

# “味你打造 美达人心” 欣和×米其林指南

- ◆ **品牌名称:** 欣和
- ◆ **所属行业:** 食品行业
- ◆ **执行时间:** 2020.09-12
- ◆ **参选类别:** 内容营销类

## ➤ “大师之味” 幕后推手走向台前，与名厨群体建立良好的互动联系

欣和集团作为米其林指南中国的官方合作伙伴，一直以“大师之味”幕后推手的身份，去赋能每一位美学打造者，去开拓与延伸美的定义、寻找美学打造者、探索顶级艺术家与顶尖名厨共有的职业与美学精神。通过**北上广三城的米其林指南发布会**，传递欣和及味达美的品牌调性及品牌价值观，促进味达美品牌与名厨群体**建立良好的互动联系**，扩大市场和专业领域上的品牌声量，拉动转化。

## ➤ 描绘多元化事业版图，触达消费群体

对于每一个中国家庭来说，油盐酱醋是再日常不过的厨房之选，但欣和对这些调味原料的探索绝不满足于琐碎平庸，他们深知，当具备了行业内所有技能和知识之后，如果只是墨守成规便无法跳脱传统思维，保有创新的实验精神是一个品牌最有力量的生命线。欣和作为“大师之味”的助力者，一直致力于为每一位专业人士打开了超出视域的全景模式，除了生产高品质的调味品以外，欣和的事业版图还涉足零食、饮品、生鲜以及餐饮等等。除了与米其林餐厅共襄盛举外，也期望透过这次的活动，让大众对**欣和有更深一层的认识**。

## ➤ 项目策略

### 1、三座城市，融入北、上、广三站特色人文元素，深化主题内涵

#### ● 北京站

沿用味达美主题，融入**北京人文元素**，深化主题内涵，塑造专业形象。北京站体现历史文化和人文价值，味达美也是有故事、有人文、有传承的品牌。

#### ● 广州站

通过与**顶级艺术家的合作**，传递欣和及味达美的品牌调性及品牌价值观，加深受众对味达美品牌的认识，促进味达美品牌与名厨群体建立良好的互动联系。

#### ● 上海站

沿用味达美主题，融入上海元素，**打造属于上海的味道美学**。上海站体现自然典雅、精致时尚的生活以及高端艺术和工匠精神两大核心文化。



## ➤ 项目策略

### 2、2条主线，多平台、多渠道铺排，扩大品牌声量

通过**线下米其林指南盛宴的发布会**，线上以「欣和星厨食研所」为主题线，邀请名厨助阵，双微行业号、跨界号**多渠道形式传播**，联动蓝V带福利多维度扩散，传递欣和及味达美的品牌调性及品牌价值观，促进味达美品牌与名厨群体建立良好的互动联系，扩大市场和专业领域上的品牌声量，拉动转化。



## ➤ 项目亮点

### 1、三城味蕾大赏，三城文化呈现

广州烟火，上海珍馐，北京星味，**结合每座城市的特色，挖掘不同的地域文化与群体关注点**，广州站乐飨自然，上海站感味自然，北京站味尽自然，为“味”添加人文色彩，传播更具有层次感、人情味，体验名菜背后的百态人生。

### 2、全网最热最in平台发声，曝光量与互动量远超预期

微信+微博+抖音+小红书+今日头条多平台，多媒体渠道传播，短视频、种草、硬广，多维度多角度轰炸，玩转全网最火传播形式，自发传播度广，**总曝光达4.34亿，微博话题阅读量1.6亿，互动总量83万**，线上传播效果远超目标。单条创意美食短视频更大爆6000+订单，有效拉动转化。

