面起着至关重要的作用，也是消费者对“**健康**”属性尤其看重的领域。

基于此，我们决定将蒙牛纯牛奶的“**天然奶源地**”优势，打造成2023全新TVC的核心输出点，通过强调“天然”属性强化“健康”价值，提升用户对产品的认可度和购买欲。



基于围绕“**天然奶源地**”优势进行输出的核心策略，我们以溯源的角度出发，创造了一条别出心裁的创意TVC，从“一杯好牛奶的由来”入手，通过对蒙牛奶源地优美生态的多角度描绘，生动诠释蒙牛纯牛奶的天然健康。



一杯好牛奶来自哪里？

影片开头直给议题“一杯好牛奶”从哪来？，随着镜头的推进，答案愈发丰满：**从凝聚着露水的草叶间，从新鲜牧草地的晨光里，从清澈湛蓝的纯净溪流中，从每日都漫步在这样自然美好草场中的每一头健康奶牛身上……**

从天然内蒙奶源地“草原直供”，融汇自然馈赠的营养与精华，最终凝聚在每个消费者的餐桌上。这，才是好牛奶，因为**“一杯好牛奶，就在于每一滴都源于自然的精粹”**。



作品链接：https://v.youku.com/v_show/id_XNjAxNzUwNzg4MA==.html

视频以**CG动画**形式，巧妙地通过艺术加工**让一张张原本静态的自然图景“流动”了起来**，例如清脆的叶脉间缓缓滴落的一颗露珠、云层中流淌而下的几缕阳光、牛群脚下被清风吹出层层波浪的草地等等，静中有动，动中有静，生动演绎出了天然奶源地里让人心驰神往的勃勃生机，就好像在自然的山川草原里缓慢流淌的牛奶，在无言中诠释着蒙牛纯牛奶产品源自天然的健康与营养。

创意TVC**完整演绎了从生态奶源地到消费者手中整个产品链路过程，勾勒出了一幅纯净而梦幻的唯美画卷**，仿佛将用户带入了纯净的天然奶源地，直观感受蒙牛纯牛奶的好奶源、好品质。



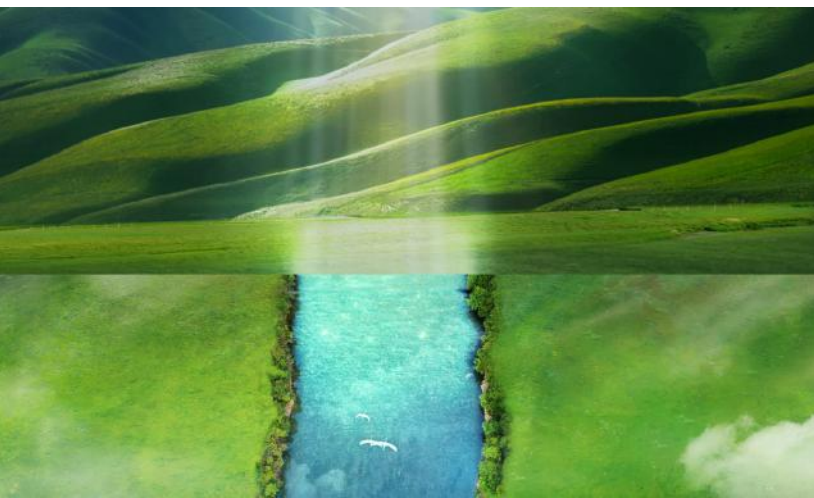
创意亮点:

亮点01: 深入洞察后疫情时期人们对健康的极度追求，放大产品“**天然奶源地**”的核心卖点。

亮点02: 通过对奶源地阳光、草地、水源、奶牛群的**多角度**展示，**全方位**展现产品天然属性。

亮点03: 抓取奶源地自然景物**如牛奶般“流动”**起来的瞬间，直观诠释**天然孕育**的产品卖点。

亮点04: 用**如画般的镜头**演绎从奶源地到消费者手上的**整个链路**，体现“草原直供”的诚意与用心。



创意TVC全线应用于蒙牛官方小程序、商城宣传版等官方线上传播领域，并**在全国各大电视、院线、梯媒、小红书、微博、商圈户外大屏等平台迅速霸屏**，总曝光量达**10亿+**。

灵动美好的画面演绎深得用户青睐，吸引**10万+**用户点赞推荐。截止8月初，蒙牛纯牛奶产品关注度提升**21%**，单品销售额环比增长**216%**，同比增长**27%**，成功实现口碑销量双丰收。

