

# 广州酒家#蒸出地道早茶味#

- ◆ **品牌名称**：广州酒家
- ◆ **所属行业**：餐饮/速冻
- ◆ **执行时间**：2022.05.17-07.16
- ◆ **参选类别**：区域特色品牌营销类

## 结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNTkwMjIxMjk3Mg==.html?spm=a2hbt.13141534.1\\_2.d\\_1&scm=20140719.manual.114461.video\\_XNTkwMjIxMjk3Mg==](https://v.youku.com/v_show/id_XNTkwMjIxMjk3Mg==.html?spm=a2hbt.13141534.1_2.d_1&scm=20140719.manual.114461.video_XNTkwMjIxMjk3Mg==)

广州酒家计划在5月份推出两款速冻点心新品【虾饺皇】和【一个核桃包】  
并希望能借机提高在**电商和非华南地区**的销量。

目标人群

26~40岁精

致妈妈人群



核心产品

正宗广式点心

如：虾饺皇、核桃包

广州酒家



但速冻食品的整体市场竞争很激烈，有三个问题需要本次的传播行动进行解决

速冻市场**竞争很大**

三全、思念和龙凤占有**88.7%**市场份额

消费者的**选择很多**

如主要的速冻米面、速冻火锅等

目标地区**认知度低**

**89%**外省受访者不知道广酒利口福

## 美食是广府的名片，早茶是广府美食的灵魂，在全国都很受欢迎

### 用户喜欢不同渠道“打卡”广州

短视频繁荣度广州排名全国第6位

上海 深圳 成都 重庆  
西安 **广州** 北京 长沙

### 美食，是广州的灵魂

抖音平台“广州”视频类型TOP3

    
旅游 购物 美食

### 早茶，是广州美食的灵魂

广式早茶的“四大天王”

     
虾饺 烧卖 包点 蛋挞



## 而广州酒家出品的早茶点心，代表最地道的味道

# 地道味，是广酒的美誉，也是区隔竞争对手独有的标签

“87年传承，始于1935年”

时间的味道



“食在广州第一家”美誉

口碑的味道



“广府饮茶习俗非遗保护单位”

广府的味道



“七代粤菜烹饪技艺传承人”

名厨的味道



# 蒸出地道早茶味

**在品牌缺乏认知、市场也早已红海的情况下，我们策略上分两步进行**

- 第一步高举文化的优势，借酒家底蕴的背书让速冻点心占位【广府饮茶文化】的高地，用文化与竞品做好区隔；
- 第二步邀请更多达人IP，以体验广府饮茶文化的角度去种草消费者，让地区品牌产品借力打响自己的传播声势。

# 六重大招 打出老字号的新活力

## 招式1

非遗文化亮相小蛮腰

## 招式2

IP联名萌力全开

## 招式3

达人纷争点心之王

## 招式4

趣叹早茶巴全城找“茶”

## 招式5

星级大厨坐镇线下快闪

## 招式6

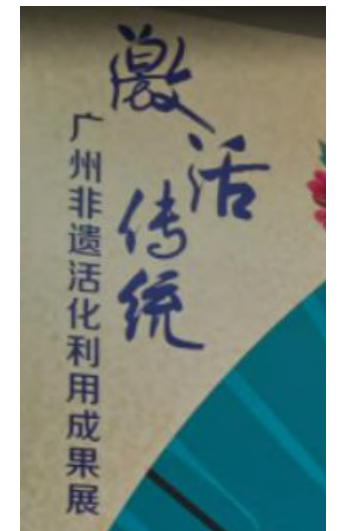
卖场联动突破常规

我们以“蒸出地道早茶味”为slogan，结合广府饮茶文化习俗种草消费者，以非遗文化打头阵、头部达人IP抢关注、文化快闪造互动三大方式打响新品上市传播



## 招式1.在小蛮腰举办非遗文化展览，占领传播传统文化的制高点

以非遗保护单位的身份，联手广东省博物馆、地标建筑广州塔三方举办线下文化展，呈现“地道文化”





## 招式2.推出【吾皇万睡】IP联名点心，升级全新产品形象

与人气萌宠IP【吾皇猫】联名，新老结合种草年轻的妈妈群体，社媒官宣曝光突破**7000W+**

### 挖掘更多【饮茶习俗】的新元素



### 吾皇猫亲自带货【地道早茶】联名新品



## 招式3. 召集3位全网粉丝1460W+的本土达人，直播叹早茶

以吾皇猫之名，召集3位粉丝共**1460W+**的本土大V在直播间共品地道早茶，评选心目中的点心之王



粤知一二  
播放数: 8598900



挞爷



咩啊



一小时直播观看人数**2W+**；直播间成交订单数**9000+**；增粉**3000+**，突破客户直播历史成绩



## 招式4.以“广府饮茶习俗”打造趣叹早茶大巴车，亮相广佛街道

结合广府文化元素，涂装一辆“趣叹早茶巴士”，吸引路人体验广酒出品的地道早茶，在广州、佛山两城穿梭环游1个月，30天总覆盖人次**2亿+**

车外  
涂装



车内  
布置



## 招式5. 酒家星级大厨现身快闪店，示范正宗“广府饮茶习俗”

线下落地快闪活动，邀请广酒星级大厨韦兴顺，现场教观众DIY正宗广式点心，吸引**过万**路人体验



### “五大环节设置”

现场五大板块设置，  
丰富抽奖礼品，  
激发现场参与度



### “星级大厨坐镇”

星级大厨现场坐镇，  
现场教学制作正宗虾饺



### “亲子互动”

大厨现场互动，与亲子家庭  
共创传统文化，  
传承广式早茶习俗



### “KOL打卡”

小红书KOL现场打卡，  
为活动现场造势





## 招式6. 盒马卖场深度联动，地道早茶助力门店销售提升

突破常规卖场促销形式，通过IP周边、广府文化礼品引流现场销售，销售业绩同比提升**169%**



## 联名产品销量优秀



非常优秀

仅两个月左右时间，销售金额即  
占比2022年上市新品**总销量44%**，  
其中六月月销售额环比增长  
235%，带动速冻品项全渠道整  
体销量**同比21年累计增长8.24%**

## 电商销量增长优秀



非常优秀

- 517吃货节：京东店铺销量同  
比增长**6%**，环比增长**224%**；
- 618年中大促（6月14-18日）：  
京东GMV环比上涨**160%**，抖  
音小店GMV环比上涨**229%**

## 全网曝光量优秀

5-6月期间，微信+小红书+抖音  
三大平台总曝光达**8000W+**  
线下活动触及人群**2亿+**

## 5月17号正式传播，短短两个月拿下三个“优”

