

联合利华年味系列活动之厨师天团直播首秀

- **品牌名称:** 联合利华
- **所属行业:** 食品/饮料类
- **执行时间:** 2024.11.15-12.30
- **参选类别:** 直播营销类

直播切片

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://v.qq.com/x/page/k3229i1skmh.html>

联合利华UFS厨师天团派年味直播

厨师天团出马 一人一道年菜

出街时间/Time: 2024年12月 项目量级/Budget: \$\$

背景/Background

春节是重要的营销节点，尤其对于餐饮行业，年夜饭成功与否，可能直接影响一整年的业绩。作为全球专业餐饮解决方案的领导者，更需要在此节点，提前布局抢占用户心智，打好春节战役。越来越多的用户习惯了短视频观看和社交互动的娱乐方式，习惯上抖音解锁新体，。厨师群体也不例外。

创意/Big idea

厨师天团出马，一人一道代表作（年菜）

目标/Objective

让更多厨师观看直播
让更多厨师和UFS互动
让厨师群体参与小程序，通过产品认领做用户留存
让厨师群体建立心智“UFS是专业的、懂我的，是厨师群体的首选品牌”

挑战/Challenge

春节战役颇多，所有品牌都瞄准这个节点，如何突围？
厨师群体是非常垂直的群体，如何策划他们喜闻乐见的直播活动，如何触达他们并激励他们参与互动？

洞察/Insight

有人的地方就有江湖，厨师也是一个非常讲究传承的行业。厨师届的各位大厨、名厨，是具备超强影响力的，让这么具备超强影响力的大厨秀出自己的珍藏菜品，吸引力拉满。

策略/Strategy

【做菜】是各位大厨的日常，工作时做菜，休息室里想着怎么做菜，社交是聊着做菜；
春节年夜饭是绕不开的场景，年菜是绕不开的话题；
【名厨+名菜+互动】为这场年夜饭拉开帷幕。

成绩/Achievement

厨师群体是非常垂直的群体
作为一场toB的直播，精准更重要
本场直播获得了精准观看，转化效果非常好

50万+ 厨师群体观看
3万+ 申领线索



全家福



年年有鱼



花开富贵



一夜鲍富



BAKERS GRONN

雜貨





重要节点

春节历年来都是各大品牌必争之地，每年都会有大量营销在这个节点铺天盖地

超强的话题度

春节档流量“狂飙”：大厂激战，用户争夺进入白热化

过年要有年味，除了亲临现场感受传统年味习俗，大家以新奇视角分享了家乡具有代表性的春节活动，让更多的特色民俗被全国网民所知。其中抖音 #春节倒计时 话题播放量高达 242 亿次，主动搜索2024“春节”内容高达 2500 万次。2月1日搜索“春节”的热度达到高峰，同比提升 36%。

从回家过年到旅游跨年，从一年等一回的体验派，到一手追主，打开龙年春节的6种方式，你属于哪一派？



新年俗唤起新年味儿 要底蕴也要创新

传统文化、节日非遗、东方美学与科普的链接，趣味知识科普，年轻人从线上到线下，感受最热闹最纯粹的春节，感知文化历久弥新。

抖音热搜上榜热点 188个

其中 7个话题上榜抖音热搜全国榜 TOP1

热门话题与热搜曝光 64亿

而除夕、春节，是天然的大流量时间节点，利用特定时间点，结合节假日来进行营销活动，可以利用好与节日相关的情感联系，从而激发大众的购买欲望并促进品牌的传播。

根据巨量引擎的相关统计数据显示，在节点增加消费的消费者数量高达57.2%。同时有50%以上的消费者认为，节点的仪式感很重要。有39.8%的消费者认为，关于消费节点的宣传提升了自身的消费欲望。

巨大的消费潜力

以吃喝玩乐为代表的生活服务业也在春节期间迎来开门红，展现出巨大的消费潜力。抖音生活服务发布的《2024年春节消费数据报告》显示，除夕至大年初八期间，餐饮、旅游住宿、休闲娱乐等线下经济持续升温，日均消费规模同比增长153%。此外，长达20天的“抖音新春吃喝玩乐节”贯穿了春节的前、中、后期，春节期间，众多节点交织，消费需求进一步得到释放。

