
MEIZI YUWEI

美滋豫味品牌 推广策划



摘要

“美滋豫味”品牌推广策划主要针对休闲食品市场进行。分析显示，行业规模持续增长，消费者偏好健康、个性化产品，电商渠道崛起。品牌面临知名度低、形象不鲜明的问题，但拥有文化底蕴和原材料优势。

策略上，提出“美滋豫味，欢豫加倍”的主题，旨在传递河南美食文化，提升品牌认知。计划通过线上话题挑战赛、沉浸式文化游戏及线下景区补给站等形式，吸引年轻消费者，增强社交传播。

活动将结合河南文化元素，如“豫麦仔”角色、河南地图迷宫等，提升品牌趣味性和互动性。同时，利用社交媒体和电商平台进行多渠道营销。

期望拓展营销渠道与社交传播，提升消费群体对品牌的认知度，打造出河南省“金字招牌”，向世界传递河南美味零食与文化魅力





目录

01 营销分析

02 策略提案

03 活动方案

04 媒介排期

SECTION 01

营销分析



行业分析



随着经济发展和居民生活水平提高，消费者在休闲食品上的支出不断增加。据统计，过去 5 年全球休闲食品市场规模以年均 5% 的速度增长，国内市场增速更为显著，年增长率达 8% 左右。



在消费需求方面，低糖、低脂、高蛋白的休闲食品成为市场新宠，同时，便捷性、个性化的产品也备受青睐。从销售渠道来看，电商渠道凭借其便捷性和广泛的覆盖范围，市场份额不断扩大，目前已占据休闲食品总销售额的 30% 左右，且仍保持较高的增长速度。

小结

1. 休闲食品行业呈蓬勃发展态势。
2. 消费者对健康、营养的关注度日益提升

市场分析



快消市场逐步回暖，以价换量成为销售回升主旋律

主要渠道*快消品销量价季度增幅%



数据来源: 尼尔森IQ线上线下商品零售监测数据, *主要渠道季度增幅包含线下及传统电商, 不含内容电商
加权销量增幅=Σ(品类销售占比×品类销量增幅);
价格增幅=销量增幅-加权销量增幅

© 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

休闲零食重点品类

饼干膨化

1、膨化食品
2、夹心饼干
3、曲奇饼干
4、塑性饼干
5、薄脆饼干
.....

坚果

1、混合坚果
2、瓜子
3、花生
4、松子
5、腰果
6、夏威夷果
7、核桃
.....

糕点

1、吐司
2、手撕面包
3、新鲜蛋糕
4、夹心面包
5、月饼
6、蛋黄酥
7、肉松饼
.....

肉干卤味

1、鸡肉
2、牛肉
3、鸭肉
4、猪肉
5、卤味素食
.....

糖果冰淇淋

1、糖果
2、冰淇淋
3、喜糖
4、果冻
5、口香糖
6、软糖
.....

蜜饯蔬果干

1、枣类制品
2、梅类
3、山楂类
4、陈皮
5、芒果干
.....

豆干制品

1、豆腐干
2、素肉
3、面筋制品
4、臭豆腐
5、千张
6、素鸡
.....

- **市场规模稳步增长:** 国内休闲食品市场规模庞大且持续扩张, 预计未来 3 - 5 年将继续保持稳定增长。
- **市场细分:** 不同细分市场具有不同的消费需求和购买特点。
- **渠道分析:** 传统销售渠道如超市、便利店仍占据主导地位, 但电商平台和新零售渠道发展迅速。。

