

解读东阿阿胶内容营销战略： 桃花姬让内容承载一切

文 / 张燕



东阿阿胶是拥有悠久历史的大品牌，是我国非物质文化遗产的传承者，还是中国最大的阿胶生产厂商。随着时代的变迁，东阿阿胶结合市场趋势，洞察消费者理念和行为变化，推出养颜零食品牌桃花姬，成功进军食品快消领域。

阿胶一碗，芝麻一盞

“阿胶一碗，芝麻一盞，白米红馅蜜饯，粉腮似羞，杏花春雨带笑看，润了青春，保了千年，有了本钱。”元朝四大家之一白朴，在著名元曲《秋夜梧桐雨之锦上花》中如此描述阿胶，以及美人们食用了阿胶之后那娇艳的容颜。“阿胶一碗，芝麻一盞”也是桃花姬阿胶糕的做法。为使阿胶这种养生品更符合现代人的生活习惯，东阿阿胶从古方汲取灵感，并运用现代工艺研制出了桃花姬阿胶糕。

桃花姬采用上等东阿阿胶，缅甸进口黑芝麻、新疆整颗纸皮核桃，搭配中华老字号绍兴黄酒等原产地道食材，制成高品质阿胶糕，富含蛋白质和多种氨基酸、微量元素，营养极为

丰富；利用德国独家专利微波水分控制技术和专利包材，确保每块阿胶糕达到最佳水分、最佳口感并长久保持新鲜；独立包装便于携带；黑白相间的桃花姬阿胶糕，有东阿阿胶特有的胶香味，口感香甜酥软，嚼劲十足。

浙大研究报告显示，每天4块桃花姬，维生素E摄入量相当于30个鸡蛋或18个苹果，维生素B1摄入量相当于1.5kg大豆或1.1kg瘦肉，铁摄入量相当于75g豆腐或120mL牛奶。每天4块桃花姬基本能够满足大部分中国人营养、微量元素和蛋白摄入需求。另有实验表明，正宗的桃花姬阿胶糕食用一周，还可实现表皮细胞I型胶原蛋白和III型胶原蛋白含量的快速增加，提升皮肤紧致度和弹性；持续服用3个月可以提升皮肤水分含量，减少皮下色素沉积。

精准洞察，攻占年轻群体消费市场

快节奏的生活、日益倍增的健康焦虑，让年轻一代更倾向于便捷化的养生方式，即食化、零食化、便携化是养生滋补产品近年来三个明显

的发展趋势。

桃花姬的目标人群——都市白领女性，是当今消费市场颇具话语权的群体。CBNData在《2020女性品质生活趋势洞察报告》中提到，97%的女性都是家中“买买买”的主力军，中国女性消费市场超过了10万亿元。都市白领女性的消费特征表现为更追求悦己型消费，注重精致的全方位身体养护，尤其是颜值管理。

桃花姬洞悉这一群体对美容产品的内在需求和外在要求，以轻滋补、零食态的小包装即食阿胶糕形式，既满足消费者的味蕾又减轻吃零食的负担感，还能省去不少烹调时间，让消费者省时省力又省心。除了直击都市白领女性痛点之外，桃花姬经典款古色古香的视觉设计也投其所好。品牌logo和产品包装均出自国际著名设计大师陈幼坚之手，集东方美学国韵和西方艺术品味于一体，以白色为底色、粉色为点缀，彰显爱美和自由的品牌价值，黑色笔画象征原料属性和健康价值。

此外，为了迎合当代年轻人的消费习惯，桃花姬阿胶糕陆续推出莲子味、红枣味、腰果味、草莓味四种经典口味，符合大多数年轻消费者的喜好。在包装上，桃花姬基于年轻人养生习惯和痛点，以《山海经》这一古典文化IP的文化内涵以及创新设计赋能，将国潮养生热以一种更轻便的方式带到年轻消费者日常生活中。

数字化转型下的内容营销战略

移动互联网技术改变了个体与外界的连接方式，面对智能手机不离手的消费者，以及日益分散与复杂的信息环境，桃花姬看到了“人和内容”为核心的历史性机遇，通过六年的数字

化转型实践得出“让内容承载一切”的营销战略。

人人是终端。从桃花姬的忠诚顾客与潜在客户，到员工美丽顾问、经销客户乃至业界知名人士，这些在传统营销领域当中具有不同身份角色的人，实际上都是数字化传播的终端。他们既是内容的创作者、分享者，也是产品的销售者、服务者。创作内容也成为团队的基本技能。基于此，桃花姬利用人人时代的社交裂变，展开内容营销，通过人与人、人与产品、人与信息的流动，增强品牌与顾客的沟通和情感链接。从“人找信息”到“信息找人”，多层次、多渠道主题分发，打破了营销传播与销售服务之间的界限，实现内容与顾客创造的协同融合。

动作即内容。在消费者注意力极度分散的情况下，过去仅仅专注于供应链的终端铺货行为，已无法触达广泛的目标消费者。数字时代，具有人文情怀的动作才是能够突破时空限制，链接消费者的关键。促销、培训、线下活动等各种营销动作，放在如今的数字平台就是各种可供传播的内容。2015年上线的“诗意的栖居桃花姬货架之美”活动，就是将线下富有创造性的产品陈列，联动线上数字化传播，覆盖全国116家卖场和终端，产品体验影响300万人次，并通过朋友圈点赞等活动，实现零成本曝光。

内容要流动。桃花姬抓住人人是终端的特性，聚焦内容共创，推出“在光影里约你入诗”抖音大赛、“发现你的美”品牌故事大赛、“约会春天”摄影大赛等新媒体内容创作赛，极大程度上吸引用户参与创作，并在社交裂变中扩大覆盖面，传递了“爱、美、自由”品牌价值观，提升品牌知名度，实现顾客的有效增长。■

