

绝味热卤季：天冷了吃绝味热卤，话题营销引爆新增量

- **品牌名称：**绝味鸭脖
- **所属行业：**食品行业
- **执行时间：**2025.11.17-2026.01.03
- **参选类别：**话题营销类

营销背景：季节痛点与赛道内卷

01 季节性行业痛点

11月冬季天气降温，传统冷卤因产品特性进入消费淡季，而消费者对热食需求高涨，促使品牌调整产品结构。

02 卤味赛道存量竞争

卤味行业告别高速增长期，进入存量竞争阶段，传统“休闲冷卤”进入增长瓶颈，亟待挖掘新的增长点。

03 绝味品牌破局

绝味鸭脖急需打破“休闲零食”刻板印象，探索“绝味出餐”的场景延伸。



营销目标：构建“绝味出餐”的用户心智

短期目标

打造“热卤杯”爆品

以“热卤杯”为爆品，通过话题营销拉动到店核销，打破卤味冬季淡季魔咒，创造销量增量。



长期目标

关联“快餐热卤”心智资产

通过全时段、多场景、多产品占领用户心智，将绝味从“休闲冷卤”向“快餐热卤”迁徙，沉淀“绝味出餐”的心智资产。

绝味热卤季话题营销模型

#天冷了，吃绝味热卤#

● 场景重构 Scene

锚定“热卤+餐”消费场景
精准切入午餐/晚正餐时段，将卤味
转变为正餐选择。

● 情感渗透 Emotion

借公益事件展现品牌社会责任与
人文温度，构建品牌价值认同。



● 话题引爆 Topic

发起#天冷了，吃绝味热卤#热点话题，
利用社媒传播、激活用户互动引爆消费
兴趣，全面触达不同圈层的用户。

● 效能转化 Performance

全域引流达人种草，将线上话题热度和情
感共鸣转化为到店消费，实现品效合一。

核心策略：从“休闲零食”到“快餐热卤”的场景跃迁

#天冷了，吃绝味热卤#



核心洞察：冬季强需求

冬季有消费者需要“好吃、管饱、适合冬季场景的多重选择”，传统冷卤无法完全满足。



核心策略：话题激活消费

以热卤为抓手，全面推动#天冷了，吃绝味热卤#话题互动，激活消费者参与热情增加冬日进店理由！



战略目标：短期破局与长期沉淀

短期开辟增长新路径；长期通过全时段布局，沉淀“绝味出餐”的核心品牌资产。



执行亮点一：创意小票营销，激发UGC传播

创意玩法：小票变身“连载小说”

