

# #接住这碗好运番#康师傅CNY年轻化营销

- **品牌名称：**康师傅
- **所属行业：**食品饮料类
- **执行时间：**2024.01.12-02.29
- **参选类别：**场景营销类



# 接住这碗

康师傅番茄鸡蛋牛肉面  
品牌代言人 杨紫



# 好运番!

#接住这碗好运番#  
康师傅番茄鸡蛋牛肉面·CNY年轻化营销



康师傅番茄鸡蛋牛肉面

## 春节，

对普通人而言，承载亲情团聚和对未来的憧憬。  
但对品牌而言，则是一年一度的CNY营销大考。

康师傅番茄鸡蛋牛肉面自上市至今，  
已成为康师傅推行品牌年轻化、链接Z世代人群重要载体，  
如何在2024年之初，在年轻人种草平台——小红书上实现漂亮开局成为关键。





目标：提升本品在番茄面品类竞争力，赢得小红书年轻人群好感，拉动流量转化

## 1. 引爆·价值声量

从众多品牌的春节广告轰炸中脱颖而出。

## 2. 竞争·品类C位

多样扩展流量来源，强化本品差异化卖点，争夺品类C位。

## 3. 加速·渗透转化

花式聚拢年轻人群，强化消费认知，推进线上线下载转化。

# 洞察思考：



## 康师傅番茄鸡蛋牛肉面现状：

- 品牌国民度高，信赖度强
- 代言人杨紫粉丝广泛，新剧《要久久爱》1月上线
- 产品名种草沟通需简化，平台上积累有限，渗透不足
- 消费者差异化认知仍需不断巩固

## 春节小红书年轻人群特点：

- 注重感官，喜新鲜，乐分享
- 爱好影视、动漫、游戏.....
- 玄学释压，上班不如上香，花式期盼好运加持
- 图吉利，话吉祥，祈福传统根植于心



岁末年初之际，强化“番茄”记忆点，赋予“好运”彩头，让本品快速渗透至年轻人春节【祝福场景】中



让TA变成一碗能给消费者带来好运的番茄面

# #接住这碗好运番#

创意：二次元风格重新编码，强化好运感召



亮点：

- 主视觉进行“二次元”风格再造，跳出官方素材限制，快速激活代言人粉丝新鲜感。
- 创造动漫番既视感，弱化商业味，激发好奇。
- 春节色调+好运签设计，增强情绪共鸣。





# 传播策略：情绪力内容感召+数据科学投放



广曝光

精种草

强引流

# IP

官方合作，打造#接住这碗好运番#主题IP事件，在激活“好运”话题情绪力，由泛至精聚集流量，引导UGC，传递好运噱头。



# KFS

K (KOL)

多线并行，趣味沟通主题，强化“好运番”概念。

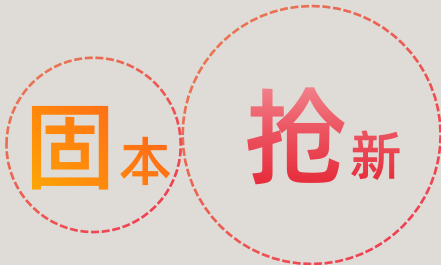
- 官方号：  
从【好运】【杨紫新剧】角度，点燃品牌忠粉和代言人粉丝。
- 达人号：  
从【玄学】【剧情】【创意美食】【手工】等多维度视角，增加品牌口彩联想。

F (Feeds)

科学快速加推流量，增加内容的曝光，延长活动优质笔记生命周期，重点提升爆文比例。

S (search)

以“固本”、“抢新”策略，主攻品类词、竞品词，场景词主打好运相关，强化本品词竞争力。



EC承接转化

# 具体执行1

## 黄金资源强势引流，高效投放霸屏新春档

### 看到·好运+渴望·好运

匹配多个黄金资源实现人群广度覆盖，激发好运渴望



开屏展示



活动专区+品牌专区



火焰热搜



@城市  
情报官



@礼物  
情报官



@惊喜  
盒子

官方大号发布

### 触发·好运

体验好运仪式+提升购买动力



关键词触发平台“惊喜盒子”



