

我要红—小杨生煎小龙虾新品

- ◆ 广告主: 小杨生煎
- ◆ 所属行业: 餐饮类
- ◆ 执行时间: 2019.07.16-08.15
- ◆ 参选类别: 创意H5营销类



小杨生煎
YANG'S DUMPLING

小龙虾生煎的走红之路



营销背景

小杨生煎作为一个历时25周年的“老”品牌，一直尝试推陈出新，借助时令新品吸引年轻消费者。

今夏推出小龙虾生煎，将流量产品和生煎包进行结合，加强与年轻消费者的交流。

YANG'S
DUMPLING

营销目标

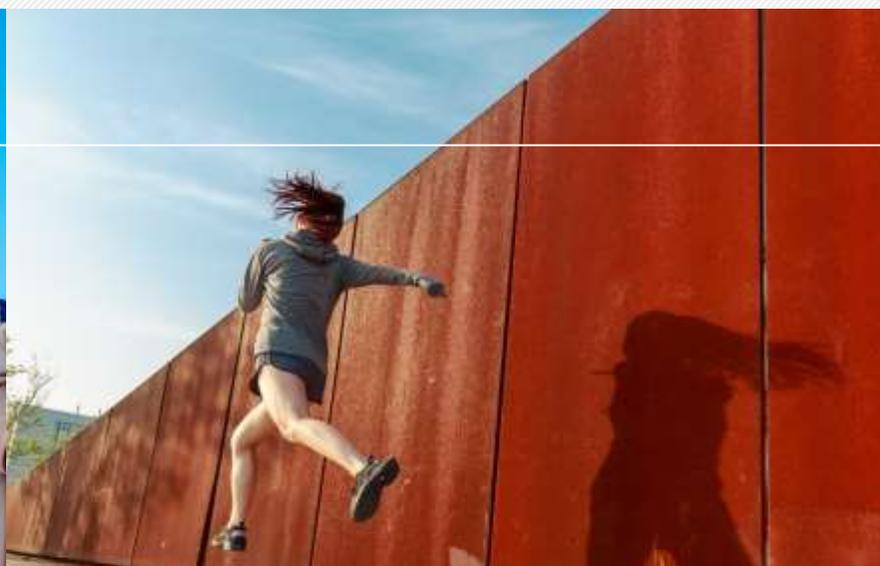
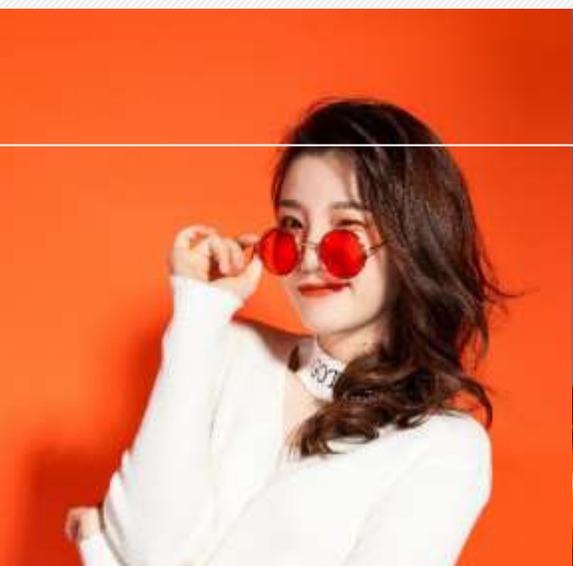
引导更多年轻人进店尝试小龙虾生煎，
继续树立小杨生煎在生煎品类不可动摇的
地位。

同时，借助新品的营销，展现小杨生煎
更具活力的品牌形象和品牌态度。



营销洞察

当下年轻人拥有想红的生活理想，又抱有凭实力说话的生活态度。希望生活中有所成就，更希望获得成就的路不委屈自己内心。回归产品本身，将小龙虾的特色和年轻人“站着把钱挣了”的生活追求相结合，是打造夏日爆款的核心。





产品洞察

小龙虾三大特色：色泽**红**，口感**嫩**，口味**辣**

生煎特色：秉承老工艺，**明火**蒸制

红——不仅代表色泽，也代表**名气**

辣——不仅在于口感，也在于**态度**

明火——不仅能蒸制生煎，也能**磨砺自我**



易燃易炸

当红微辣

易燃易炸——出自九零后民谣女歌手陈粒的代表作《易燃易爆炸》，易燃装置在今夏也是某热播综艺节目的战队名，其代表着年轻人率真率性的生活态度。同时生煎的制作过程本身“易燃易爆炸”。

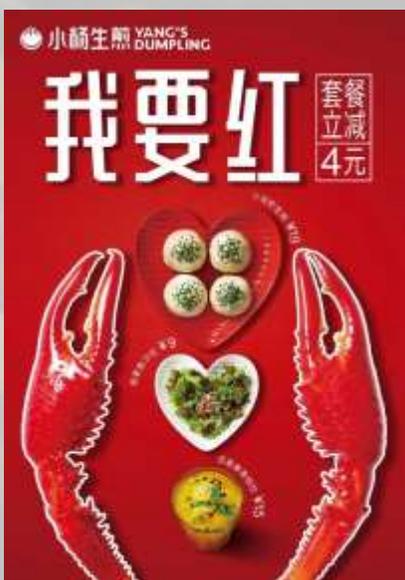
当红微辣——当红代表着年轻人渴望成功的生活理想，微辣则代表了他们端正直白的生活态度。同时红和辣又是小龙虾的色泽和口感特色。

媒介执行/活动页面

互动H5：手指猛擦屏幕，“摩擦生火”，蒸制小龙虾生煎包



媒介执行/场景定向



APP开屏

门店商圈人群



信息流

美食热爱人群



品牌搜索结果页

品牌人群



商场页

商场购物人群



门店页

消费决策人群

效果&反馈



活动曝光
365W次



参与游戏
10.8W人



奖券发放
28W张



门店流量
+41%
品牌搜索
+33%



小龙虾生煎销量
+21%