在购物小票结尾连载抽象爽文小说《靳总，你老婆无敌了》，将普通的消费凭证转化为有趣的阅读载体，给消费者带来意外惊喜。

传播效果：病毒式UGC裂变

新奇形式引发好奇心，网友自发拍照分享、玩梗追更，有效提升了产品复购率，实现了低成本的高效传播。

112W+
UGC内容总曝光

16.2W+
互动量



网友分享的小票“追更”现场实拍

执行亮点二：达人矩阵强劲种草，引爆话题声量

美食达人种草：沉浸式吃播



总曝光量

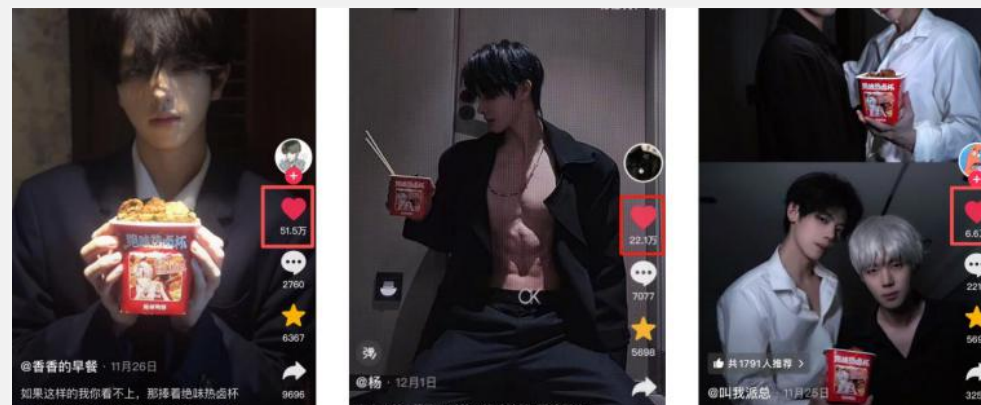
2.6亿+

总互动量

781.1W

邀请16位抖音头部美食吃播达人，在#天冷了吃绝味热卤#话题下，沉浸式吃播分享，通过专业推荐迅速建立产品口碑，覆盖核心受众。

颜值达人破圈：创意变装植入



两条视频最高点赞

50W+

互动量

183W

联合知名颜值达人拍摄变装视频，自然植入绝味热卤杯，成功吸引年轻女性用户，实现破圈传播。

执行亮点三：公益事件传递品牌温度，赢得社会赞誉



公益行动：冬日送暖，传递关怀

在成都劳务市场、重庆背篓专线，为劳工们免费送上热卤杯。不仅为品牌注入了温暖的人文关怀，更展现了绝味的社会担当。



传播效果：权威报道，全网热议

获得九派新闻、闪电新闻等30余家权威媒体自发报道，总曝光量达683.2W，赢得了网友的一致好评。

全渠道整合：线上线下载体传播

官方矩阵运营：自有媒体高频互动

调动绝味官方号、职人号及试吃员矩阵，围绕热卤季高频玩梗激活用户，总曝光量达1406万。



1406万

官媒矩阵总曝光量

“痛”店氛围：线下营造氛围

门店营造“痛”店氛围，全部替换“热卤季”主题视觉，高曝光吸引用户注意力，营造热卤季氛围拉动午餐时段销量增长。



营销效果与市场反馈



全网声量爆炸

2.6亿+

#天冷了吃绝味热卤#营销话题全网总曝光量超过2.6亿，实现品牌声量的跨越式增长。



抖音单渠道销量突破

100万杯

仅抖音单渠道“热卤杯”销量即突破百万大关，远超销售预期，形成可复用的增量产品。



增长模型验证

全域引流

新品销量首超外卖，成功验证“线上引流到店核销”模型的高效性。

心智占领：从“休闲冷卤”到“快餐热卤”迁徙



抖音平台--实现声量的质的飞跃

TOP1

“热卤”搜索词云
斩获TOP1

600%

A3人群增幅超600%
行业排名TOP8

TOP8

A3人群从TOP70飙升
至全餐饮业TOP8

笔记内容词云

排序	词云名称
1	绝味鸭脖
2	鸭脖
3	周黑鸭
4	追剧

行业排名 | A3人数

8	绝味
	肯德基
2	蜜雪冰城
	德克士



战略结论：

成功推动用户心智从“休闲冷卤”向“快餐热卤”转变，热卤正餐化战略在心智层面取得决定性胜利。

权威认可：获得行业与媒体高度赞誉

权威媒体聚焦报道

绝味“热卤正餐化”品牌战略获得人民传播、CCTV品牌中国等366家权威媒体报道，累计曝光量超1368万，品牌声量显著提升。

营销行业典范案例

《乙方别开枪是我》《广告狂人》等顶尖营销媒体深度解析，被誉为行业内的经典标杆案例。

— **366家媒体助推品类心智破局** —

主导热卤季“升温战”！从“休闲冷卤”向“正餐热卤”延伸

城市新周刊
热卤杯上线即断货！绝味浏览量：825553 餐桌新增量

人民传播
全媒体融合平台
热卤杯上线即断货！绝味破局冬日淡季，开辟餐桌新增量
2025-12-08 阅读量：1500950

随着降温信号席卷全国，绝味在这个冬日打出了一场漂亮的“升温战”。11月17日，绝味重磅新... 不仅验证了消费者对绝味“热卤+餐”模式的高度认... 绝味在全国掀起抢购热潮，让消费者在冬日里也能享受到热卤带来的温暖与美味。