

故里蟹味品牌推广案例

- ◆ **品牌名称：**故里蟹味
- ◆ **所属行业：**食品饮料类
- ◆ **执行时间：**2023.06.01-11.30
- ◆ **参选类别：**食品饮料类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://www.xinpianchang.com/a12716961?from=UserProfile>

南通里下河地区盛产高品质大闸蟹，但因为没有自己的品牌，一直是散卖的状态，养蟹的乡亲们收入也十分微薄，只能靠当地市场自销。

品牌创始人作为4A广告公司老板，一直以来，都想用自己的力量为家乡做点什么。今年因为一些家事来回奔波于工作地和家乡，跟家里养蟹的乡亲、村里的支书打交道久了，发现家乡的蟹真的很好，于是萌生一个想法，想利用自己的资源和力量为家乡造一个蟹品牌，把它推向全国，把家乡的美味以厚道的价格分享给更多的人。

实施乡村振兴，是中共十九大作出的重大决策部署，故里蟹味品牌积极响应“三农”新号召，为乡村振兴贡献重要力量。

阳澄湖大闸蟹虽独霸江湖，但真假阳澄湖大闸蟹混淆市场，越来越多的人对阳澄湖产生了不信任，如此机遇下，**如何通过营销，打造一个媲美阳澄湖的品牌，是我们的核心命题。**

解决思路 1 定位

产地不冒充阳澄湖
产品不逊于阳澄湖

对标阳澄湖，表明品牌立场

解决思路 2 广告语

故里西泊，儿时蟹味

以儿时记忆进行情感沟通

解决思路 3 故事线

把家乡的美味以厚道的
价格分享给全国

以创始人为IP为家乡蟹代言

策略执行



PROMOTE 推广节奏

情怀落地



情感沟通



对标阳澄湖



产品剖析



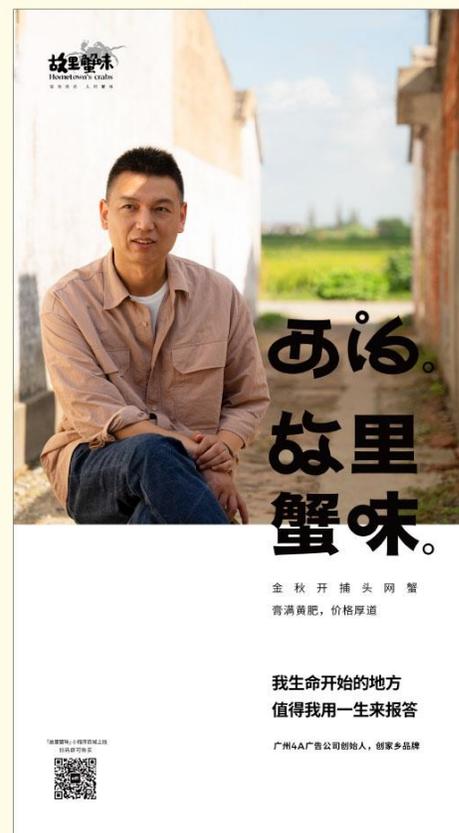
营销事件

策略执行

创始人出镜，为家乡大闸蟹代言

情怀落地

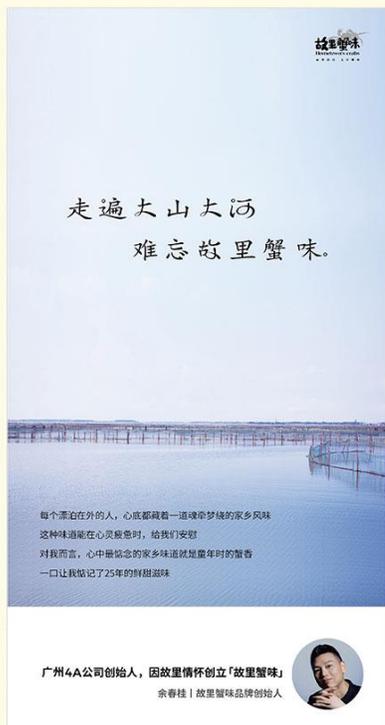
文案点明了初心和背景，
同时也唤醒了很多背井
离乡游子的共情。



策略执行

有故事的商品详情页

详情页有别于淘宝的传统表述，将整个详情页以故事线展开



走遍大山大河
难忘故里蟹味。

每个漂泊在外的人，心底都藏着一道魂牵梦绕的家乡风味
这种味道能在心灵疲惫时，给我们安慰
对我而言，心中最想念的家乡味道就是童年时的蟹香
一口让我铭记了25年的鲜甜滋味