康师傅新年好运礼包1份

98.19%

盒子领取率

25509%

活动搜索提升比例

### 分享·好运



#接住这碗好运

1862.9 万浏览

收藏

新年好运翻番打卡挑战

打卡满32次有机会获得康师傅番茄鸡蛋牛肉面经典桶

活动卡 1月19日-2月18日

查看更多

最热 最新



参与话题主动分享

# 具体执行2

## 构建品牌内容模块，掀起“接好运”之风

结合新年展望氛围，重点锚定“好运”关键词，扩大声量

高话题价值

**高话题+弱情绪**  
激发兴趣圈层，提高调性

【饮食趋势】  
【品牌X小红书合作IP】

**高话题+强情绪**  
提升热度，引发模仿跟风

【好运玄学】  
【创意制作】  
【代言人&影视剧】

.....  
**整体：强化活动主题，增强“好运”暗示**

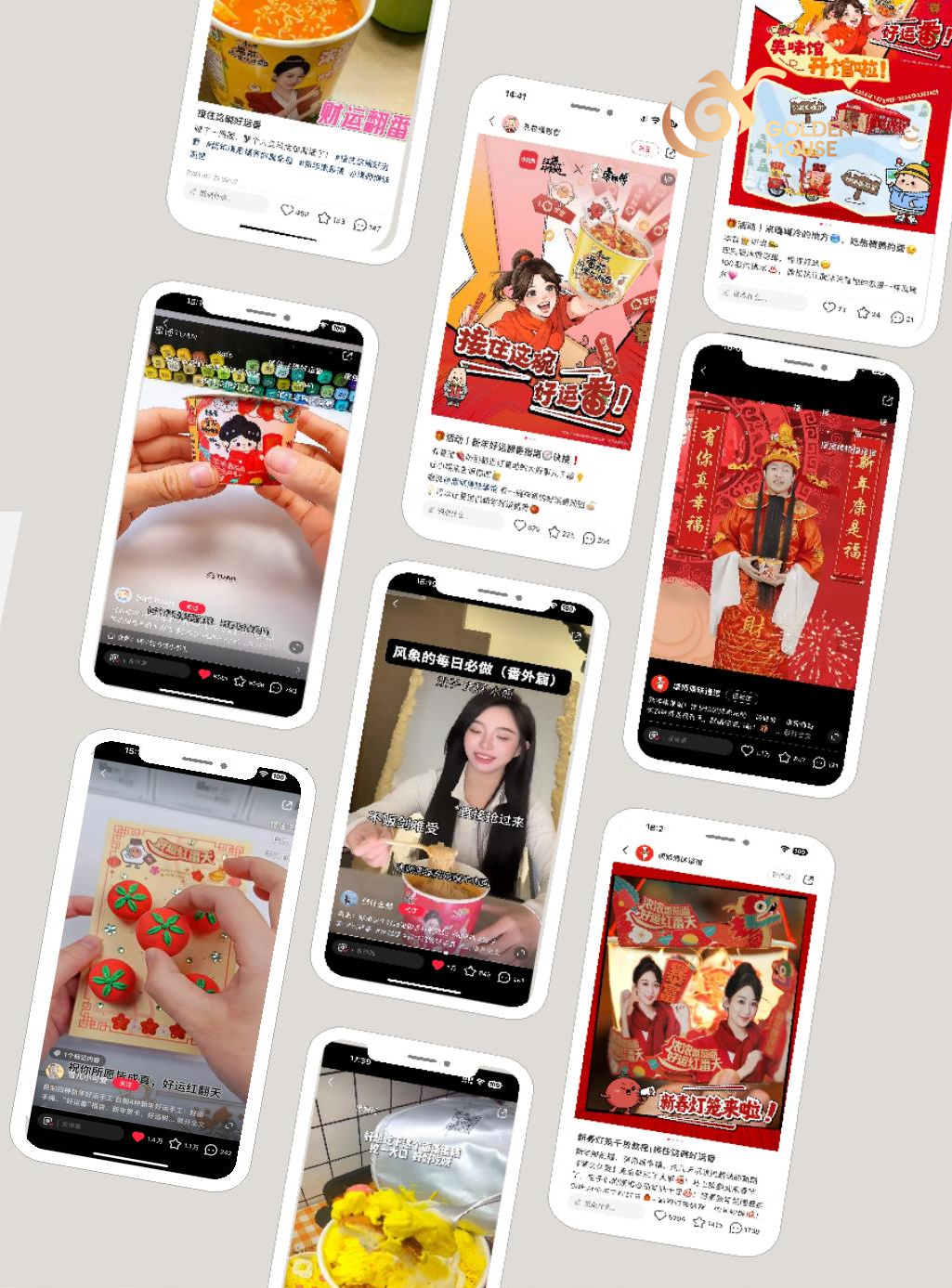
**低话题+弱情绪**  
官方&平台背书，提升SEO

【优质食材】  
【产品组合】  
【促销活动】

**低话题+强情绪**  
丰富真实口碑，积攒好感

【达人评测】  
【美食分享】  
【品牌福利】

.....  
强情绪价值



# 具体执行3

## 创意+数据，连续打造多款好运爆文

精细化内容素材运营，「531模型」 加速康师傅爆款机率

好运+创意手工+品牌春节话题



好运+玄学向剧情+产品RTB

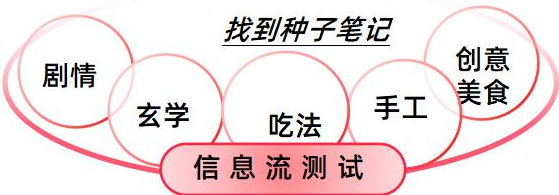


好运+产品手工+代言人话题



### 选——种子笔记测试

- 测试初期选择5种以上类型素材



### 筛——潜力爆文笔记

- 重点筛选笔记互动成本头前30%笔记  
