



用《三千》分之一的故事

回到信任的源点 重建中国乳业的信任叙事

▶ 1332 万+

视频自然发酵总播放量

↻ 10 万+

视频号推荐点赞转发均达

★ 500 万+

获15个KOL自发关注及深度解读
总曝光量超

项目背景 Background

一直以来，乳品行业“黑天鹅”事件，严重打击消费者对国产乳制品的信任，中国乳业亟待重塑信心。双节之际，伊利以“滋养生命活力，让世界共享健康”为使命，推出一部具有「国际视野」的公关大片，向世界展示中国乳业的品质新高度，重建与消费者的信任链路。

洞察 Insight

牛奶的本质是哺育哺育的本质是「家」。中国好奶，代代养人。一滴奶，承载着流淌在中国人血脉中的哺育本能，更承载着家文化熏陶下，是国人对于家和家人的情感链接。更承载着伊利“滋养生命活力”的使命天然

创意 Creative

以“三千孤儿入内蒙”的史实为魂，构建与消费者跨越血缘与地域的情感纽带，成功将品牌叙事从商业范畴，跃升至伊利与内蒙古、中国乳业乃至亿万消费者血脉相连的社会性高度，发起一场中国乳业信任重建的品牌公关大事件。

故事梗概：被三位“额吉”哺育长大的塔拉，在自己六十大寿之际，心中仍萦绕着对远方血脉的找寻。直到一个雨夜，为寻找走失的小牛，她蓦然想起额吉曾递上的那碗热牛奶——那一刻，她照见了超越血缘的母爱，也终于懂得：故乡的河，早已化作那碗温热的牛奶，在她生命里静静流淌。