小结

1.市场向高端化方向发展2.市场细分精细3.销售渠道多元化

品牌分析

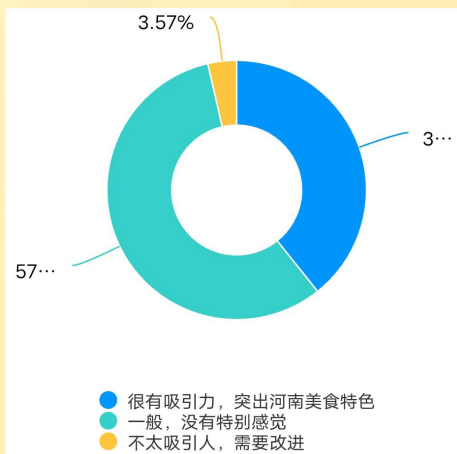
文化底蕴深厚

河南悠久的历史文化赋予品牌深厚的文化底蕴，可以打造差异化产品。

品牌形象不鲜明

品牌形象不够鲜明，57.14%的消费者对于品牌名称印象一般，缺乏能够吸引消费者关注和喜爱的独特个性。

对于“美滋豫味”这个品牌名称，您的第一印象是？

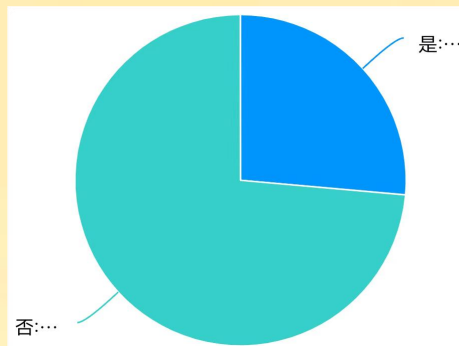


原材料充足

河南丰富的农产品资源为品牌提供了充足且优质的原材料，能有效降低生产成本并保障供应稳定。

品牌知名度低

您是否听说过河南休闲食品公共品牌“美滋豫味”？品牌推出时间短，知名度较低，仅 26.42% 的受访者听说过该品牌，在市场上的曝光度和认知度严重不足。



原材料供应稳定，但品牌知名度不够

目标消费者分析



人群

16-25年轻消费者
26-40职场人群



特点

追求健康、美味的食品，消费意愿强，接受新事物快，购买频率适中。



生活

热衷社交分享，互动体验，偏好高颜值零食，关注便携性



潜在

过节送礼人群，中小學生，文旅游客

1.追求年轻化

小结
2.热爱社交

3.追求便捷

竞争者分析



品牌初级阶段，大众知晓范围有限

需要拓展销售渠道

切实落实7+28+N产业链发展规划

有河南美食文化和农产品资源作为支撑，
但在产品创新和多元化方面还需加强

品牌认知度

销售渠道

政策响应

产品特色

经多年的推广和建设，有较高的认知度

推行线上线下一体化策略，实行全渠道
营销

支持打造电商产业园区，建设数字化云
仓

丰富的海洋资源、农产品资源

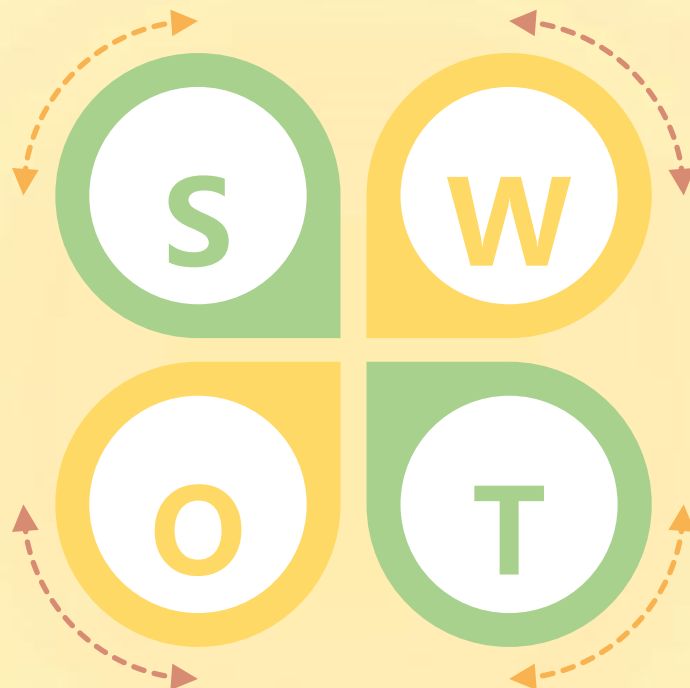
小结

作为新河南休闲食品公共品牌，当前知名度有限，美誉度待产品验证，忠诚度尚未构建，需借特色产品与营销提升认知。

SWOT分析

- 资源优势
- 文化优势
- 产业基础优势

- 消费升级机遇
- 电商与新零售发展向好
- 政策支持



- 品牌知名度低
- 品牌形象不鲜明
- 企业规模与竞争力不足

- 市场竞争激烈
- 消费者需求多变
- 食品安全问题

我们的主要问题是：

1. 品牌新提出阶段，“美滋豫味”形象不够鲜明
2. 主流社交平台账号空白



我们的解决办法是：

1. 贴近消费者，打造使用场景，塑造品牌形象
2. 开通官方账号，开展挑战赛，增加话题讨论度

SECTION 02

策略提案





品牌：
美滋豫味



品牌特点：
浓厚的文化底蕴



豫



欢豫

目标消费者：
16-25年轻消费者
26-40职场人群



群体特点：
热衷社交分享



诉求：
健康和便携性



美滋豫味，欢豫加倍

主题阐述

作为河南简称，直接锚定地域属性，强化“河南出品”的品质信任

古汉语中“豫”通“悦”，自带“安乐、愉悦”语义，与休闲食品的“情绪价值”天然契合。

快乐是全年龄段、全文化背景的共同追求，“欢豫”将河南的地域特色与人类共通情感结合，避免“地域品牌”的认知局限，适合全国化传播。

“欢豫”既指“欢乐的河南零食”，又谐音“欢愉”，“加倍”暗示“快乐×2”，用数学化表达具象化情感体验；

营销目标