广州4A公司创始人，因故里情怀创立「故里蟹味」
余春桂 | 故里蟹味品牌创始人



半生闯荡，行走一生的脚步
起点，终点，归根到底都是家的方向
桂哥，是土生土长的南涌白甸镇人
始终对里下河充满眷恋
记忆里菱角/藕藕/水塘无不牵动着内心
对儿时的清甜蟹味更是有感情

作为广州4A公司创始人
桂哥，一直致力于为各大企业打造品牌
这一次，怀着助力乡村振兴的初心
桂哥精心打造「故里蟹味」品牌
让家乡的蟹能走出南涌，走向中国
让故里游子们远在他乡
也能一尝家乡美味

01 好水养好蟹，水乡桃源里的珍宝

白甸镇地处里下河
享有「梦里水乡，水上桃源」美誉
这里河道纵横/水网密布/地势低洼
蓬勃的生命，在此周而复始的循环
这里水质纯净，河流奔腾活跃，岸边草木葱郁
这样的自然环境
赋予大闸蟹鲜美甘甜和非凡的灵性



里下河

02 天然养殖，鲜美源于自然馈赠

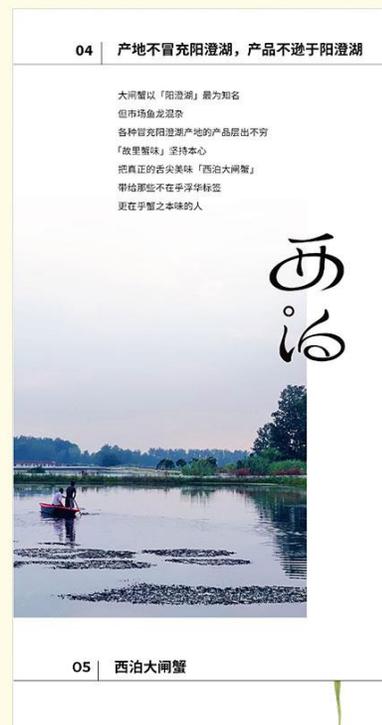
河流里，水草荡漾出柔软的线条
鱼群伴随着生命的律动
精心挑选的优质蟹苗被播撒在这片水域
水草和鱼虾就是蟹的天然饵料
与吃饲料的同类相比
它们拥有更健壮的体魄和更天然的美味
加之，白甸镇土壤肥沃粘黏，保水性强
水底淤泥富含有机质/腐殖质/底栖生物



它们拥有更健壮的体魄和更天然的美味
加之，白甸镇土壤肥沃粘黏，保水性强
水底淤泥富含有机质/腐殖质/底栖生物
养殖出的蟹不仅色泽艳丽/膏满肥美
更富含矿物质/多种维生素
蛋白质含量也高于其他蟹

03 精挑细选，只为带给大家更好的蟹

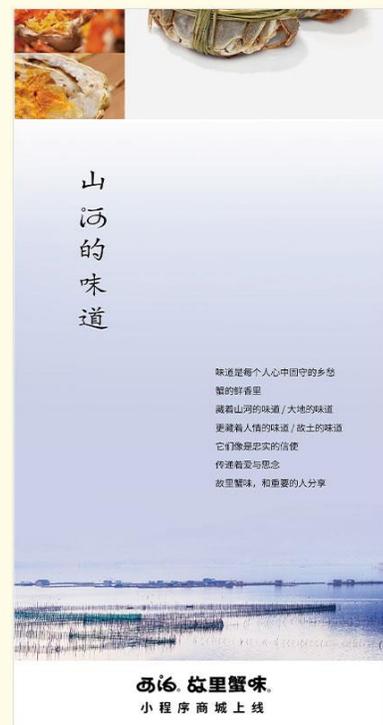
养蟹就像做人
不仅要真材实料，更要去杂选优
故里蟹味每一只流向市场的蟹
都经由数十位老道蟹农层层甄选
是伏中选优的新鲜/活力/甘甜的大规格蟹



04 产地不冒充阳澄湖，产品不逊于阳澄湖

大闸蟹以「阳澄湖」最为知名
但市场鱼龙混杂
各种冒充阳澄湖产品的层出不穷
「故里蟹味」坚持本心
把真正的舌尖美味「西泊大闸蟹」
带给那些不在乎浮华标签
更在乎蟹之本味的人