餐饮、旅游住宿、休闲娱乐等线下经济持续升温

日均消费规模同比增长 153%

户外广告

饿了么春节倡议：祝你过年不用饿了么

视频广告

淘宝春节：是归乡的游子，也是待签收的宝贝

互动广告

灵动互动 x 京东 | 春节年轻人靠Real过活

落地页/H5

大自然地板春节H5：我的2023年度宜忌

插画与动画

码克图闻x海信激光电视：2024，春节团聚指南

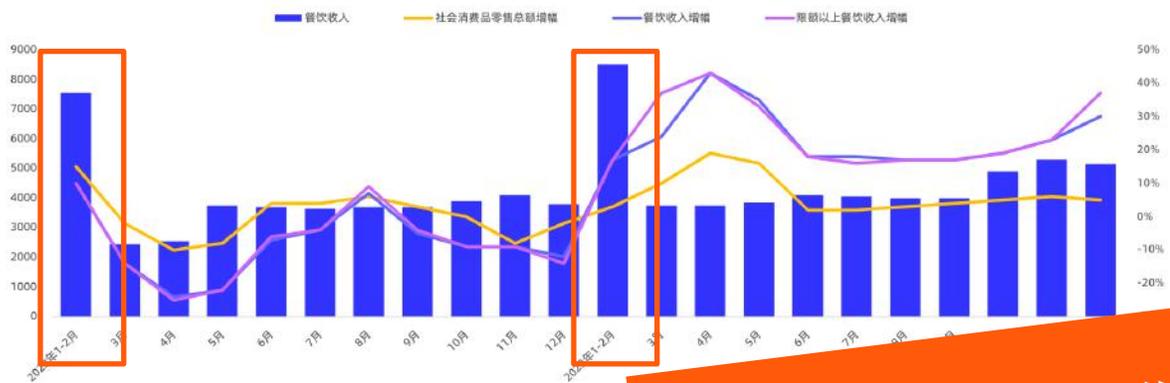
微电影

东风日产x郑晓龙春节微电影《一台车一家人》

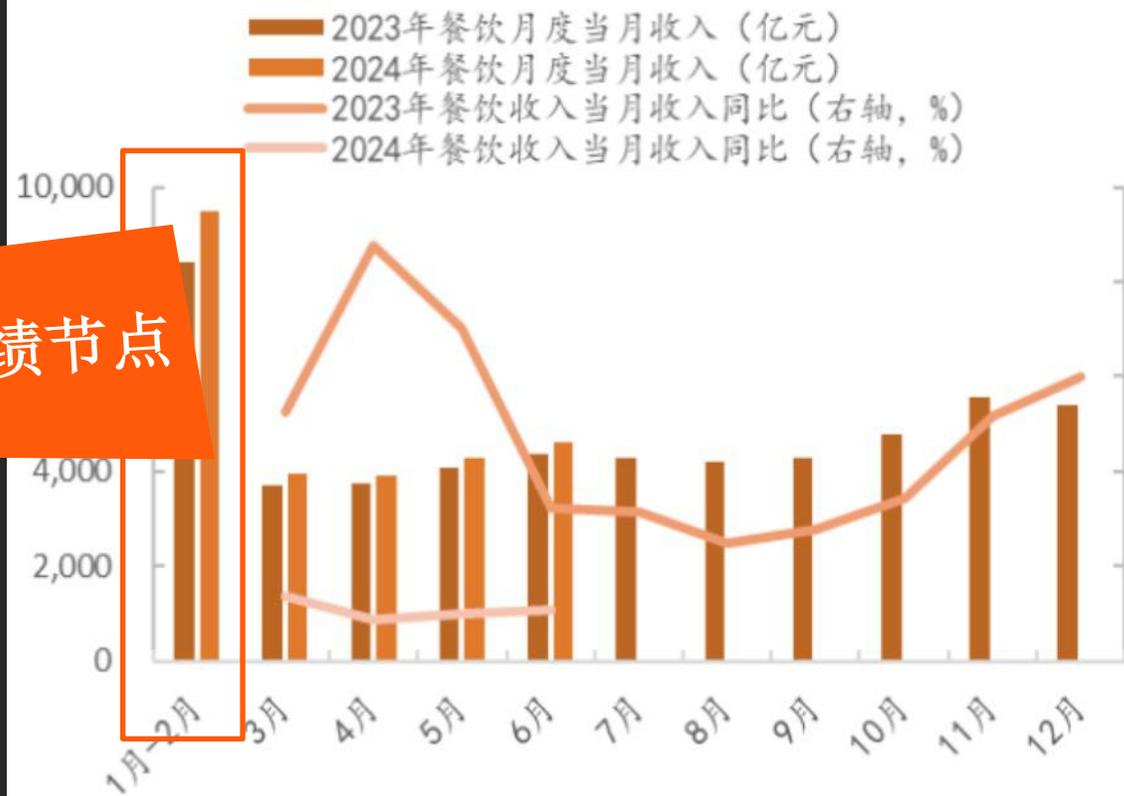
重要节点

春节对于餐饮行业来说更是个重要节点，年夜饭成功与否，可能直接影响一整年的业绩。

2022年以来各月份全国餐饮收入及同比增幅状况

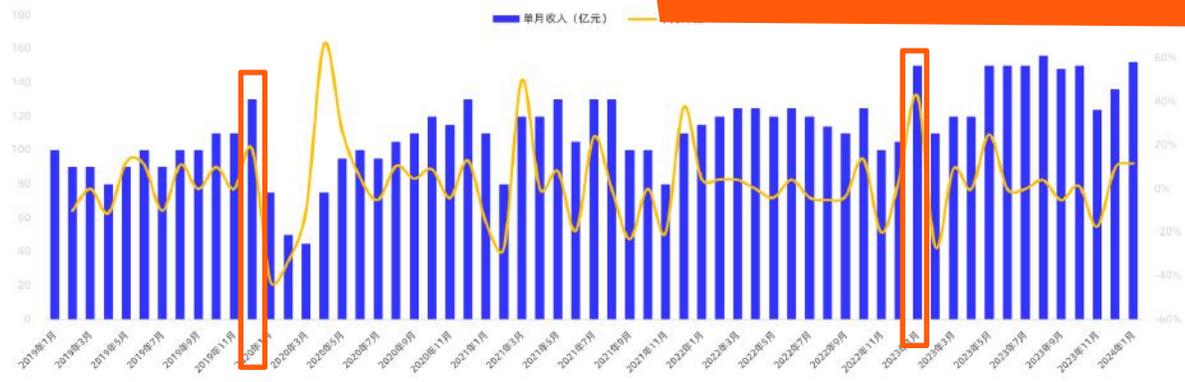


2023-2024全国餐饮市场分月收入及同比增速



春节是餐厅重要业绩节点

餐饮行业单月预测收入及增速

