

佳龙®



佳龙鲜笋魔芋新品发布方案

2022年5月10日

PART ONE

新品发布活动阐述

这是一场新品发布会
更是一场覆盖全网的广泛曝光

通过一场新品发布会 宣布佳龙鲜笋魔芋的面世



我们需要做的是，新品发布会全网观看、讨论
更重要的是，通过新品发布前后广告曝光和内容营销
持续热度让更多的人获知和购买新品

佳龙鲜笋魔芋 × 抖音 × 百度 × 小红书 × 全域媒体

广泛告知

持续热度

线上直播

品牌传播

内容铺陈

打造一场全网关注的新品发布会

线下

+

线上

打造完美发布会

最大化传播



线下发布会

发布会地址：佳龙公司

发布会时间：暂定5月底

发布会到会媒体：

至少10家以上（腾讯、新浪、搜狐、人民网、凤凰网头条、百度、大河网、顶端新闻等媒体记者）

发布会到场达人：

小红书达人10个、抖音达人10个、百家号达人10个

线上媒体/平台配合

**10家权威媒体
新闻稿发布**

**抖音/百度
两大平台同步直播**

**100+达人
新品内容发布**

**抖音/朋友圈/百度
三大平台广告曝光**

同步，电商旗舰店优惠措施跟进，抖音/淘宝直播带货同步上线，商场试吃活动开启

+ 执行节奏



阶段	预热期	上市爆发期	热度延续期
传播手段	倒计时海报释放	新品线下发布会	达人矩阵引领潮流趋势
	H5线上邀请函	百度、抖音开屏硬广传播	媒体矩阵新闻稿件发布
	百度、抖音开屏信息流硬广	百度&抖音线上直播+推流	
	抖音小红书达人预告	百度、抖音信息流持续引流产品	
		百度、抖音双平台话题#鲜笋蘑芋，忙里偷鲜#搭建	
		百度超级品专（投放持续一个月）	

PART TWO

新品发布活动执行



放眼红尘，从国家元首到贩夫走卒
哪一个**不忙得一塌糊涂**？

996、007 “福报”更是加持新一代年轻消费者

洞 察

生活压力山大，躲不开忙碌
TA们忙里偷闲，方觉人间值得

**站在消费者的角度审视
TA们希望可以忙里偷闲**

忙里偷闲



忙里偷鲜

A group of five young people (three men and two women) are shown in a restaurant or food market setting, smiling and eating. They are holding plates of food, including what looks like fried dumplings or buns. The background is slightly blurred, showing other people and signs, suggesting a busy, lively environment. The overall tone is warm and inviting.

用 忙里偷鲜

作为媒介，拉近当下主流消费者

作为平台，结识当下主流消费者

作为方式，让更多消费者**享受忙里偷鲜**

主题建议：

用鲜笋魔芋定义休闲时光
给你休闲一刻，助你忙里偷闲

「鲜笋魔芋，忙里偷鲜」

备选：不止于鲜

发布预热期.5.10-5.19

预热内容发布，线上内容营销布局
发布会预热广告上线

+ 全网广告告知新品上市信息，提醒用户关注新品发布会

3大强势媒体平台精准覆盖目标客群，用户通过广告了解佳龙新品发布会信息



百度



抖音



朋友圈



人群属性：年龄性别等

兴趣爱好

搜索历史

账号关注

...

+ 100位小红书达人为佳龙鲜笋魔芋疯狂种草，影响更多用户

小红书：零食/美食爱好者，高端颜值派，多个行业领域达人

达人选择：

健身、健康、美食、零食、旅行等

健康零食/热量低

主打热量低、健康、身材管理必备零食

好吃零食推荐

美食达人，鲜笋魔芋的一百种吃法

旅行/露营

旅行、露营必备时尚小零食



分解酵素

我吃过的分解酵素太多了吃了大概有两三年叭！
我吃过很多种类的分解酵素（真实感受：分解酵素不能减肥!!!! 最多能控制体重 分解糖啊油啊什么的~）
#svelty 糖质分解纤维酵母酵素 ★★★★★
这个牌子是我回购最多的一个~他家有两种 我都买过。第一种是普通的 第二种是三倍分解的！我比较推荐三倍分解的~ 第一次买我记得是在日本的日本药妆店 当时一包56颗大概rmb260+ 不过效果是真的有！我每次吃大餐前都会

说点什么...