策略框架

线上造势发起活动

景区补给点

沉浸式文化闯关体验

前期轰炸

中期打响

后期升华

豫味研究所

豫山豫水，味享登高

麦闯中原

SECTION 03

活动分析





「豫味研究所」

线上篇



美滋豫味～我的中原味～

豫味美食狂欢来袭～

#美滋豫味·我的中原味 三大玩法脑洞大开！

用山药片做披萨、花生酥拌酸奶？
#豫麦仔的100种玩法 等你解锁神仙DIY！

化身考古达人，用零食复刻甲骨文、青铜器？

#穿越千年的豫味 邀你玩转文化摆拍！

线上话题挑战赛

活动内容： 主话题：#美滋豫味·我的中原味#

子话题：#豫麦仔的100种玩法#：鼓励用户用休闲食品DIY创意美食（如用山药片做披萨底、花生酥碎拌酸奶），上传教程视频。

#穿越千年的豫味#：结合河南考古热点（如殷墟、二里头遗址），用零食摆拍“考古现场”（如用饼干拼甲骨文、巧克力模拟青铜器纹路）。

#豫味盲盒猜猜乐#：品牌每周发布“神秘零食”局部特写图，用户猜测品类，猜对可参与抽奖。

活动奖励： 在微信视频号、抖音、小红书同步发起话题，设置“每日精选奖”（送定制版豫麦仔公仔）

活动时间

2025年5月20日-6月15日

活动地点

抖音，微博，小红书



景区补给点场景化运营

活动场景：补给站采用“麦田”主题造型，顶部用麦秆元素装饰，嵌入“美滋豫味”LOGO灯箱。设立“豫味能量站”货架，分区陈列辣条、米果、红枣糕等河南特色休闲食品，搭配试吃装（小包装设计融入景区IP，如老君山金顶图案）。

活动内容：游客用3个空瓶/易拉罐可兑换指定零食1份，补给点设置分类回收箱，联合景区发起“带走垃圾·留下美味”公益行动，同步在品牌官微公示回收数据。

活动时间

2025年6月20日-7月10日

活动地点

老君山等景区



豫麦仔登高奇遇记

活动内容：补给点设置“豫麦仔”人偶打卡点，游客合影发朋友圈带话题#美滋豫味登高见#，可领取“豫味能量包”（含2款随机零食+景区定制明信片），集28赞可再领小礼品，品牌每日精选10条优质内容转发至官方账号。

活动目的：吸引路人驻足，互动性强，**提高品牌知名度**

活动时间

2025年6月20日-7月10日

活动地点

微信，微博，小红书



沉浸式文化闯关体验

游戏世界观搭建： - 角色设定：**主角**“豫麦仔”：头戴麦穗帽的Q版少年，结合饕餮和“贾湖骨笛”文化元素，技能为“吹笛成兵”（发射花生豆攻击障碍）。**反派角色**：“馋嘴老烩”（烩面拟人化反派，设置面条障碍）、“胡辣汤妖”（喷射辣椒迷雾），增加河南美食趣味化冲突。

地图设计：以河南地图为原型的迷宫版图，关卡命名如“龙门石窟迷阵”“红旗渠栈道”。

玩法机制升级：玩家操控豫麦仔收集“五谷能量”（小麦、玉米、花生、大豆、芝麻图标），避开障碍抵达终点，每关限时90秒，超时则触发“烩面粘锅”失败动画。

好友助力：每日可邀请3位好友帮忙解锁新关卡，助力者可获得“麦穗币”，兑换游戏内“牡丹花皮肤”或线下补给点折扣券。





「麦闯中原」

线上篇





豫麦仔[®]
小麦湖骨笛

奖励体系

初级奖励:
通关即得10-50麦穗币，
可兑换微信红包封面、
豫麦仔表情包。

中级奖励:
累计300麦穗币兑换
“美滋豫味盲盒”

中级奖励:
累计300麦穗币兑换
“美滋豫味盲盒”
(含3款新品+景区联名贴纸)