### 3、艺术化语言讲述名厨的美学思考与创作故事

名厨助力打造富有故事性的# 星厨食研所 #，传递欣和味达美名厨名菜经典。与知名艺术家合作的# 味达美名厨艺术快闪展 #，**让美食与艺术跨界呈现。**

## 主线一：「欣和星厨食研所」-- 三大名厨名菜物料+1个全城参与征集活动+百位小红书种草

### ● 广州站：乐飨自然



广州站倒计时海报



《厨下·生命力》星厨系列故事长图

## 主线一：「欣和星厨食研所」 -- 三大名厨名菜物料+1个全城参与征集活动+百位小红书种草

### ● 广州站：乐飨自然



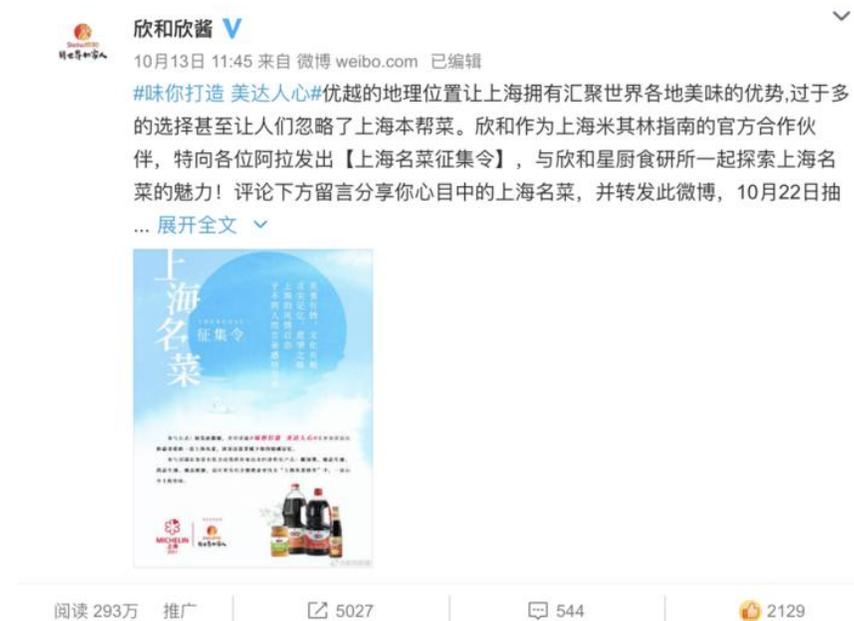
百万级微信大号种草：2大美食类微信KOL以美食艺术到日常做菜场景，真实场景激发粉丝对品牌产生共鸣，引发粉丝种草味达美产品。

千万级微博大V强势曝光，9位微博美食资讯大V，倾情传送三大故事，炒热欣和味达美专业品牌话题。

9位抖音美食KOL，带领百万粉丝体味自然极致。抖音红人【厨师来了】一碗用味达美做的红烧肉，收获899万播放量，36万点赞量，4.9万分享量，播放量和互动量均远超预期。

## 主线一：「欣和星厨食研所」-- 三大名厨名菜物料+1个全城参与征集活动+百位小红书种草

### ● 上海站：感味自然



上海名菜征集活动，通过消费者者参与活动，感受欣和背后美食与情感相融的执着及追求的理念#味你打造 美达人心#。上海名菜征集登上微博热搜NO.6，征集话题曝光为1.6亿，引发4.5万讨论。