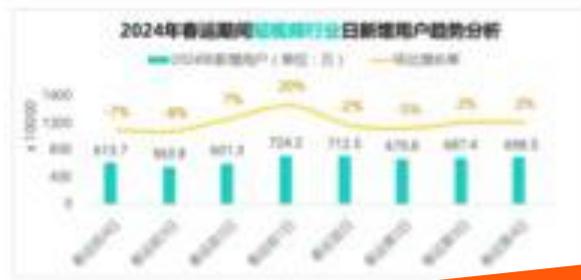




用户在抖音过年成热潮

越来越多的用户习惯了短视频观看和社交互动的娱乐方式，习惯上抖音解锁新体验，跟着抖音过大年！

短视频作为一种短时段观看和社交互动的娱乐形式，吸引了越来越多用户在春节期间使用。根据QuestMobile统计，短视频日新增用户在春节前1日迅速突破700万，环比增速高达20%。在活跃用户方面，短视频行业DAU在春节前日突破5亿。



日益壮大的短视频行业

CNY相关作品发布及互动趋势

- 内容平台CNY相关作品发布及互动整体随春节的临近逐步增长，并于除夕、年初一爆发，初五“迎财神”再次引起小高潮
- 2月初，平台互动量明显提升，用户陆续开始放假、返乡，各品牌应把握住在此之前的营销种草关键时期



抖音具有绝对吸引力

过年要有年味，除了亲临现场感受传统年味习俗，大家以新奇视角分享了家乡具有代表性的春节活动，让更多的特色民俗被全国网民所知。其中抖音 #春节倒计时 话题播放量高达242亿次，主动搜索2024“春节”内容高达2500万次。2月1日搜索“春节”的热度达到高峰，同比提升36%。

