



- ◆ **品牌方：**恒天然商贸（上海）有限公司——安佳
- ◆ **合作方：**盒马鲜生
- ◆ **参选类别：**年度移动营销金牌搭档

继去年安佳与盒马联合推出以“新鲜才敢上头条”为主题的安佳头条新闻瓶，并荣获包含TMA移动营销金奖等多个殊荣后，今年安佳与盒马再度携手，为消费者呈现与众不同“路易斯棋子瓶”

在整个乳品消费市场大环境下，消费者已不仅仅满足食物新鲜度的基本需求，有品质感、有内涵，更能玩得起来的新型消费体验让安佳，这一畅销全球七十多个国家的百年品牌嗅到了更多市场机会。

安佳作为一个133年的历史与传承的乳品品牌，始终坚持并专注为消费者提供高品质好牛奶，此次借势同样有着百年基因的艺术IP，结合时下年轻人“盲盒中毒”的消费潮流，联合盒马生鲜推出一款具有历史底蕴又新鲜有趣的“路易斯棋子瓶”。安佳携手盒马生鲜，这个当代吸引年轻消费者的新零售品牌，不仅通过新零售渠道为消费场景赋能，更是因为两个合作伙伴在致力于为消费者提供新鲜、高品质产品与创新、潮流消费体验的理念不谋而合。

合作时间

2年

合作规模

月度百万级合作

合作模式

借势IP

种草文化

跨界营销

整合传播

全新消费体验



百年安佳 百年艺术

路易斯棋子瓶新鲜上市
盒马鲜生限量发售



安佳棋子瓶 全新上市



提供**高质量**的新零售体验

提供**高品质**的牛奶

借势IP

有着百年历史的恒天然安佳，深耕其丰厚的历史传承与底蕴，本着提倡高品质生活的出发点，力求通过跨界营销将百年艺术融入美学生活。此次选择同样拥有百年历史积淀的大英博物馆进行IP合作，产生基因上的碰撞，将艺术与品质完美融合。

安佳将目光锁定在大英博物馆的镇馆之宝路易斯西洋棋上，用鲜奶瓶完美融合并复刻了世界知名藏品“路易斯西洋棋”的多种国际象棋角色。这款日常消费品不再仅仅是“新鲜健康”的代言人，更是一款生活艺术品。为商品赋予了美学与艺术的价值。

棋子瓶介绍

百年艺术的惊喜 藏在超值联名棋子瓶里

设计灵感来源于：



藏品名称：路易斯西洋棋
年代：约1150-1200年
出处：苏格兰，路易斯博物馆
馆藏编号：1831.1101.01



皇车 士兵 主教 骑士 国王 城堡

国际象棋中共有6个角色，对敌双方各持有16枚棋子。
10月17日-10月23日上市6种白色款角色瓶。
10月24日-10月30日上市6种彩色款角色瓶。
集齐白、彩各一套即可展开对决。

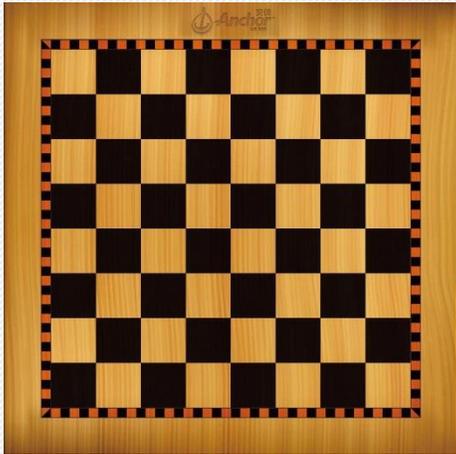


百年安佳 百年艺术

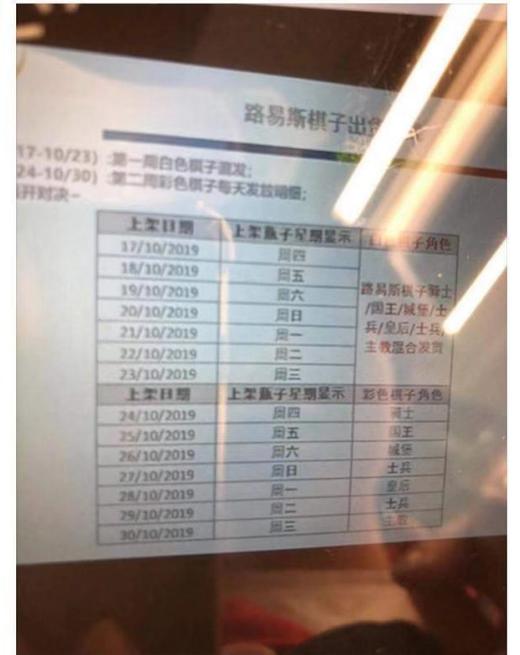
路易斯棋子瓶新鲜上市
盒马鲜生限量发售



种草文化



在年轻人“盲盒中毒”的潮流下，安佳棋子瓶的瓶盖集合了国王、王后、骑士、士兵、主教等多种国际象棋角色，大大激发了用户的收集欲。



Patrick Bao 奶藓小磨王-鲍 13:46
直接从盒马促销员那里拍下来的棋子瓶发放计划

好爸 13:46

群聊的聊天记录

126:[图片]
126:孩子8岁，学棋1年10个月了，“国象联盟”年底力争打到1700并稳定住，年底准备多参

跨界营销

2018年12月，恒天然安佳与盒马鲜生开启合作，首次联合推出了“日日鲜”鲜奶：该产品的特点在于其**保质期只有7天，从上架到下架时间不超过24小时，不卖隔夜奶**，最大限度为消费者提供新鲜高品质的牛奶。

通过这一方式，加强和提升了消费者心目中的品牌印象，带来了不同于其他鲜奶产品的新鲜体验，向日渐注重生活品质的消费者证明，安佳的产品经得起挑战和考验。



手持大英博物馆这一重量级IP，恒天然安佳将创新目光锁定在其镇馆之宝上。于2019年10月推出“路易斯棋子瓶”日日鲜牛奶，复刻多种国际象棋角色，用鲜奶瓶盖与世界知名藏品“路易斯西洋棋”完美融合，将主打新鲜的日日鲜产品趣味升级，艺术升级。

不但增加了产品本身的文化底蕴，寓意安佳鲜奶为消费者带来“新鲜每一步”，还赋予生活趣味，加持了产品溢价，直面高端消费人群，让IP服务品牌，实现艺术与商业的相互赋能。

借势IP+创意产品种草+IMC跨界营销+全新销售体验 =营销目标高效达成

活动期间销量
2X%增长

安佳携手盒马，这个当代吸引年轻消费者的新零售品牌，不仅通过新零售渠道为消费者场景赋能，更是因为**两个合作伙伴在致力于为为消费者提供新鲜、高品质产品与创新、潮流消费体验的理念不谋而合。**

100+

线上、线下及视频
媒体报道



AnchorTM
Since 1886