@欣和欣酱官方微博首次宣发征集活动，该条微博达293万阅读量，7000+互动，为历史互动率和阅读量最高的微博。

## 主线一：「欣和星厨食研所」-- 三大名厨名菜物料+1个全城参与征集活动+百位小红书种草

### ● 上海站：感味自然



十家企业蓝V福利发车，互动量：4,335次。六位百万KOL助力热发，曝光量：7,562万 互动量：13,491

12位抖音美食KOL，巧用欣和味达美烹饪美食，@凯哥的菜 以一道用味达美酸汤酱制作的酸汤肥牛收获了：播放量：4,904,379；点赞量：

126,344；分享量：6,684；为欣和带来：6,000+单。

主线一：「欣和星厨食研所」-- 三大名厨名菜物料+1个全城参与征集活动+百位小红书种草

● 北京站：味尽自然



《心中·味无境》名厨宣言，透视厨艺之下的美食未来发展。

百位万粉KOC真实口碑，限时一周超强铺排。曝光量：1,607,178 互动量：7,315

## 主线一：「欣和星厨食研所」 -- 三大名厨名菜物料+1个全城参与征集活动+百位小红书种草

### ● 北京站：味尽自然

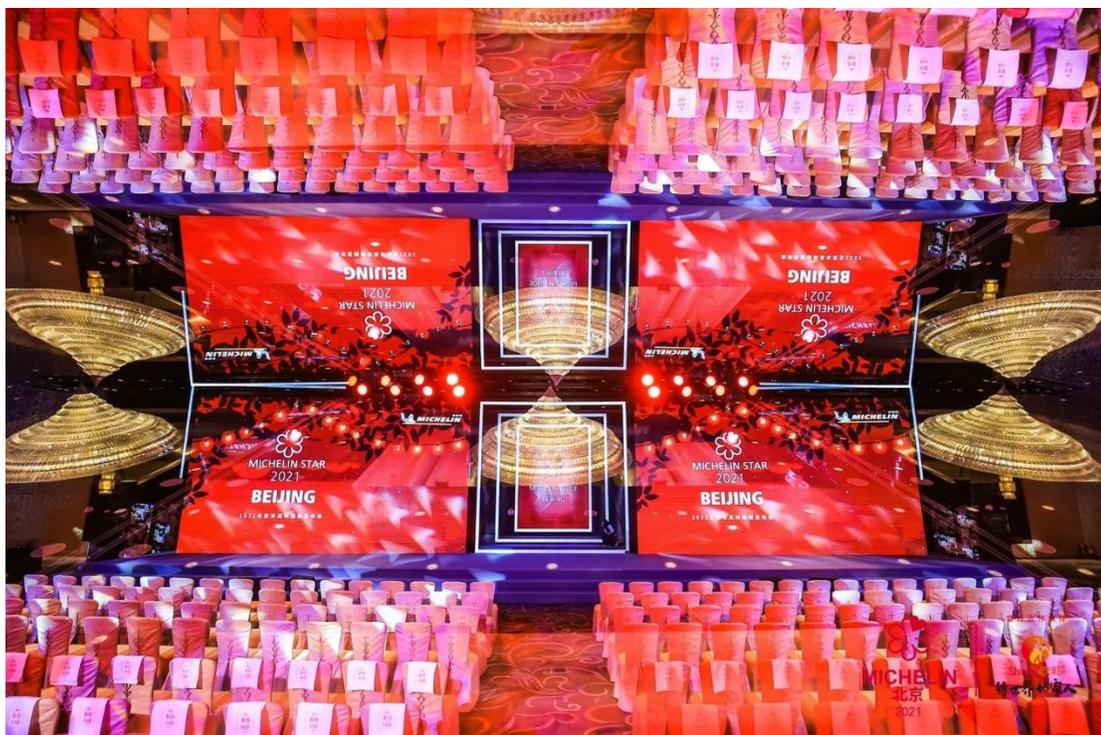


八位美食自制KOL挑战新食法，造传承之味。播放总量：841,355 互动总量：78,757

@吃货欧弟用欣和味达美酸汤酱自制经典菜式酸汤肥牛，并通过吃播的ASMR展现美食的至高享受，激发粉丝看众尝试产品的欲望。播放量：172,535；互动量：17,539。

## 主线二：米其林线下指南盛宴

- PLOG直播+美食×艺术跨界展台+媒体全方位通稿



百万级美食KOL PLOG直播，一睹欣和x米其林指南晚宴盛况。反重力的雕塑，火焰造型展现水的运动形态，传神再现水形态的无限可能。这座夺目的跨界展台，将“上善若水”独有的哲学思考与东方情怀展现得淋漓尽致。

## 主线二：米其林线下指南盛宴

- PLOG直播+美食×艺术跨界展台+媒体全方位通稿



媒体全方位通稿，总结升华欣和x米其林指南盛事，深化#味你打造 美达人心#品牌主题，提升品牌影响力，在感知美好中成功收官。

## ➤ 北京站效果描述:

### ● 全渠道总曝光量超过预期

全渠道总曝光量KPI: 116,600,000

全渠道总曝光量实际效果: 136,861,000

### ● 提高认知, 活跃加购

交易总金额13,707元, 浏览总量10,763, 交易总件数564, 加购总件数1,191

### ● 地道生活指南引领粉丝高度关注美食新鲜事, 将欣和味达美深入人心

三篇180,000+, 地域、料理、生活重重包裹。微信曝光量: 2,146,000+, 阅读量: 176,000+, 互动量: 3,500+

### ● 地域量级微博大V强攻现场盛况, 高度提高欣和艺术吸引力

9篇强推上热榜, 曝光&种草受众高达 77,051万+, 105,325,000+ 曝光量, 26,838互动量

### ● 抖音美食IP大号x 欣和味达美, 创新角度引领探寻欣和味达美传承之味

7篇创意短视频破10,000+点赞, 探店打卡、美食制作视频巧妙触达受众粉丝, 4,390,000+ 曝光量, 13,000+ 互动量

## ➤ 广州站效果描述:

- **全渠道总曝光量超过预期4倍**

全渠道总曝光量KPI: 28,100,000

全渠道总曝光量实际效果: 151,329,928

- **覆盖北上广深一线城市, 百万级微信大号种草味达美**

3个微信IP大号 x 欣和味达美, 两篇10万+, 微信曝光量38,500,000, 阅读量780,411, 互动量11,190

- **千万级微博大V强势曝光, 炒热欣和味达美专业品牌话题**

微博大V x 欣和味达美15个KOL, 曝光量96,001,268, 互动量15,190

- **千万级曝光量抖音达人, 内容共创视频热推**

抖音IP大号 x 欣和味达美, 官方精准触达受众粉丝, 曝光量43,458,660, 互动量316,290

## ➤ 上海站效果描述:

### ● 曝光量超过预期

全渠道总曝光量: 151,674,000, KOL互动总量均比预期KPI超2-3倍

### ● 产品转化量高, H5上线数据喜人

Shinho电商承接米其林H5—JD二级页数据反馈, 活动期间用户流量节节攀升, 两款产品转化量超过30%。上线当天获得310浏览量以及180独立用户浏览, 人均浏览量达1.7次; 9月14日达到浏览量顶峰, 为350, 当日独立用户UV值为150, 人均浏览量为3次; 整体数据随着活动的逐步传播呈现缓慢下滑的趋势, 在15日-17日、20日-22日期间浏览量持续上升。

### ● 5个微信IP大号x 欣和味达美, 全方位缔造魔都时尚地标美食艺术

五篇阅读量近20万+, 涵盖地标、时尚、美食、生活。

### ● 千万级微博大V强曝光欣和味达美

27篇强推上热榜, 曝光&种草受众高达 11,545万+

### ● 抖音美食IP大号x 欣和味达美

3篇创意短视频破126,000+阅读, 探店视频巧妙触达受众粉丝。