从回家过年到旅游跨年，从一年等一回的体验派，到一手追剧一手快乐水的宅家派，我的春节我做主，打开龙年春节的6种方式，你属于哪一派？

新年俗唤起新年味儿 要底蕴也要创新

传统文化、节日习俗、东方美学与抖音的新媒介、新表达加以融合。年轻人从线上到线下，感受着国潮奔涌的春节，传统文化历久弥新。

抖音热榜上榜热点 **188**↑

其中，**7**↑ 话题上抖音热榜全国榜 **TOP1**

热门话题与投稿曝光 **64**亿

一边主动操心，一边学会省心。超过104万商家、222万家门店在春节期间不打烊，在14个不同主题的「新春特色品类日」提供超过200万件特色好品。有1762万人次跟着“甜蜜约会日”过情人节，1434万人次跟着“新春出游日”快乐出发，616万人次跟着“贺岁观影日”看春节档……吃喝玩乐缺少灵感时，年轻人更会习惯性地打开抖音，看看明星、达人有哪些种草推荐，在新春之际犒劳全家。

超强的话题度和巨大的流量人群

作为全球专业餐饮解决方案的领导者，
提前布局抢占用户心智，
用抖音平台拿下“春节档”
尤为重要！

联合利华饮食策划 联合利华饮食策划

联合利华饮食策划 联合利华饮食策划

联合利华饮食策划 联合利华饮食策划

联合利华饮食策划 联合利华饮食策划

联合利华饮食策划 联合利华饮食策划

提升
品牌声量

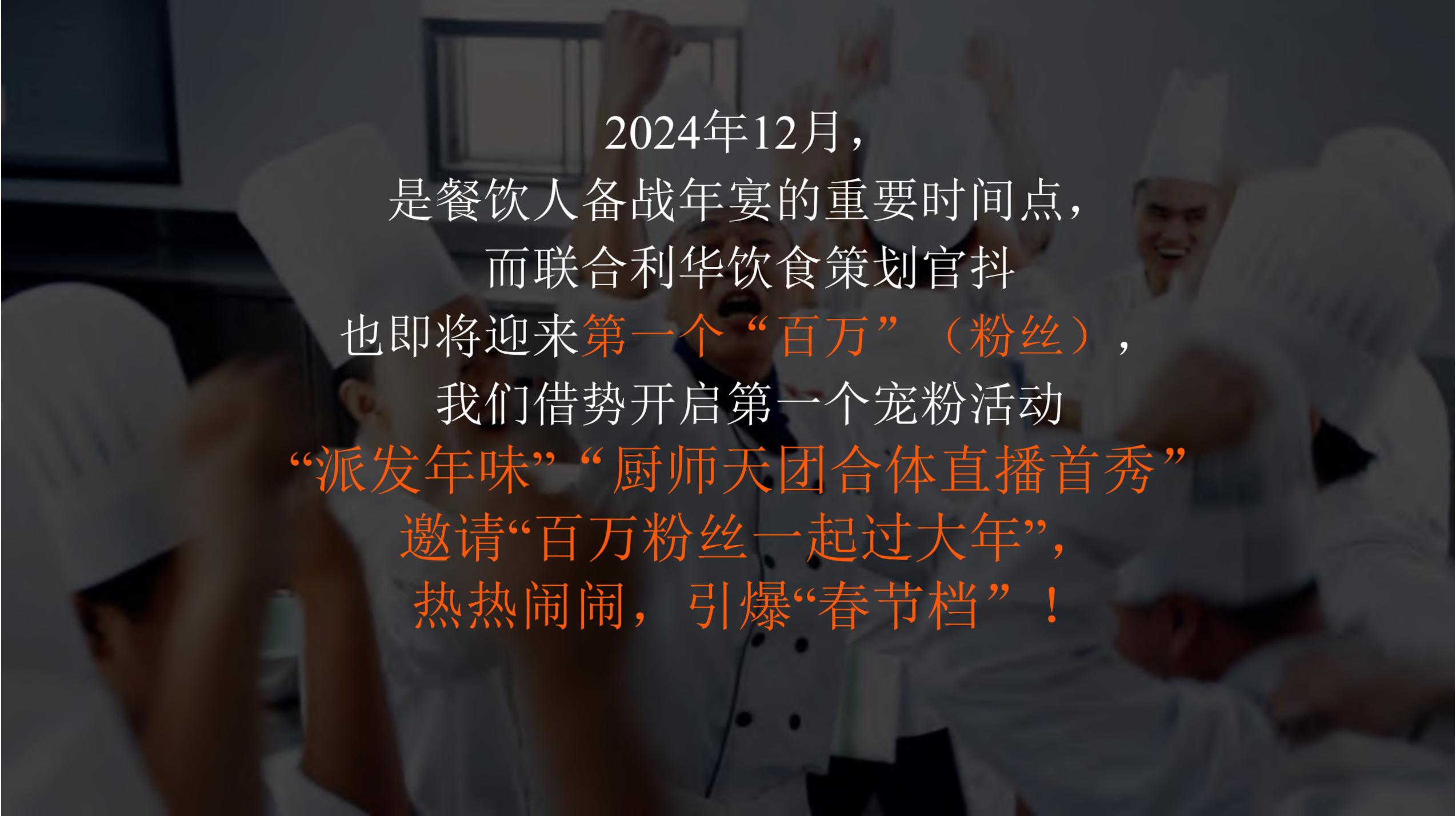
增强
活跃度
粉丝粘性


拓宽
粉丝人群

顺应
市场趋势

多活动
并行
延长
流量效应





2024年12月，
是餐饮人备战年宴的重要时间点，
而联合利华饮食策划官抖
也即将迎来第一个“百万”（粉丝），
我们借势开启第一个宠粉活动
“派发年味”“厨师天团合体直播首秀”
邀请“百万粉丝一起过大年”，
热热闹闹，引爆“春节档”！

