

## 珠江桥牌小红书特色种草品效案例

- ◆ **品牌名称：**珠江桥牌
- ◆ **所属行业：**调味品行业
- ◆ **执行时间：**2023.12-2024.01
- ◆ **参选类别：**区域特色品牌营销类

## 素材视频

视频一：荷包蛋也能这么好吃！！👍太太太下饭了！

[https://www.xiaohongshu.com/explore/65aff34e00000002b03e98b?xsec\\_source=pc\\_feed](https://www.xiaohongshu.com/explore/65aff34e00000002b03e98b?xsec_source=pc_feed)

视频二：冬天来上一碗猪脚姜整个人都暖暖的！

[https://www.xiaohongshu.com/explore/658ecd5b00000001101c986?xsec\\_source=pc\\_feed](https://www.xiaohongshu.com/explore/658ecd5b00000001101c986?xsec_source=pc_feed)

视频三：可以出摊的酸辣柠檬鸡爪🔥酸辣过瘾吃不腻呀

[https://www.xiaohongshu.com/explore/66175f6600000001a00c4c5?xsec\\_source=pc\\_feed](https://www.xiaohongshu.com/explore/66175f6600000001a00c4c5?xsec_source=pc_feed)

# ● 背景&目标

## 背景诠释

- “珠江桥牌”，作为广新集团旗下的调味料品牌，之前均在海外销售。目前第一次在国内传播。以“粤式料理调味大师”的新定位与消费者沟通，拥有‘中华老字号’品牌实力。珠江桥牌选择小红书作为2024年的营销主阵地，希望用【种草爆品】思维带动小红书店铺的营销，核心目的是打造明星爆品来扩大品牌知名度。
- 目前面临的挑战是：
  - ✓ 珠江桥牌面对竞品李锦记、海天、厨邦等品牌在酱油、味精等传统赛道的知名度方面没有优势。
  - ✓ 如何选品能在小红书声量基础薄弱的情况下，将粤式料理调味大师的理念与产品信息做精准传播，并提高粤菜爱好人群的人群渗透率是当前的挑战和困难。

