

安佳全新风味芝士片，产品0→1小红书全链路传播

- **品牌名称：**Anchor 安佳
- **所属行业：**食品
- **执行时间：**2024.09.02-10.31
- **参选类别：**社会化营销



营销背景

安佳，源自1886年，全球知名新西兰乳制品品牌

源自1886
传承

138年

10亿
美元品牌

新西兰 No.1 牛奶品牌

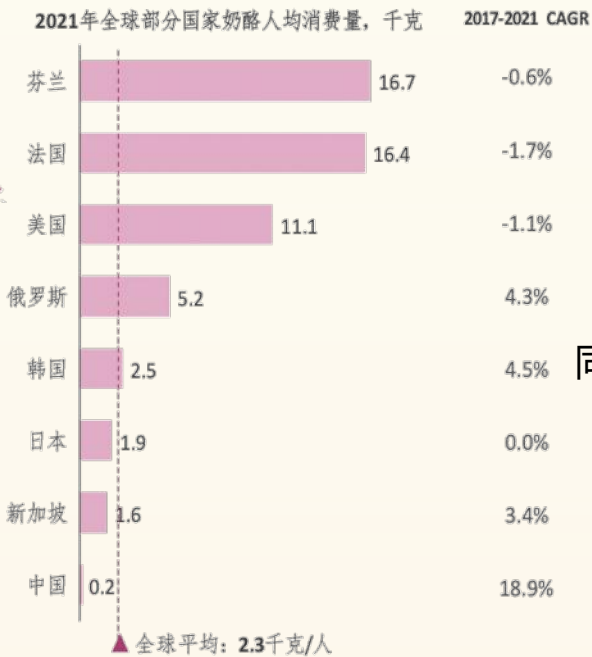
全球多个国家 No.1 黄油品牌

传承着

原草散养
自然放牧
的可持续发展理念



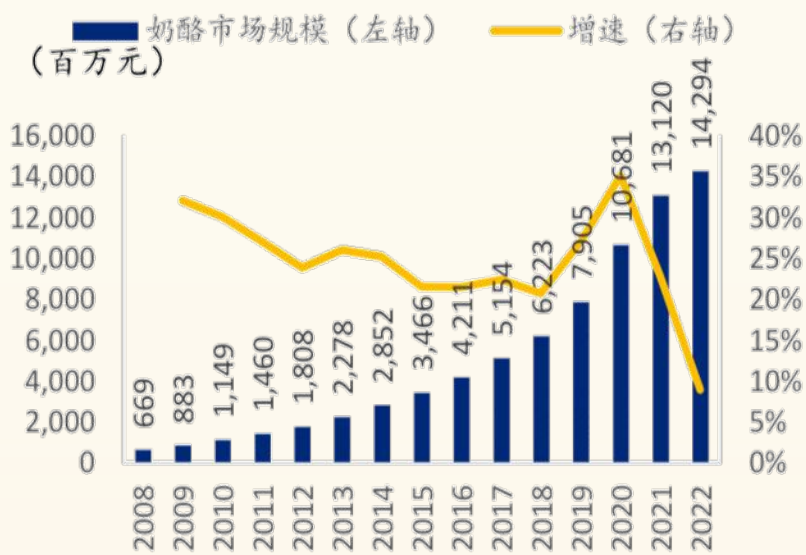
中国的人均芝士量远远低于日韩



中国人均芝士消费量低于
同为亚洲国家的韩国/日本/新加坡

Euromonitor consulting 《全球及中国奶酪行业发展报告》

中国芝士市场增速放缓



Euromonitor, 浦银国际 《中国奶酪行业报告》

破



先「打破」传统经营思路



才有可能在互联网
环境下实现「破圈」

传统经营思路

研发产品 —————> 市场传播（找人群/定卖点/圈渠道/造内容/……）

研定卖点

切中买点



研发的「卖点」未必是用户的「买点」
消费者未必会真正认可产品并形成购买



经营思路创新

我们为什么不用「趋势」驱动「研发」

经营思路创新

研究用户的「买点」



转化成为研发「卖点」

拥抱需求人群聚集平台
洞察用户需求
发现用户趋势

基于用户需求和研发趋势
共同主导完成
产品的创新研发

真正做到回归用户，回归需求

研



回归用户，研究用户
不是教育，而是倾听



完成一场
安佳对于用户的「研学」

研风味



运用平台营销工具
研学用户芝士口味趋势，辅助研发

1.9亿人爱上
芝士与火鸡面组合

芝士火鸡面

1.9亿次浏览

☆收藏



660万人想要
尝试芝士与虾碰撞

芝士焗虾

663.5万次浏览

☆收藏



1000万人看过
番茄芝士焗饭做法

视频播放量 ①

1400.00万

播放量 ↑12.8%



用风味研学结果进行产品研发

1.9亿人爱上
芝士与火鸡面组合

芝士火鸡面

1.9亿次浏览

☆收藏



香辣奶香

660万人想要