终极奖励:
月度积分榜前100名玩家，
可参与“豫麦仔家乡行”线下活
动产河品撬动工+探访河南南品
食品工厂高山体验。

沉浸式文化闯关体验

奖励体系：初级奖励：通关即得10-50麦穗币，可兑换微信红包封面、豫麦仔表情包。

中级奖励：累计300麦穗币兑换“美滋豫味盲盒”（含3款新品+景区联名贴纸）。

终极奖励：月度积分榜前100名玩家，可参与“豫麦仔家乡行”线下活动，探访河南食品工厂+嵩山登高体验。

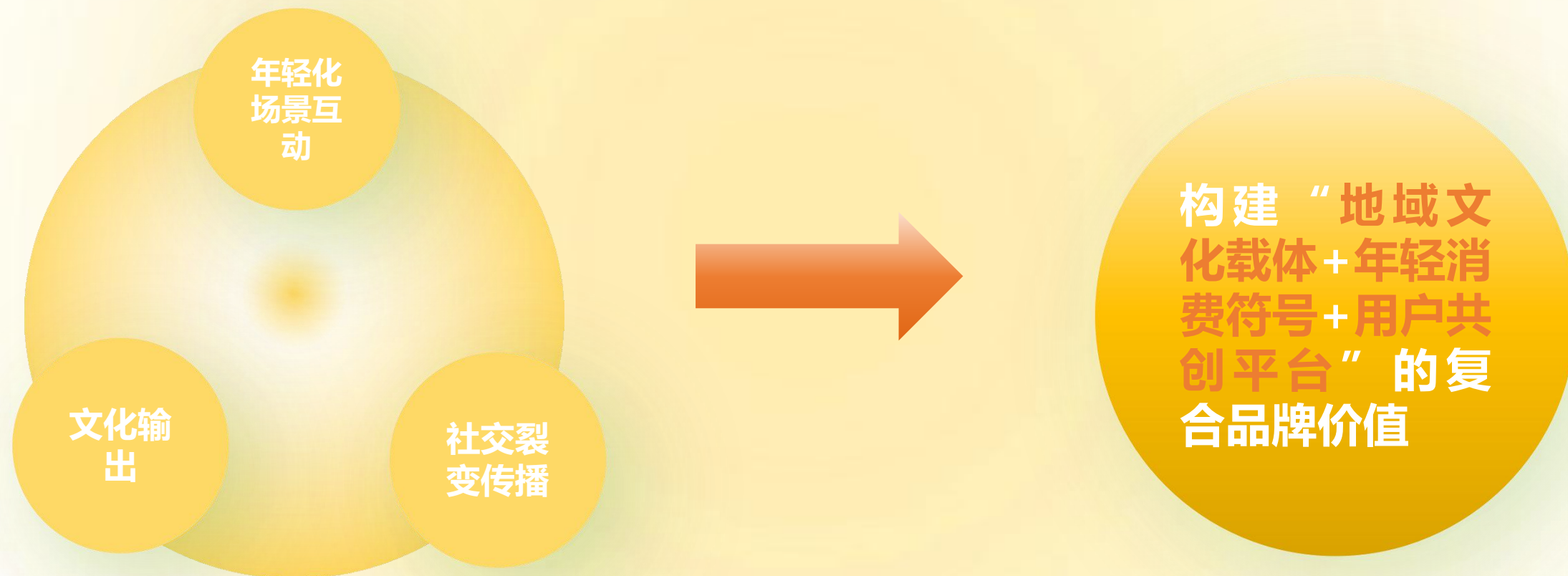
活动时间

2025年7月15-8月10日

活动地点

微信小程序
微信公众号

通过这些活动我们预期达到：



SECTION 03

媒介排期



媒介排期

媒介选择	投放内容	5月	6月	7月	8月
网络	微博推广	√	√		
	小红书推广	√	√		
	抖音推广	√	√		
	微信小程序			√	√
	微信公众号			√	√
线下	河南各景点		√	√	