05 西泊大闸蟹



山河的味道

味道是每个人心中守护的乡愁
蟹的鲜香里
藏着山河的味道/大地的味道
更藏着人情味的味道/故土的味道
它们是忠实的信使
传递着爱与思念
故里蟹味，和重要的人分享

西泊 故里蟹味
小程序 商城 上线

策略执行

见信如面，与好友分享自己正在做的一件有意义的事

向朋友圈20%有影响力的人点对点发送长信，以真诚语言打动好友，触动好友主动传播，引发裂变



创始人版本

其他人版本

策略执行

走心插画海报刷屏，用情怀牌以小博大、脱颖而出

巧妙借势中秋团圆之际游子的浓厚乡情，用插画和走心的语言引发共鸣



策略执行

洞察市场乱象，表达自己的品牌立场

对标阳澄湖

不仅把各种冒充阳澄湖大闸蟹的市场乱象点出来，更表明了自己的立场；最后一句送面子PK送真情，也是洞察人心的表达，等同于和收礼的人说：“送你故里蟹味的人，才是真正在乎你的人”



策略执行

全方位展示产品生长、养殖优势，打消顾虑，撬动购买

从水质、养殖、选品各方面展示故里蟹味的独特优势，从里下河风光，人文到蟹的生长环境，让客户身临其境了解大闸蟹的生长，提升信任度。



产品剖析海报



风光记录片

策略执行

高价大闸蟹乱象下，以“厚道价格”作为临门一脚，刺激购买

产品剖析

厚道的价格既委婉又坦诚，更利于品牌的人设建立



策略执行

以视频号、抖音号为阵地，系列vlog生动展示蟹的真实品质



策略执行

诱惑力吃蟹海报刷屏，色香味俱全的图+感染力文字=马上下单

不管什么时候看，吃得有多撑，都能让客户边看边咽口水



「故里蟹味」和重要的人分享

吸一口软腻蟹膏
味蕾瞬间被挑逗
又是一场口水淋漓
膏满黄肥，价格厚道



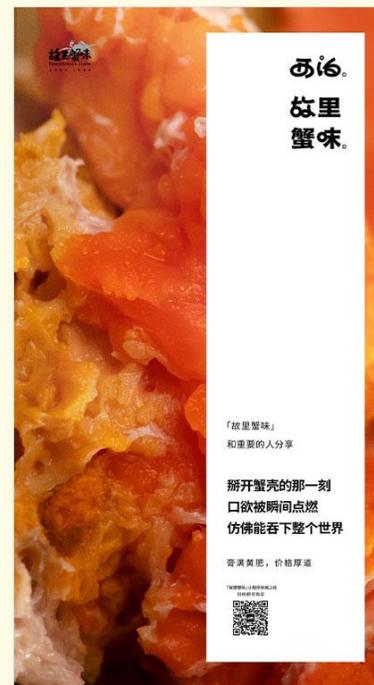

「故里蟹味」和重要的人分享

鲜嫩回甘的蟹肉
