

# 瑞哺恩品牌TVC

- ◆ 广告主: 蒙牛瑞哺恩
- ◆ 所属行业: 奶粉行业
- ◆ 执行时间: 2019.05.20-06.30
- ◆ 参选类别: 创意类

## 项目背景

瑞哺恩是蒙牛旗下高端婴幼儿配方奶粉品牌，2017年通过婴配注册，作为一个全新奶粉品牌，缺乏清晰的  
品牌定位，无USP与消费者沟通

新生代目标消费群对瑞哺恩品牌缺乏认知，品牌知名度有待提升



## 项目目标

1. 打造瑞哺恩有机高端形象，提高品牌知名度和美誉度
2. 加强与新生代妈妈群沟通，深化消费者对瑞哺恩有机的认知，从而促进购买



## 8090后新生代消费者

“ 认同有机奶粉，但整体认知程度不足

最关注奶粉适合宝宝体质和安全性 ”

“ 安全无污染是选择有机奶粉第一大理由



竞品都在诉求纯净、自然、有机  
突出配方，助力吸收，同质化严重

对比竞品再发掘品牌自身

我们发现不同于竞品添加了多种营养成分

**瑞哺恩有机的优势在于**

**阿尔卑斯山的纯净，更天然安全**

瑞哺恩定位为中国有机奶粉第一品牌

以瑞哺恩有机婴幼儿奶粉为明星产品

突出有机奶粉的安全性

重新定义有机奶粉行业标准

建立**瑞哺恩=有机**的消费者认知



## 震撼视觉

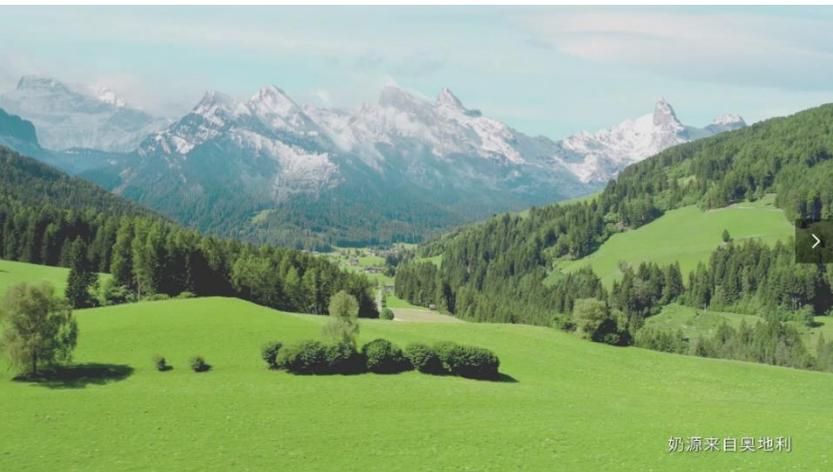
展现瑞哺恩纯净奶源