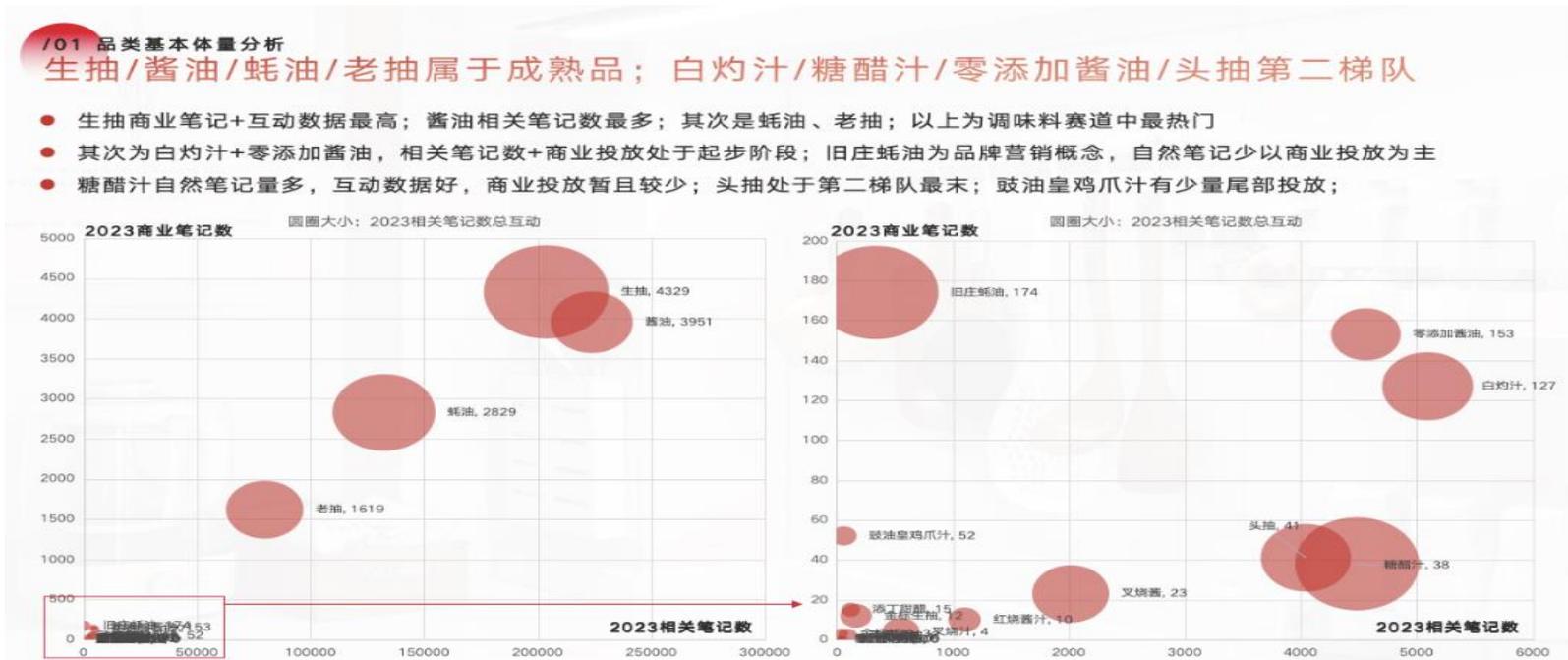
## ● 背景&目标

### 目标

- 目标1：核心目标为品牌宣传，能将珠江桥牌一酱成菜系列产品推出更多曝光，让产品声量带动品牌声量作为核心目标。
- 目标2：在达人种草中，用“种草爆品”思维带动小红书店铺的营销作为辅助目标来验证营销通路。

# 洞察&策略

- ✓ 我们对小红书调味品行业进行洞察，发现生抽/酱油/蚝油/老抽属于成熟品，均有知名品牌占领；白灼汁/糖醋汁/零添加酱油和头抽为第二梯队。
- ✓ 在人群方面，粤菜相关人群是珠江桥牌的最核心人群，其次是粤菜爱好人群。也是珠江桥牌的特色人群。



## 洞察&策略

我们在对竞品投放的分析中，找出了自己的策略。即：糖醋汁的细分竞争中，自然笔记多，互动好，但商业笔记少，为珠江桥牌的传播留下了机会。鸡爪汁，作为“一酱成菜”的创新概念同样留下了可以抢夺的先发优势，同时也是热点赛道。

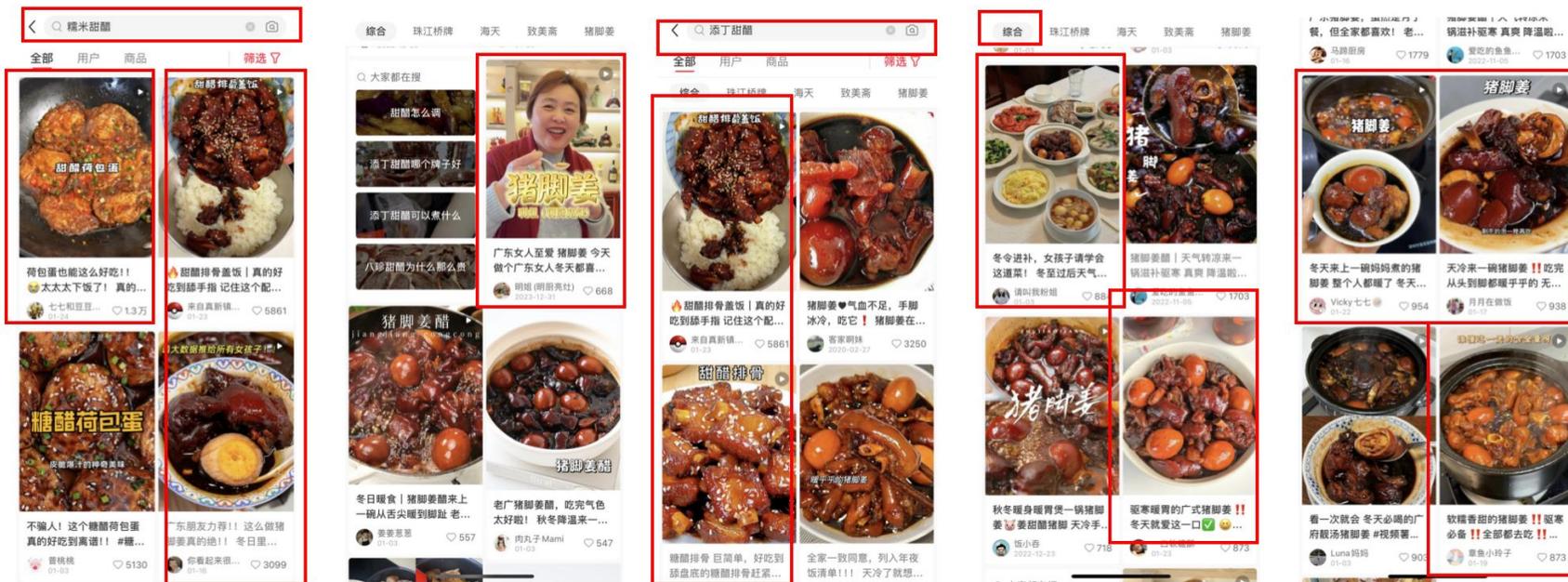
创意：

- 1、第一波以豉油皇鸡爪汁作为一酱成菜的爆品来传播
- 2、第二波以猪脚姜这种具备广东特色的菜式来宣传【粤式料理调味大师】珠江桥牌纯酿添丁甜醋



# 媒介&执行

- 1、珠江桥牌纯酿添丁甜醋，我们为之选取了33位达人为其做种草传播。以制作广式猪脚姜为主，辅助以蹭东北热点进行传播，切入点：广式甜醋风吹到了东北，教大家做“甜醋排骨+甜醋水果茶”。本次投放笔记内容紧扣#糯米甜醋 #添丁甜醋 #猪脚姜等关键词，用户搜索关键词时，前三屏均有本次投放内容收录，优先抢占用户心智。



