**飞鹤**

**所属行业：**母婴类

**参选类别：**数字营销最具影响力品牌

**品牌简介**

飞鹤始建于1962年，从丹顶鹤故乡齐齐哈尔起步，是中国最早的奶粉企业之一。2019年11月中国飞鹤港股上市，成为港交所历史上首发市值最大的乳品企业。58年来，飞鹤一直专注于中国宝宝体质和母乳营养研究，引领行业开创多种提升奶粉对中国宝宝体质适应性的技术、配方与工艺。潜心打造“更新鲜、更适合”的高品质奶粉，是飞鹤乳业的不懈追求。

具有58年历史积淀的飞鹤乳业，收获了无数个乳品行业奖项。2019年6月，飞鹤荣获了素有食品界“诺贝尔奖”之称的世界食品品质评鉴大会金奖五连冠，连续三年入围“世界乳制品创新大奖”的“最佳乳制品成分奖”及“最佳创新制法大奖”，创造了中国乳业的历史性突破。

**2020年数字营销影响力表现**

聚焦垂直媒体用户，选择宝宝树、妈妈网、育儿网、亲宝宝等知名的母婴媒体。

4月16日开启宅家神兽视频的预热阶段，通过趣味的你家神兽测试H5引发妈妈们网上热议，带出神兽话题，保持神兽热度，6月5日神兽视频于母垂媒体进行投放，首选第一位信息流位置，大量曝光及播放，后针对视频中出现的育儿问题，制做特色专区-育儿指南H5，将视频在此进行沉淀的同时，通过医生专家的观点文章，及站内顶级优质红人的亲身体验文章围绕神兽内容再次发酵和延展。

**亮点：**

**内容新颖产生共鸣：**由防疫引发话题，妈妈们有了更长的与神兽相处时间，真实生活场景+2D神兽形象的动画突出诠释产品新鲜易吸收，突出免疫力。

**全面式话题爆发：**主流母婴垂直媒体进行话题炒作并进行集中物料出街，短时间内收获极高的关注度及讨论度，用户参与度高的同时又认知了品牌产品的理念和利益点。

**代表案例**

截止至8月15日，媒体主编针对疫情期间宝宝在家里的表现进行文章撰写，深挖用户带娃痛点吸引用户关注“神兽”话题，文章阅读量超:177万，并为后续活动进行话题炒热。随着“神兽”热度，在垂直媒体推广核心主物料神兽宝宝视频，用户接受度极高，神兽视频母垂媒体累计播放量超1亿4千万，同时引发妈妈们激烈讨论。