尝试芝士与虾碰撞

芝士焗虾

663.5万次浏览

☆收藏



奶味鲜香

1000万人看过
番茄芝士焗饭做法

浏览量 1400.00万

1400.00万

播放量 ↑12.8%



酸甜奶香



意式番茄味



十三香小龙虾味



川式青花椒味



研打法：



精细化拆解小红书营销的关键因素
打造具有兼具平台特性和安佳新品特色的打法模型

行业大盘KFS投放趋势：强调流量规模，追求转化效率

品牌思考：刷屏 ≠ 成功打造爆品，能真正满足用户情绪价值才是爆品密码



**STEP1****| 以爆制爆 强塑内容****百篇小红书爆款笔记研究**

3 趋势口味 + 1 价值符号 + 4 爆文形式



执行过程/媒体表现

结合平台用户高热内容形式

以爆文形式放大产品价值符号



风味爆改

以复合性风味和创意性组合搭配实现风味改造
——传统菜品+芝士盖=新的灵魂口味
——芝士菜品+风味盖=新的灵魂搭配



爆改
各类美食



爆改
网红美食



爆改
文化自豪



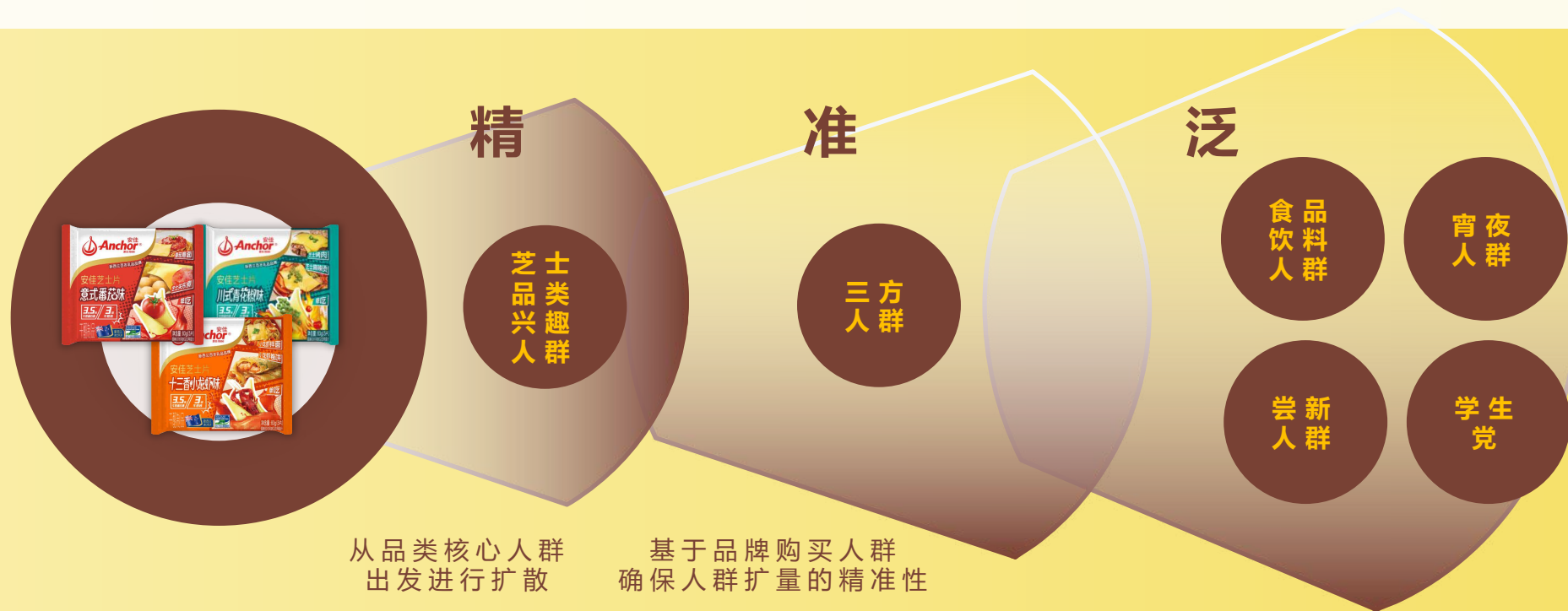
爆改
家庭关系



STEP2

精准人群 持续破圈

不只是吸引品类用户
更是实现品类破圈，通过风味芝士片扩大小红书平台的芝士人群



赛马测爆品

Part 1

拆解同样数量&内容类型的达人种草三款产品
根据产品回搜判断最有热度产品



安佳意式番茄味芝士片	安佳十三香小龙虾味芝士片	安佳川式青花椒味芝士片
全站数据 关联内容量 125 近30日持平 搜索指数 703 近30日持平	全站数据 关联内容量 111 近30日持平 搜索指数 351 近30日持平	全站数据 关联内容量 139 近30日持平 搜索指数 754 近30日持平

「安佳川式青花椒味芝士片」

TOP1

「安佳意式番茄味芝士片」TOP2



Part 2

潜力风味集中铺设笔记
打爆声量



川式青花椒味

TOP回搜重点投放

内容占比48%
搜索指数占比53%

意式番茄味

潜力风味稳定投放

内容占比31%
搜索指数占比32%

十三香小龙虾味

热度较低减少投放

内容占比21%
搜索指数占比11%

爆文模型沿用+再升级

FOR IWS
升级优化