506 289 55



酵素有副作用？有依赖性？如何正确看待酵素

酵素是很多人减脂期间都会想去尝试的东西
虽然很多人深知这是智商税，但还是忍不住去尝试
为什么？因为有用
哪里有用？因为能拉
对于很多天真无知的妹妹们来说，能拉就是福
所以忍不住去入各种酵素

说点什么...

251 66 25



+ 朋友圈预热海报、预热视频发布（不少于10组海报+内容）

发布不少于**10+组**海报+视频，利用朋友圈全员铺设



倒计时海报



产品海报



发布会海报



联合发布活动视频

+ 邀请何文韬+达人录制预告视频

何文韬担任**新品试吃官**，并邀请达人一起试吃

何文韬担任新品试吃官，并邀请至少3位美食达人，一起为佳龙鲜笋魔芋新品发布会录制预告视频，全网发布传播。



上市爆发期.520

大事件集中曝光 形成流量高峰
为佳龙鲜笋魔芋新品发布会强势赋能

+ #鲜笋魔芋，忙里偷鲜#新品震撼上市

新品发布引爆全网

资源聚合拉动品牌声量

线上X线下双重覆盖
线下发布会提高度，线上直播带热度

品牌X产品双轮驱动
话题品牌流量回收，硬广引爆、内容发声

新品发布会流量聚集
感召力提升

多平台黄金资源助推
品牌力提升

多圈层、多角度、多内容覆盖，引爆上市热潮

+ 发布会活动信息

鲜笋魔芋，忙里偷鲜

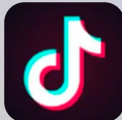
鲜笋魔芋新品发布会

时间：5月20日（暂定，根据疫情实时调整）

参会人数：100-150人

会议地点：佳龙集团一楼大堂（拟定）

参会嘉宾：客户 / 粉丝 / 媒体/KOL

直播平台：  佳龙官方直播间

+ 发布会流程建议

鲜笋魔芋，忙里偷鲜 新品发布会流程.



时间

时长

环节

19:00-19:30

30min

嘉宾入场

19:30-19:35

5min

主持人热场

19:35-19:45

10min

行业专家演讲

19:45-20:05

20min

董事长演讲

20:05-20:15

10min

总经理演讲

20:15-20:35

20min

传统产品+新品展示

20:35-21:00

25min

展区体验（展品区，品尝区、订货区）



+ 媒体及KOL邀约现场探访，声量扩散

拟邀媒体及KOL全平台、跨圈层覆盖，多维度释放发布会信息

党政/综合类



传统平面/广电类



生活方式类



本地创作者

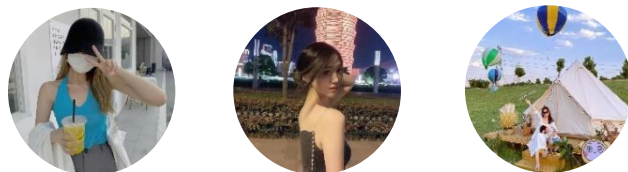


常镜头

豫事中原

龙都视觉

日常生活



赖小肥

何甜甜

预见刘啦啦

探店达人



一只胖居居

郑州樱桃妹

大默默

20+
媒体

10+
KOL

*媒体及达人需针对性沟通，具体以实际执行为准

+ 双平台线上直播发布会盛况



百度直播

直播带动热潮，引爆关注

- 抖音+百度官方账号发起直播引领关注，用户可通过线上直播感受发布会现场盛况
- 抖音平台直播间挂链，缩短转化链路，引导用户直接下单
- 直播间线下与线上连线同步互动，直播期下单即可享受满减/满赠活动