媒介预算

媒介选择		具体形式	投放时间	预算（万元）
线上	新浪微博	官方发布活动及话题	2025. 5. 20-6. 15	20w
		联合大V、参与		
	小红书	官方发布联合预告，品牌官微+合作KOL转发，带话题#美滋豫味·我的中原味#	2025. 5. 20-6. 15	30w
	抖音			
	小程序	技术开发，3D化游戏场景	2025. 7. 15-8. 10	80w
	微信	投放朋友圈广告，微信搜一搜广告	2025. 7. 10-8. 10	10w
线下	场景布置	设置麦田能量站站点（定制灯箱、回收箱、试吃货架等）、KOL合作	2025. 6. 20-7. 10	30w
	产品	河南知名休闲食品品牌合作	2025. 6. 20-7. 10	5w
	豫麦仔形象	定制豫麦仔人偶、人偶演员	2025. 6. 20-7. 10	8w
	奖励机制	零食大礼包、优惠券、定制公仔、礼品、明信片	2025. 5. 20-8. 10	6w
总计				189w

附录：

1. 您的年龄段是？

- ☐ 18岁以下 ☐ 18-25岁 ☐ 26-35岁
☐ 36-45岁 ☐ 46-55岁 ☐ 55岁以上

2. 您的性别是？

- ☐ 男 ☐ 女

3. 您的职业是？

- ☐ 学生 ☐ 企业职员 ☐ 公务员/事业单位
☐ 自由职业 ☐ 其他 _____ *

4. 您的月收入水平是？

- ☐ 2000元以下 ☐ 2000-4000元 ☐ 4000-6000元
☐ 6000-8000元 ☐ 8000元以上

5. 您平时购买休闲食品的频率是？

- ☐ 每天 ☐ 每周几次 ☐ 每周一次
☐ 每月几次 ☐ 几乎不买（请跳至第9题）

6. 您通常在哪里购买休闲食品？（可多选）

- ☐ 超市 ☐ 零食专卖店 ☐ 直播间
☐ 线上商城 ☐ 其他 _____ *

7. 您每月在休闲食品上的花费大约是多少？

- ☐ 50元以下 ☐ 50-100元 ☐ 100-200元 ☐ 200元以上

8. 您购买休闲食品时，最看重的因素是什么？（可多选）

- ☐ 口味 ☐ 价格 ☐ 品牌 ☐ 包装 ☐ 健康
☐ 其他 _____

9. 您最常在什么场合食用休闲食品？（多选）

- ☐ 看电视/电影时 ☐ 休闲聊天时 ☐ 运动后
☐ 旅行途中 ☐ 工作间隙 ☐ 其他 _____

10. 您对河南休闲食品的了解程度是？

- ☐ 非常了解 ☐ 比较了解 ☐ 一般 ☐ 不太了解
☐ 完全不了解（请跳至第17题）

11. 您是否听说过河南休闲食品公共品牌“美滋豫味”？

- ☐ 是 ☐ 否（请跳至第14题）

12. 您认为“美滋豫味”品牌要提升知名度，最有效的方式是什么？（可多选）

- ☐ 加大广告宣传力 ☐ 举办线下品鉴活动
☐ 与知名IP合 ☐ 其他 _____

附录：

13. 对于“美滋豫味”这个品牌名称，您的第一印象是？

- ☐ 很有吸引力，突出河南美食特色
☐ 一般，没有特别感觉 ☐ 不太吸引人，需要改进

*填写完该题，请跳至第15题。

14. 您对河南休闲食品的印象是？（可多选）

- ☐ 传统 ☐ 美味 ☐ 实惠 ☐ 健康 ☐ 其他

15. 您认为河南休闲食品的优势是什么？（可多选）

- ☐ 历史悠久 ☐ 种类丰富 ☐ 价格实惠
☐ 口味独特 ☐ 其他 _____

16. 您认为河南休闲食品的劣势是什么？（可多选）

- ☐ 品牌知名度低 ☐ 包装不够精美
☐ 产品创新不足 ☐ 营销推广不够 ☐ 其他

17. 您认为河南休闲食品公共品牌应该具备哪些特点？（可多选）

- ☐ 代表河南特色 ☐ 高品质 ☐ 创新 ☐ 时尚
☐ 健康 ☐ 其他 _____

18. 您希望河南休闲食品公共品牌推出哪些类型的产品？（可多选）

- ☐ 传统糕点 ☐ 坚果炒货 ☐ 肉制品
☐ 素食产品 ☐ 其他 _____

19. 您愿意为支持河南休闲食品公共品牌而支付更高的价格吗？

- ☐ 非常愿意 ☐ 愿意 ☐ 一般
☐ 不太愿意 ☐ 完全不愿意

20. 您认为哪些促销活动最能吸引您购买河南休闲食品公共品牌的产品？（多选）

- ☐ 打折促销 ☐ 买赠活动 ☐ 满减活动
☐ 会员专享优惠 ☐ 其他 _____

21. 您对河南休闲食品公共品牌的发展有什么建议？

THANK
YOU

感谢您的观看