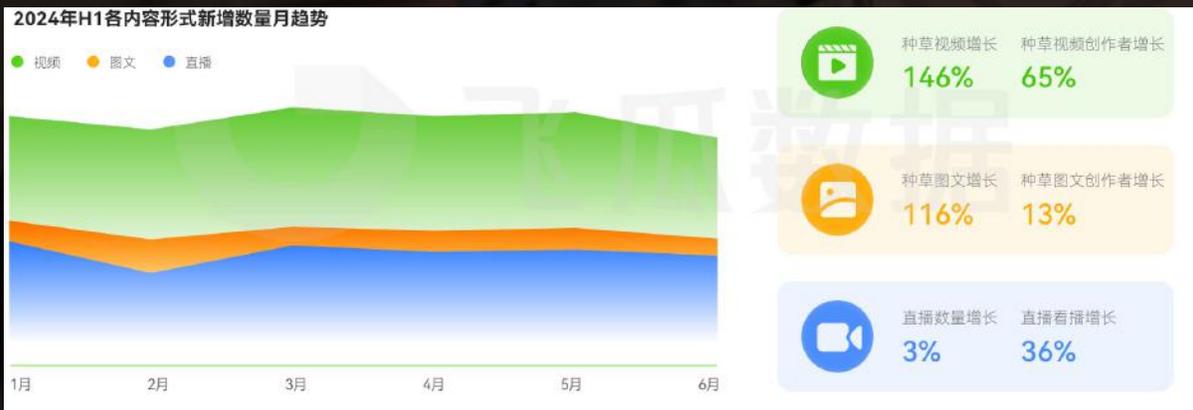
CR
策
略
策
略
策
略

策略



直播逐渐成为继短视频和图文另一个主要的社媒内容形式

直播用户规模不断扩大，主流趋势明显



直播细分品类多，内容多元满足不同需求

数据来源：
1. 2024直播行业简析报告
2. 2024上半年抖音内容与电商数据报告

主流直播间类型

户外体验直播



电商带货直播



场景互动直播



知识分享直播



电竞游戏直播



典型互动型直播间



刘耕宏直播间



罗永浩直播间



与辉同行直播间



疯狂的小杨哥

更适合厨师天团的直播首秀的类型



场景互动直播



唐国睿/

郑文东/

耿晓东/

钟磊/

刘志强/

孙超/

PERFORMANCE

执行





创意年菜纷至沓来

年宴干货倾囊相授！！

食客需求

团圆感

营养健康

全家开心

价值感

价格水平

菜品口味

新鲜感

好意头

餐厅需求

技术要求

出菜速度

菜品寓意

菜品搭配

菜品口味

制作难度

菜品毛利

6位大厨，1人一道年菜



全家福



年年有鱼



花开富贵



一夜鲍富



金银富贵包



鸿运肘子

三大环节

串联整场直播

01

天团出场—— 15min

厨师天团带着各自标志物依次介绍亮相

02

年菜品鉴—— 75min

师傅两两CP组合制作年菜，做菜干货分享并重点展示年宴酱汁调配环节

03

厨务记者会—— 30min

郑/孙/唐/钟/耿/刘大厨粉丝互动，每人各5min

01 天团出场

集体亮相/粉丝互动



围绕师傅进场
以“**厨师天团知多少**”进行
第一轮见面互动
并提醒直播全程福利大放送
千万不要走开



01 天团出场

主持人现场抛出问题，

（如右图）让师傅们与现场粉丝进行互动，围绕厨师天团的小秘密，师傅们之间相互猜测或揭秘，快速拉近与粉丝的距离，释放师傅们的个人魅力~

粉丝互动/送福利

01.厨师天团中，跟创意紧密挂钩的是哪位大厨？——钟队

02.唯一带小动物的哪一位大厨？——耿师傅

03.哪位师傅拍视频不爱说话？——刘师傅

04.一看就是戏精本精的是哪一位大厨？——孙师傅

05.年度最佳劳模代表是哪一位大厨？——郑师傅

06.哪位师傅的刀最快最利？——唐师傅

02 年菜品鉴

年菜干货分享



02 年菜品鉴

年菜干货分享+送福利

