

# 中国健康榨菜新标杆 乌江轻盐榨菜上市营销

- ◆ **品牌名称:** 乌江榨菜
- ◆ **所属行业:** 酱腌菜行业
- ◆ **执行时间:** 2022.03.20-07.17
- ◆ **参选类别:** 食品/饮料类

## 乌江榨菜2022年两大升级

**减盐30%**  
**产品升级**  
(内在)

**国潮设计**  
**包装升级**  
(外在)

但是从2021年开始，乌江榨菜终端产品价格上调约30%，**面临销量下降风险。**

## 传播目标



### 营造热销感



通过品牌焕新实现“上市即热销”的火爆氛围，护航乌江榨菜产品迭代升级、终端提价，同时提振资本市场信心。



### 解读轻盐价值

通过工艺、原料等溯源，以及合作知名 IP 等多种形式，全面传播、深入解读轻盐价值，夯实“乌江榨菜放心吃”的认知。

### 品销联动

设计“乌江购物季”活动，通过品牌曝光拉动销售转化。

## 项目挑战

腌制食品含盐量高深入人心 **轻盐榨菜健康认知难重塑**

To C

减盐和国风能否被感知和认可?

产品迭代能否化解“三化三不”问题?

三化：边缘化、低端化、品牌老化

三不：不健康、不卫生、不安全

To B

产品提价能否被渠道认可和接受?

品牌战略能否维系股价与市值?

## 核心策略：打造“中国健康榨菜新标杆”

向大众消费者输出轻盐榨菜价值认知新标准

### 标杆占位

- 国家级机构站台“中国健康榨菜新标杆”上市发布会，肯定乌江轻盐榨菜标杆地位
- 权威专家解读乌江轻盐榨菜“健康标杆”始末。

### 权威立证

- 联合国内权威健康媒体《健康时报》，打造国内首部《中国健康榨菜绿皮书》，为乌江榨菜营养及健康价值证言。

### 全民见证

- 明星、专家、人民网联合走进乌江榨菜智能化车间；
- 打造限量款“人民放心礼盒”，邀请消费者亲自质检乌江轻盐榨菜健康属性；
- 明星团共同种草轻盐榨菜健康价值；
- 乌江轻盐榨菜花式吃法引爆全民共创。

## 标杆占位：乌江轻盐榨菜·中国健康榨菜新标杆

### 国内顶级机构站台 为乌江轻盐榨菜上市背书

中国营养学会、中国调味品协会、中国航天、西南大学等多家机构，共同见证乌江轻盐榨菜上市，肯定“中国健康榨菜新标杆”地位。



中国营养学会



中国调味品协会



中国航天

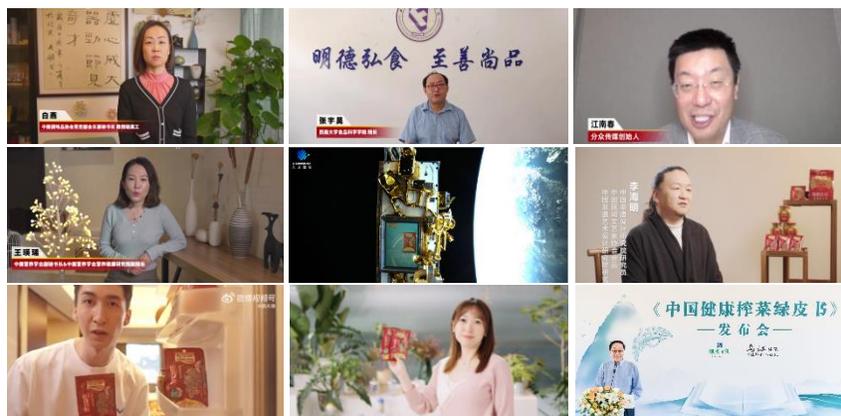


西南大学

### 权威专家解读

### 介绍乌江轻盐榨菜“健康标杆”始末

- 联手中国营养学会专家李劲瑶、掐丝珐琅非遗传承人李海明，打造《大师眼中的健康榨菜》官宣视频，解读乌江轻盐榨菜健康品质和新国潮包装；
- 借冬奥余温，邀奥运冠军武大靖打造VLOG，揭秘国家运动员的下饭神器，用冠军品质为标杆证言；
- 多位行业领袖发布会现场VCR致辞，肯定乌江轻盐榨菜健康价值和行业发展的引领作用。



### 上市开门红

### 现场首销 1 亿+包

乌江轻盐榨菜上市发布会，通过与全国经销商的沟通和推介、奥运冠军武大靖现场带货，以及定制化的直播渠道设置技术，实现现场订货 1 亿包火爆战绩，赢得乌江轻盐榨菜上市开门红。



## 权威立证：打造中国首部中国健康榨菜绿皮书

### 联合国家级专业媒体 打造行业首部绿皮书

- 联手健康领域 TOP 级权威媒体——人民日报社《健康时报》，共同发布榨菜行业首部《中国健康榨菜绿皮书》，以乌江轻盐榨菜为标杆模板，制定“健康榨菜”行业标准，推动乌江成为行业规范化标准制定者，为品牌留下丰厚品牌资产。
- 联手调研家发起线上调研，收集整理 3000+ 真实消费者反馈，让《绿皮书》数据有据可依；
- 邀请多位业内知名专家权威研判，为《绿皮书》充实理论支撑，让《绿皮书》更具说服力。