## 产品与自然融合

呈现有机源自自然

## 画面感文案

阿尔卑斯山纯净生态



01.大全，素材，阳光在阿尔卑斯山峦划过，光线穿过云层洒在山峦上，大自然的天籁之音响起。

VO: 在阿尔卑斯

02.全景，素材，山峦前云雾涌动，风的声音。

VO: 看不见的自然力量管理着一切

03.全景，素材+合成，晨光中，山坡上吃草的牛被云雾遮罩，阳光在空气中融化的声音。



04.全景，素材，延时，云一开，阳光在山谷间流动，云动光动的声音。

VO: 亿万年冰川



05.大全，素材，冰川向前延伸。

VO: 孕育出富含矿物质的土壤

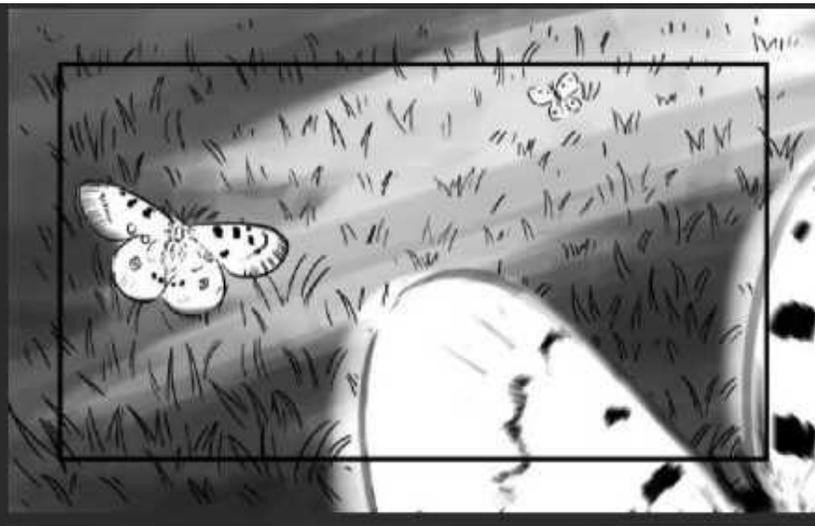


06.特写，素材，阳光下冰化成水滴下，水滴的声音。

VO: 纯净的高山融雪，灌溉着山地植被

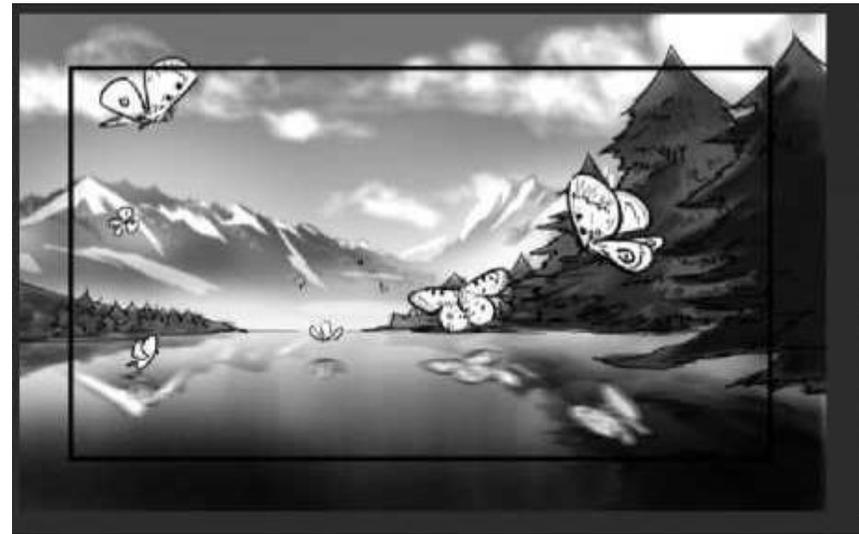


07-特写, CG, 高速, 河谷草叶在逆光中摆动, 草尖挂着晶莹剔透的水珠, 风吹草动空灵的声音。

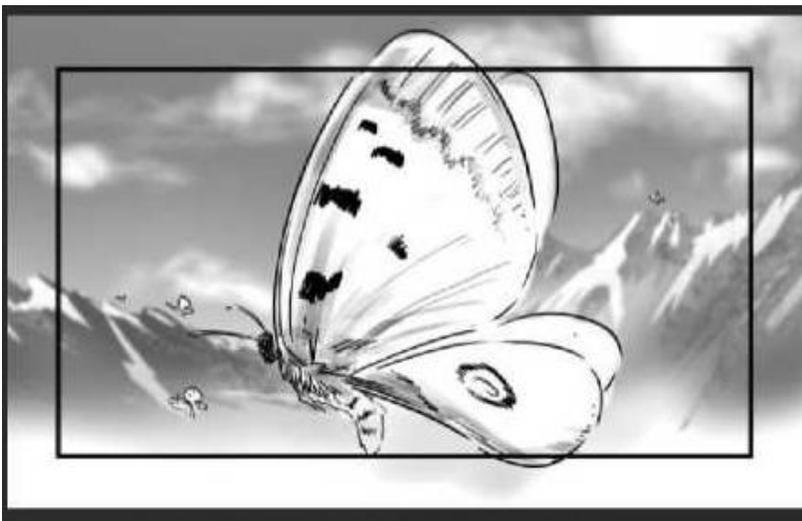


08.小全, CG, 蝴蝶主观, 草地中低飞, 镜头拉起蝴蝶入画。

VO: 冰河时期的阿波罗绢蝶

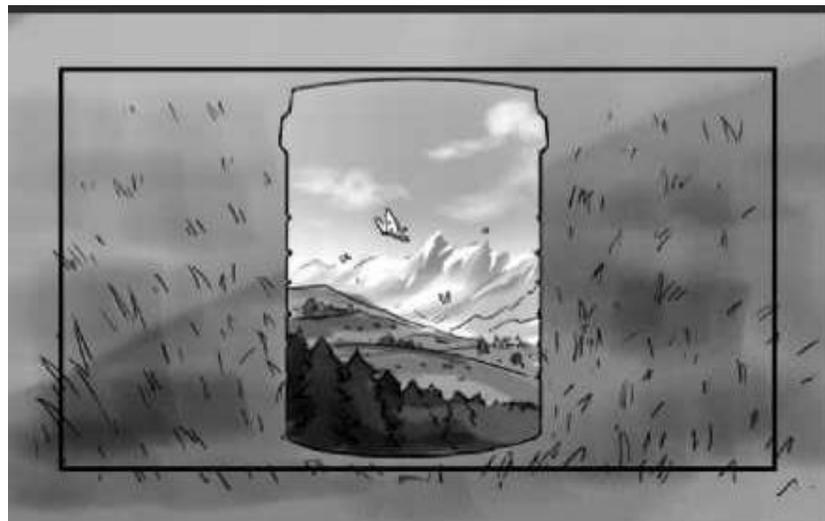