放大消费者兴趣范围强「破圈」

高搜+高热
精准切消费者核心

对于【美食内容】小红书用户最在意什么？

美食制作+花式摊店+文化输出+美食剧情

放大视觉锤

统一+强化
封面+黄金5s视觉锤

直观展现产品力+产品与盖被动作强绑定

芝士盖被+芝士融化

放大易学性&食欲感

先行划分节奏
视频画面与BGM高匹配

-为菜谱食欲感实现二次加成+食欲展示时长增加
-制作简单清晰，易学习操作+压缩简化前制作过程

10%视觉锤+30%制作
+30%成品展示+30%口味描述



爆文率 65%

高CTR 62%
行业benchmark 8%

高互动率 24%

爆文情况summary

执行过程/媒体表现

破千

37篇

破5千

21篇



破万

8篇

破2万

7篇



执行过程/媒体表现



STEP3

攻守兼备 全面转化

DEFENSE

- 品牌/品牌产品词
- (安佳芝士片)

本品阵地不流失



DEFEND

- 品类词
- (芝士片、奶酪片)

持续扩圈扩阵地

赛马选品

川式青花椒味
cpe和搜索组件点击率双维度最优
赛马胜出



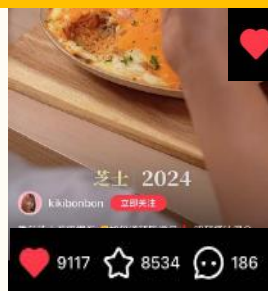
潜力
破圈品

cpe1.81
搜索组件点击率0.42%。



cpe2.19
搜索组件点击率0.33%。

cpe2.41
搜索组件点击率0.27%。



预算倾斜

川式青花椒味加大预算占比
cpe和搜索组件点击率
得到进一步提升



cpe 组件点击率

1.64 0.48%。



1.94 0.47%。



2.04 0.26%。

更好结果

川式青花椒味
5k互动大爆文率

41%

意式番茄味爆文率36%
十三香小龙虾味爆文率35%

高性价比定向预算拉升
放大人群破圈效能

低成本破圈人群，预算持续拉升



垂类人群持续渗透，维稳投放



场景词破圈，效率最高，成本最优



场景词CTR&CPC
均表现最优

词类	消费	CTR	CPC
场景词	39466.37	7.02%	0.40
品牌词	27871.36	6.55%	0.41
品类词	96878.09	6.13%	0.46
竞品词	15973.9	5.23%	0.96
总计	180189.72	6.36%	0.46