### 政府领导及机构专家 为绿皮书站台

国家卫生部、涪陵区政府、人民日报社《健康时报》、中国营养学会、中国农业大学、中国泡菜产业技术研究院、解放军总医院多名专家站台《绿皮书》发布会，拔高发布会活动规格，让《中国健康榨菜绿皮书》及乌江轻盐榨菜“健康榨菜新标杆”地位不仅在行业内具有权威性，更受到政府官方认可。



张凤楼  
原国家卫生  
部副部长



李晨玉  
人民日报社  
健康时报  
总编助理



常翠青  
中国营养学会  
副理事长



何计国  
中国农业大学  
食品科学与营养  
工程学院教授



陈功  
中国泡菜产  
业技术研究  
院首席专家



左小霞  
解放军总医院  
第八医学中心  
营养科主任

## 全民见证：传递乌江轻盐榨菜健康与放心品质

### 直播探厂揭秘轻盐奥秘 赢得消费者认可

联合人民网“透明工厂”栏目，奥运冠军武大靖+消费者代表+专家+媒体走进乌江榨菜智能化生产车间，增加事件客观性、真实性，吸引全网用户的关注，直播当日全平台实时在线人数 156万+，收获众多消费者的肯定与好评。



### 创意打造“人民放心”限量礼盒 消费者亲自质检乌江轻盐榨菜健康属性

利用【真实榨菜腌制水+《中国健康榨菜绿皮书》+乌江轻盐榨菜产品】组合，让消费者在品尝乌江轻盐榨菜的同时，通过《绿皮书》了解乌江轻盐榨菜的制作工艺及健康标准，同时亲自检测乌江榨菜腌制水的卫生健康程度，达到对乌江榨菜更放心、更有信心的效果，引起网友关注和讨论。#人民甄选放心乌江限量礼盒#微博话题阅读 6,896w 人次



### 明星组团 种草乌江轻盐榨菜

以乌江轻盐榨菜“轻盐、健康、放心吃”为核心，邀请乌江品牌大使、短道速滑世界冠军武大靖、高嘉朗、苏诗丁、李彩桦、刘芸、王媛可、句号、马可、矢野浩二等多位明星以VCR、vlog等形式“种草”乌江轻盐榨菜健康价值，垂直渗透粉丝圈层，扩大品牌影响力。



## 全民见证：传递乌江轻盐榨菜健康与放心品质

### 乌江轻盐榨菜花式吃法 引爆全民共创

以品牌大使武大靖的“轻盐榨菜三明治”为原点，邀请小十七、小小小海星、菜男、老外仁吃货等众多美食大咖，秀乌江轻盐榨菜花样健康吃法，打造流量爆款。



### 抖音平台强势曝光 信息流轮番轰炸

- 大面积信息流投放【武大靖VLOG】引爆消费者关注；
- 二次剪辑【人民网探厂直播】视频，打造「1分钟精简版」「武大靖质检100包」「武大靖探秘生产线」「教授解读巴氏灭菌」「武大靖质检腌制水」5只视频，让消费者多角度了解乌江榨菜减盐健康工艺。
- 总播放量 4000万+。





## 执行效果

大号阅读量  
6.8亿+  
(微博+微信+抖音)

各大平台累计总阅读量: 17.5亿+

各大平台累计总互动量: 790万+

大号互动量  
630W+  
(微博+微信+抖音)

微博开屏  
648W+  
(累计曝光量)

微博热搜  
6亿+  
(累计阅读量)

抖音信息流  
4001W+  
(累计曝光量)

知乎热榜  
28W+  
(累计曝光量)

## 营销效果

### 成功实现上市即热销态势

- “中国健康榨菜新标杆·乌江轻盐榨菜上市发布会”武大靖现场带货，10分钟热销1亿包；
- 乌江轻盐榨菜上市7天，全渠道累计成交金额7300万+；线下渠道同比增长20%；天猫平台环比增长超18.62%，登陆天猫腌制蔬菜店铺榜TOP1。

### 直播带货销量大幅增长

- 2022年3月乌江轻盐榨菜产品全新上市期间抖音小店直播斩获6.8万订单，GMV 232万；
- 2022年6月Fun心购物节直播活动期间，单场GMV最高突破106万，单场成交1.6万单。

### 赢得消费者与投资者的认可

乌江轻盐榨菜上市收获众多消费者的肯定和好评，探厂直播当日全平台实时在线人数156万+，涪陵榨菜集团战略揭盖子信息同时发布，也让投资者更有信心，股价从项目执行开始一路上扬。



### 公关+广告组合出击 声量大幅提升

乌江榨菜通过公关+广告一系列组合营销，百度指数峰值高达20314，达到了该阶段品牌社交声量的最高峰值，成功收获社交关注，实现了乌江榨菜品牌阶段性的社交声量突围。