总结优势+追投潜力笔记+优化笔记复刻成功



### 放——放大优质爆文

- 放大成功爆款，持续打爆，破圈释放



# 具体执行4

“固本” “抢新” 兼顾，重点卡位转移流量

## 目标人群层级



可拓展人群



兴趣人群



高潜人群



核心人群

## 搜索行为

### 兴趣场景词

#杨紫 #杨紫新剧 #长相思 #要久久爱

### 消费场景词

#好运 #追剧

### 品类词

#泡面 #方便面.....

### 竞品词

#竞品 #竞品关联词

### 品牌词&品牌品类词

#康师傅 #康师傅方便面 #康师傅泡面

### 品牌产品词

#康师傅番茄面 #康师傅番茄鸡蛋牛肉面.....

## 搜索策略

### 场景词抢占

围绕春节、人群兴趣特点覆盖核心场景词

### 品类词兼顾

短语+精准匹配  
覆盖垂直兴趣人群

### 竞品词卡位

展现差异实现卡位  
提效上下游词拦截

### 品牌词覆盖

覆盖核心关键词  
防范竞品拦截  
影响回搜人群

## 投放目标

抢新

截流竞品  
扩圈招新

固本

巩固口碑

# 具体执行5

“好运” IP互动阵地，聚合用户流量促进转化



激发  
兴趣

KOL种草



吸引  
种草

KOL种草



优质UGC种草



用户福利派发



福利  
转化

天猫店铺



电商  
引流

线下活动动态



线下  
引流

# 具体执行6

## “好运番”遇到“好运城”，泼天好运挡不住

2024年初，哈尔滨迎来史上“最热”春节，康师傅凭借创意+实力，接住这波“尔冰”热情。线下打造人气美味馆，让好运力扩散，线下吸引人流量20,000+，现场分享周边1,900+，实现线上、线下流量承接反哺。