场景词预算配比由
15%拉升至20%

验



在现今的互联网传播当中
「效果变得越来越清晰」



传播是否真的有效
需要更明确的效果验证



小红书声量引爆：上市2个月 销售34吨

营销效果与市场反馈

安佳风味芝士片新品上市 成功打爆
列进淘京抖三大电商平台以及线下4000家门店

超高爆文率

优质内容引发用户高互动高兴趣



「71篇爆款内容，爆文率65%」
「7片互动破2万现象级爆文」
「超越行业爆文率28倍」



*benchmark来源：千瓜近1年食品饮料品牌合作笔记互动分布，>1k笔记数量占比2.3%

外溢高销量

引流京东强拉新产生高销售

「新客访问率69%」
「成交GMV破13w」
「商品加购率超平均40%」

新访客率 ?

69.35%

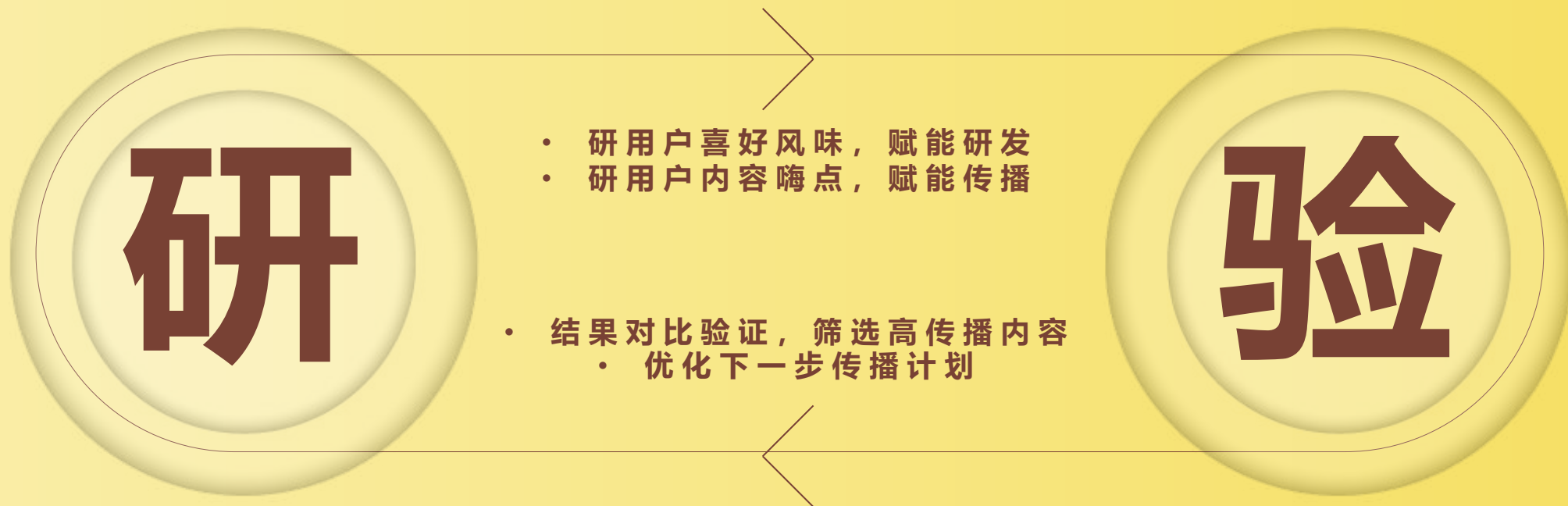
成交GMV ?

139,526

加购率 ?

56.72%

以破局者心态 跑出品类创新生意模式正循环



覆盖产品从0到1生命周期，覆盖完整营销链路
更是打造一个生意的正循环



营销效果与市场反馈

研

- 研用户喜好风味，赋能研发
- 研用户内容嗨点，赋能传播

- 结果对比验证，筛选高传播内容
- 优化下一步传播计划

验

顺应行业大潮，结合AI应用
实现执行落地的效率提升



营销效果与市场反馈

用洞察研究到产品视觉研发，实现不同环节的科学提效

芝士方向：



初版-卷饼及芝士质感

初代生图-色调、芝士质感有问题

继续调整芝士质感

终版

小龙虾方向：



初版

调整色调、小龙虾肉、卷饼真实感

小龙虾辨识度以及卷饼质感调整

终版



In this case
Time saving

15%

Cost
saving

65%