围绕年菜分享，以“年宴烹饪知多少”，进行互动/福利，并在师傅分享菜品创意期间，师傅/主持人提醒福利的领取。

01.围绕单道年菜，例全家福耿爷前后要花费多长时间？

02.这道年菜用了哪些调味品？凸显出的口味是？

03.同一款酱汁，还能用到哪些年菜烹饪？

04.现阶段满足市场需求的年宴，要具备什么特点？

05.年末宴席多,分享些能提高上菜速度的经验~

06.“年夜饭”战役已经打响!哪些是后厨应该注意的？

02 年菜品鉴

与粉丝连麦

宠粉行动之一，被选中的粉丝（有在做年菜的）与厨师天团现场连麦，分享粉丝自己做的创意年菜，让厨师天团点评，增强互动感和直播新鲜感；连麦粉丝主持人强调可获得大奖（后台私信客服领奖）



03

厨务记者会



一边是被粉丝cue上场的师傅
回答粉丝们的“十万个为什么”

如坐针毡



另一边是围绕年菜其乐融融进行品尝

如无其事

03 厨务记者会

1【厨友，你说】：主要是解答厨师兄弟们的一万个为什么，现场粉丝cue到哪位师傅，哪位师傅上场，可能面对粉丝的刁钻提问，看师傅们如何化险为夷~

2【厨师快速进阶之路】
主要讲从厨以来的有趣故事，怎么一步一步“爬”到行政总厨；“摸鱼”方法论（加快出菜速度）；“好心情”“坏心情”怎么调节？（情感共鸣）
情感向：职业迷茫，技术瓶颈，灵感缺乏等



郑/孙/唐/钟/耿/刘轮流上台，每人各5min

03

厨务记者会

粉丝互动/送福利

主持人现场实时抛出问题，粉丝互动/福利发放，并在师傅回答完用户问题，间接或直接提醒福利的领取。

01.以鱼为主食材，官抖做过几道菜？抛出选项+师傅例举

02.为何《脆鳞鲥鱼》这道菜要蒸三小时？师傅现场答疑解惑

03.用家乐鲜上鲜酱油做过哪些菜？至少说1个

04.师傅们日常都喜欢去那些餐厅吃饭？如何选择？

05.日常菜品研发的想法主要从什么渠道来？

06.对于厨师职业发展，是不是最后自己开店最好？

直播素材再利用

干货篇—酱汁调配

后期根据直播素材再次剪辑出2条成片：

《年宴酱汁调配分享1》

《年宴酱汁调配分享2》

情感篇—厨师天团再了解

后期将根据直播素材参照快问快答模式

将直播精彩瞬间再剪辑成片：

《厨师天团派年味之快问快答》

HERO

效果





1. 直播间粉丝停留时长: 远高于其他场次平均数, 一方面说明粉丝对账号的粘性高, 一方面说明直播形式符合粉丝偏好;
2. 直播间拉新多: 得益于直播环节设计较为丰富, 用户获得感更高;
3. 直播间互动高: 采用厨师天团集体直播形式, 输出干货及知识点较多, 引发评论多。