09.大全, CG, 湖面映着山谷, 几只蝴蝶在湖面飞过, 湖面倒影。



10. 特写, CG, 高速, 一只阿波罗绢蝶在雪山湖面前煽动翅膀 (煽动2秒, 震撼感)

VO: 把这里当唯一净土



11. 特写, CG, 整个阿尔卑斯山和牧场蓝天随着轮廓光出现到产品罐中, 产品出现草地上。



12. 特写, 孩子炯炯有神的眼睛, 画面去掉蝴蝶



13. 特写，妈妈和孩子走向前景奶粉罐。



14. 近景，草地上，妈妈和孩子抱着奶粉罐玩耍。



15. 小全，裸足的宝宝在草上玩耍跳跃和母亲互动。



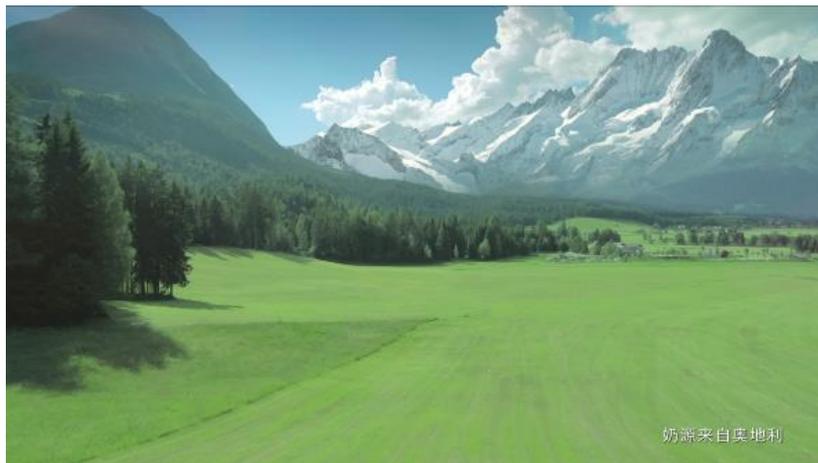
16. 近景，妈妈挤牛奶，小朋友在一旁捧着桶。



17. Ending产品镜头：  
妈妈和孩子走向奶粉罐，奶粉罐在近景

VO: 天生有机，自然瑞哺恩

Super: 高端有机奶粉



视频链接地址: <https://v.qq.com/x/page/o091185prz3.html>

品牌核心深化**有机**=**瑞哺恩**占位  
以**阿尔卑斯进口**+**有机**拓展瑞哺恩现有市场存量，  
带动全国市场新品牌品牌好感度提升



CCTV1/CCTV6/少儿频道  
有机品牌深入人心



品牌曝光量  
百亿级母婴人群



20%+

存量市场拓展