抖音直播

百度X抖音双平台，提高热度

+ 直播平台流量助推，引爆直播间

百度直播 × 强势引流

抖音直播 × 流量加热



河南主流频道Banner



百度推流



百度直播



抖音信息流



抖音直播



+ 双平台话题曝光，提升品牌传播声量

在忙里偷闲时代背景下赋予产品定义，树立品牌态度，激发需求动机



百度本地热搜占据



百度话题



抖音话题

#鲜笋魔芋，忙里偷鲜#

十位城市KOL 百万级粉丝体量
百万人群全覆盖
千万级级流量话题讨论



小度游河南

2021-12-10 来自 iPhone客户端

#暖冬奇豫在信阳#信阳网信办联合百度郑州频道特别策划#暖冬奇豫在信阳#暖冬奇豫在信阳"互动话题，从山水风光到特色民居，从红色景点到文博展馆，从宝藏美景到传统村落，欢迎大家在此深度游览信阳、记录信阳，发掘信阳冬日新魅力！



+ 超级品专上线，“售”出佳龙的freestyle

凝聚品牌力、内容力、服务力，打造搜索即品牌的一站式营销阵地

品牌词触发（品牌词、产品词、品牌核心需求词）、首屏首位展现、店铺导流

私域 + 公域资源权威背书、霸屏展现

首屏首位2-3屏强势来袭，超级品牌黑标认证

二十余种模块【积木式】自由组装

小程序、百科、百家号、线索、电话、地图、资讯、热卖、笔记、有驾、知道...

充分传达品牌，完全捕捉商机

品牌形象和价值主张充分传达，捕捉用户细微需求，多维提升ctr

打造全网独一无二

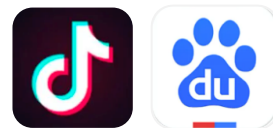
强入场、子卡动效、动态翻页...刻画品牌触点，吸引留存



+ 黄金硬广资源持续强势曝光，带动销量

顶级资源助推，精准定向目标人群

【定向维度】基础定向、兴趣定向、行为定向



投放位置示例



霸屏体验抢占用户第一视野



原生内容强化用户记忆



直链店铺
促进下单



热度延续期

延续产品热度，持续促进销售转化

+ 延续期：多维度发声，持续促进产品销售



打造达人矩阵
引领忙里偷闲潮流趋势

口碑提升



品牌及产品信息穿透
媒体矩阵合力发声

体验感提升

➕ 赶时髦：以从众心理入手，达人同款带动口碑好评

让佳龙鲜笋魔芋成为一种“忙里偷闲”新流行趋势

利用从众心理“你有我也要有”，将佳龙鲜笋魔芋产品打造成代表休闲的必备单品

每一口都安心
十万级洁净车间



引领

一组品质的溯源

由百家号、头条号达人，带话题发布产品生产过程溯源文章，品牌理念产品卖点融入，打消用户刻板印象，引领鲜笋魔芋健康好吃的潮流。



种草

一次公开好物推荐

邀请抖音试吃类博主，进行一次好物推荐，在视频推荐中植入佳龙鲜笋魔芋的产品信息、食用场景及购买渠道，激发消费者购买欲望。



抢购

一场全网跟风热潮

邀请小红书生活类、旅行、职场达人等铺量分享休闲食用场景，场景化感受佳龙鲜笋魔芋无处不在，带动用户抢购热潮，达到拉动销售的效果。

+ 强印象：官宣稿件助力传播，强化消费者印象

稿件方向

标题方向：《直击佳龙新品发布会现场，鲜笋魔芋成为忙里偷闲好帮手》

5月20日19点，佳龙食品在郑州隆重举行了新品发布会--鲜笋魔芋，忙里偷鲜，带领当下新一代消费者全面感知佳龙新产品。

本次发布会重点围绕佳龙新品鲜笋魔芋新产品上市，通过佳龙高层演讲和现场讲解,让消费者真切感受到“不至于鲜”的全新休闲零食体验，致力打造高端零食领导品牌。

媒体示例