- 创造好运：现场互动投掷“好运签”
- 记录好运：创意“好运番”推车成为网红打卡风景
- 领取好运：好运番花式周边
- 分享好运：小红书记录分享，安利一波好运





# 传播效果

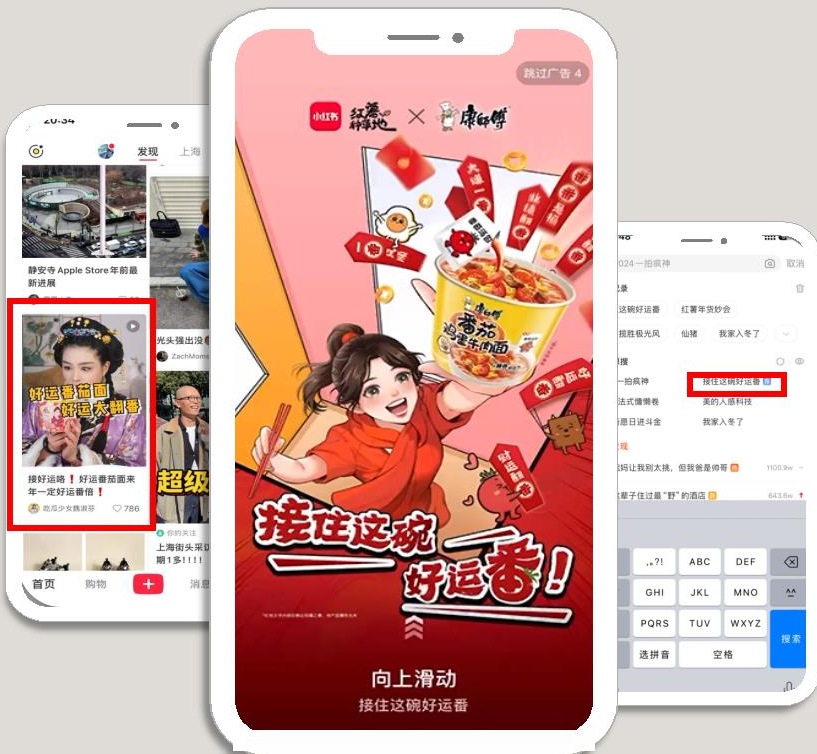
## 引爆价值声量，春节掀起亿级曝光



长尾曝光  
【关联曝光量\*】 **3.61亿+** ↑

项目  
总曝光量 **2.1亿+** ↑

话题  
互动量 **1862.9W+** ↑



春节营销期内  
本品春节场景渗透全面压制竞品



注：【关联曝光量】在小红书APP内，搜索该关键词下近90天发布且时间周期内有搜索内容产生的全站曝光总量。

# 传播效果



## 高效拦截流量，成功竞争阻击

卡位搜索页，以产品内容带动品牌排名提升，直接影响小红书用户消费前的最后一轮决策。

Key words **#泡面**

关键词下**TOP20**，热门笔记内容占比**6篇**

Key words **#方便面**



首位曝光排名从第3升至**第1**（更垂直，更精准）

Key words **#好运**



首位曝光排名**第1**，首位曝光占比**80%~90%**

Key words **#竞品A**



核心竞品A下游词中**上升到第10**，拦截实力提升。

### 品牌词S OV情况

|            |   |
|------------|---|
| 番茄鸡蛋面康师傅   | 1 |
| 康师傅        | 2 |
| 康师傅番茄鸡蛋牛肉面 | 1 |
| 康师傅方便面哪个好吃 | 2 |
| 康师傅泡面      | 1 |
| 康师傅方便面热量   | 1 |
| 方便面康师傅     | 2 |
| 番茄鸡蛋牛肉面康师傅 | 2 |
| 康师傅番茄面     | 1 |
| 康师傅番茄鸡蛋面   | 1 |
| 康师傅番茄方便面   | 1 |
| 康师傅番茄泡面    | 2 |

# 内容爆款频出，消费者心智提升

有效强化#好运#等积极情绪影响，为品牌和产品积累真实口碑和人群资产，助力后链端。



## 正面真实口碑沉淀



-の好露惹"  
好吃，超好吃，但是你最好煮着吃



凌晨两点睡.  
告诉大家用锅煮这个，然后一直煮到没有汤了，  
然后这个面就特别好吃👍👍



冰冰ice  
接好运啦!! 我也去买 02-07 回复

## 差异化心智显著提升,本品已成为品牌第一大单品