沾上一口蟹醋
口水瞬间乱了方寸
膏满黄肥，价格厚道



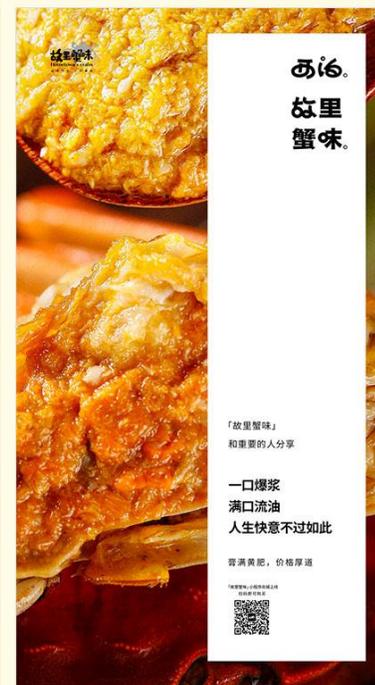

「故里蟹味」和重要的人分享

鲜味在舌尖蔓延
仿佛灵魂
都被蟹黄包围
膏满黄肥，价格厚道

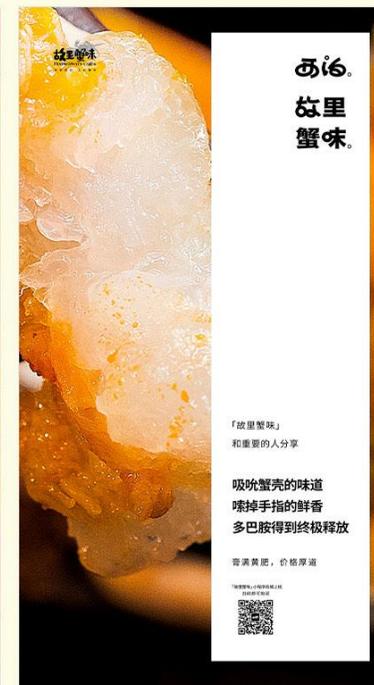
「故里蟹味」和重要的人分享

掰开蟹壳的那一刻
口欲被瞬间点燃
仿佛能吞下整个世界
膏满黄肥，价格厚道

「故里蟹味」和重要的人分享

一口爆浆
满口流油
人生快意不过如此
膏满黄肥，价格厚道

「故里蟹味」和重要的人分享

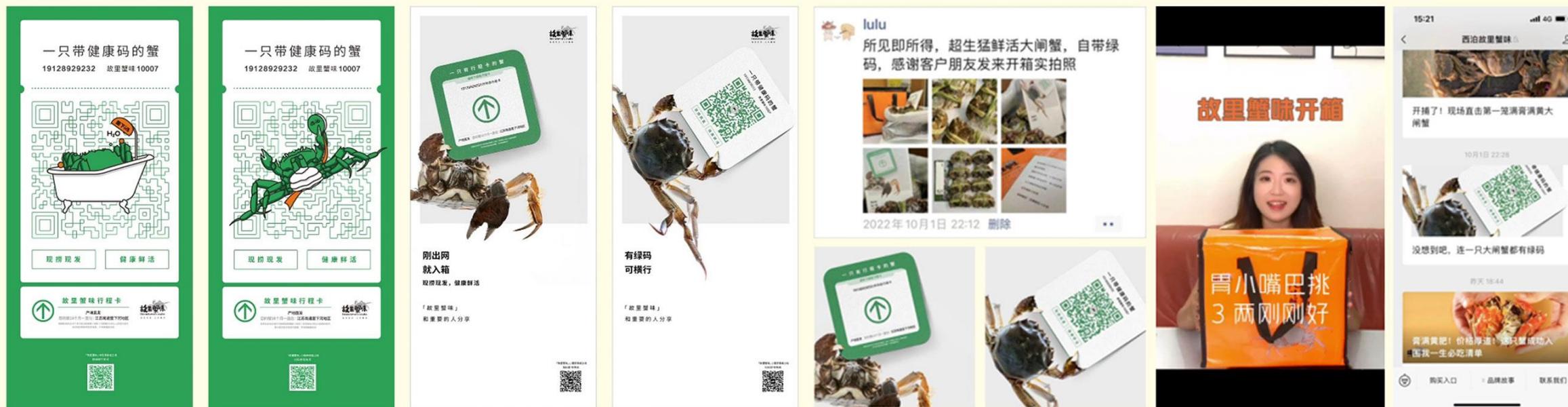
吸吮蟹壳的味道
嗦掉手指的鲜香
多巴胺得到终极释放
膏满黄肥，价格厚道



策略执行

“一只带健康码和行程码的蟹”营销事件

“国庆远行，绿码大闸蟹”加持创意海报，开箱视频，开箱照片刷屏朋友圈



创始人亲自出镜，担任品牌代言人，通过真人访谈、产地实景等让人信服的手法，用真挚的家乡情怀带出产品，品牌亮相即建立**信任感**。

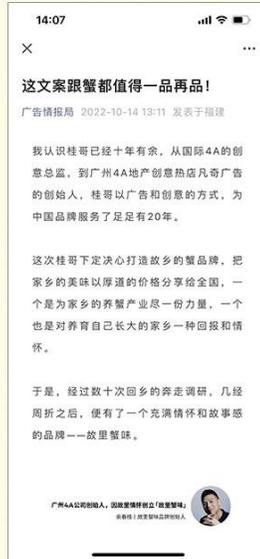
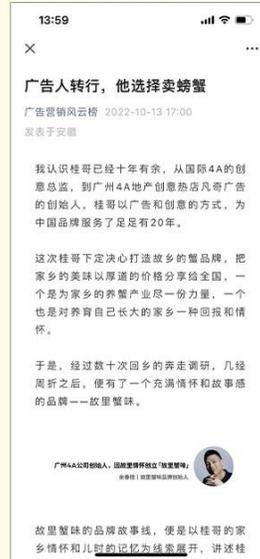
区别于传统农业电商产品土味接地气的打法，故里蟹味通过**高质量的海报、好质感风光大片、洞察人心的情感诉求**等高端品牌的宣传手法，让三农产品做出高级感，**提升品牌档次**。

通过大量优质内容输出，迅速吸引大量高端受众对品牌的关注。

营销效果

南通电视台、南通发布平台主动报道“故里蟹味”

一系列的创意内容和事件，引发媒体主动报道



营销成果

视频累计点赞
12030次

视频累计收藏
3704次

视频累计评论
893次

双十一销售暴增
超120%