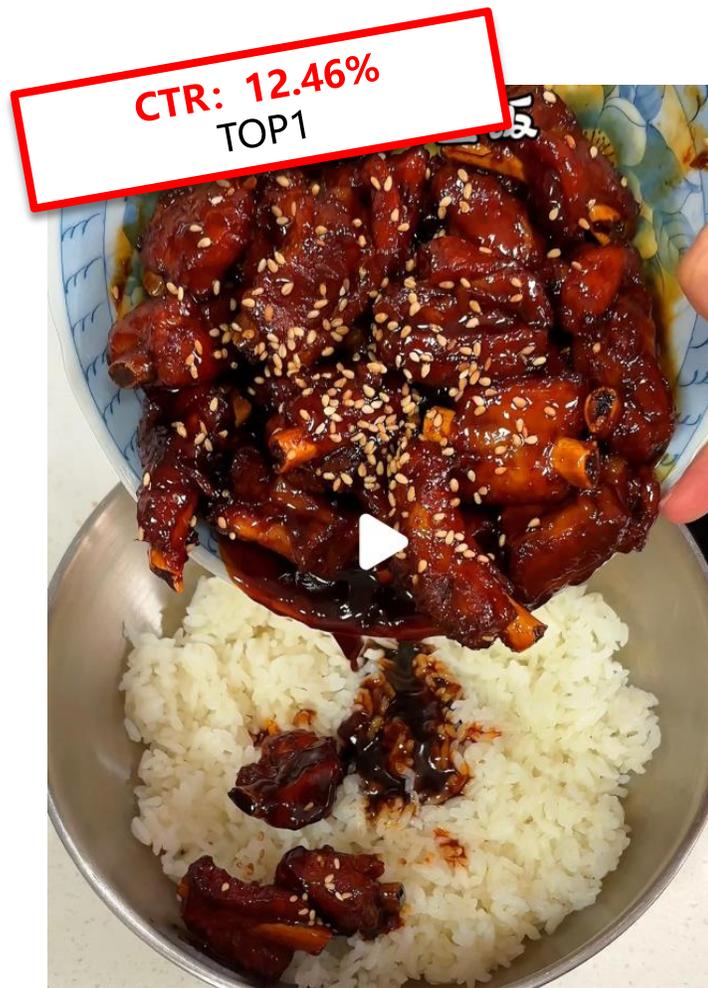
# 媒介&执行

- 2、达人视频笔记制作+投流+搜索卡位+评论区维护引导购买，优质内容吸引评论区用户对产品高度关注，评论区种草有利于增加用户对品牌与产品的好感/关注。



## 媒介&执行

### 优质笔记展示



达人：来自真新镇的小周

➤ **标题：**  
直接点题甜醋配快速家常下饭菜  
卖点

➤ **封面：**  
直接展示烹饪完毕的可口画面，  
色泽丰富极具味蕾冲击效果



达人：七七和豆豆（学做菜）

➤ **标题：**  
荷包蛋简单菜能吸引众多懒人、  
学生党、独居党

➤ **封面：**  
菜式简单但色彩让人食欲大大提  
升，且和一般荷包蛋做法有巨大  
差异，能激发访客好奇心。

## 效果&反馈

本次项目投放33位KOL，共撬动**1497w曝光**；高曝光有效提升品牌声量，总互动量达**89,834**，吸引用户种草产品，抢占用户心智。

- 1、从直观卡位与心智传播上来看，**搜索关键词#糯米甜醋# #添丁甜醋# #猪脚姜**关键词时，**前三屏均有**本次投放内容收录
- 2、搜索添丁甜醋，**珠江桥牌出现在导航栏到第一位**，且前4篇有两篇占位
- 3、鸡爪汁选择的25个达人产出笔记，其中**15篇爆文**（互动过千）
- 4、珠江桥牌豉油皇鸡爪汁前10篇露出占5篇、鸡爪汁关键词也是前10篇占5篇，卡位占领流量与消费者心智
- 5、优秀的投流效能：**投流整体cpm、cpe情况非常优秀**，cpm11.52是大盘均值的1/3。cpe2.15仅为行业均值的68%  
\*【食品饮料-粮油米面/南北干货/调味品】效果广告行业大盘数：视频笔记：CTR=11.72% CPC=0.30 CPE=3.12  
CPM=35.16 图文笔记：CTR=12.13% CPC=0.30 CPE=3.09 CPM=36.39
- 7、带动新店铺销量：在投放结束后小红书店铺广式糯米甜醋1000+加购，豉油皇鸡爪汁销量1000+
- **该案例受到业内好评，获选 2024 科睿创新奖——品牌创新金奖！**