

康师傅特别特，特别到值得开发布会的泡面

- ◆ 品牌名称：康师傅
- ◆ 所属行业：食品饮料类
- ◆ 执行时间：2025.08.18-08.25
- ◆ 参选类别：食品饮料类



案例视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://v.douyin.com/N8AYQesCKCg/>

<https://v.douyin.com/cmluyITVFKE/>

<https://v.douyin.com/xV8qnEnMG1w/>

<https://v.douyin.com/wdpTQJ5NdIA/>



背景&目标

行业背景：近年方便食品行业变革加速，年轻消费者对速食需求从“饱腹”升级为“精致健康”，冻干技术、低盐配方、一人食场景化产品涌现，品牌纷纷撕掉“经济应急”标签，寻求快节奏与品质的平衡。

品牌背景：作为泡面国民品牌，康师傅有深厚基础与影响力，但需在消费升级中巩固头部地位、避免“传统速食”标签边缘化；2025年恰逢33周年，需高势能活动承载里程碑价值，而耗时9年研发、实现“泡出鲜煮面感”的“特别特鲜泡面”，正是其品牌认知升级的核心载体。



重构泡面认知、激活品效转化

以「特别」破局 瞄准需求改写泡面认知

当代人对泡面太过熟悉，反而让人容易忽略它能有怎样的变化。对于大多数人来说，泡面最大的优点就是省事、方便、随时可以填饱肚子，但随着生活节奏加快、消费层次不断提升，“方便”已经不再是唯一标准，越来越多的消费者希望在有限的时间和预算里，也能享受到更好的食物体验。





创意点01 解锁“特别特”，一碗不一样的泡面故事

通过“特别特”独特命名强化记忆点、仪式感包装提升情感价值、“单篓水煮”工艺与“劲棱面型”夯实产品差异，多维度构建“特别特”泡面的差异化认知，助力品牌跳出传统泡面赛道，深化消费者对产品“不寻常”的印象。

- 1、特别的名字——特别特
- 2、特别的包装——让吃泡面也有仪式感
- 3、特别的工艺——通过“单篓水煮”工艺，能够在保持即食便利的同时，主打“鲜煮口感”
- 4、特别的面型——非传统面饼，“劲棱面型”带来更极致的体验



特别特 鲜泡面

鲜面级还原 特别爽滑
单篓真水煮

单篓独立鲜煮，每一面都精准受热
根根分明不粘连，让面鲜爽更顺滑



特别特 鲜泡面

冰活水冲刷醒面 特别筋道
3次变温过水

严控0-2℃冰水，3次活水降温
去除表面淀粉残留，激发劲道口感



特别特 鲜泡面

超强风干工艺 特别入味
2次风干锁鲜

>50m/s超强风风速，快速定型，吹出小气孔
让面饼冲过过程中更入味，更入味
>2m/s稳定低速风速，锁住鲜美口感



特别特 鲜泡面

特别特
单篓煮 | 鲜泡面

中国单篓水煮工艺鲜泡面开创者

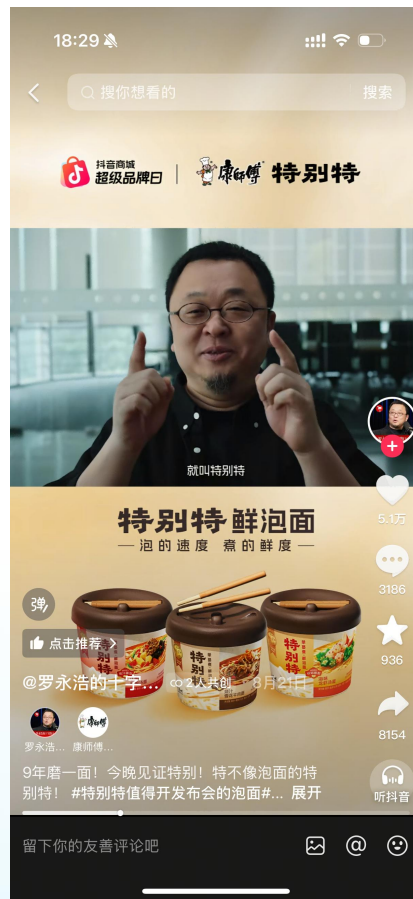


*来源: 弗若斯特沙利文(北京)咨询有限公司上海分公司, 于2025年6月完成调研。



创意点02 以「特别想给这个赛道来点创新」为执念 打造这款突破传统认知的泡面产品

借罗永浩实现传统食品与互联网流量的跨界碰撞，并通过量身定制爆梗话题、借势锤子和TNT玩梗，达成人设绑定与话题共鸣，助力品牌破圈。



“跨界大咖 + 科学趣味” 的内容破圈

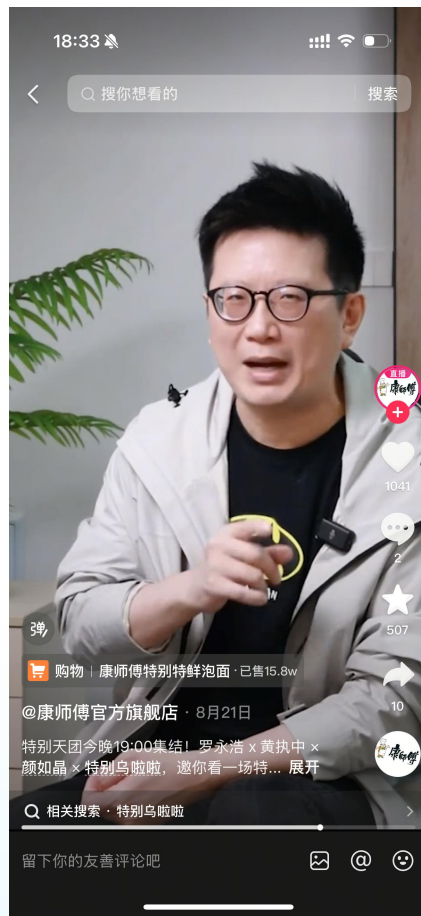
摒弃传统产品宣讲，邀请罗永浩、张朝阳、颜如晶等不同领域大咖联动，强化“国民品牌 × 国民主播”的亲切感。



罗永浩以“国民主播”身份带来限定包装直播带货



#张朝阳的泡面物理课开课了

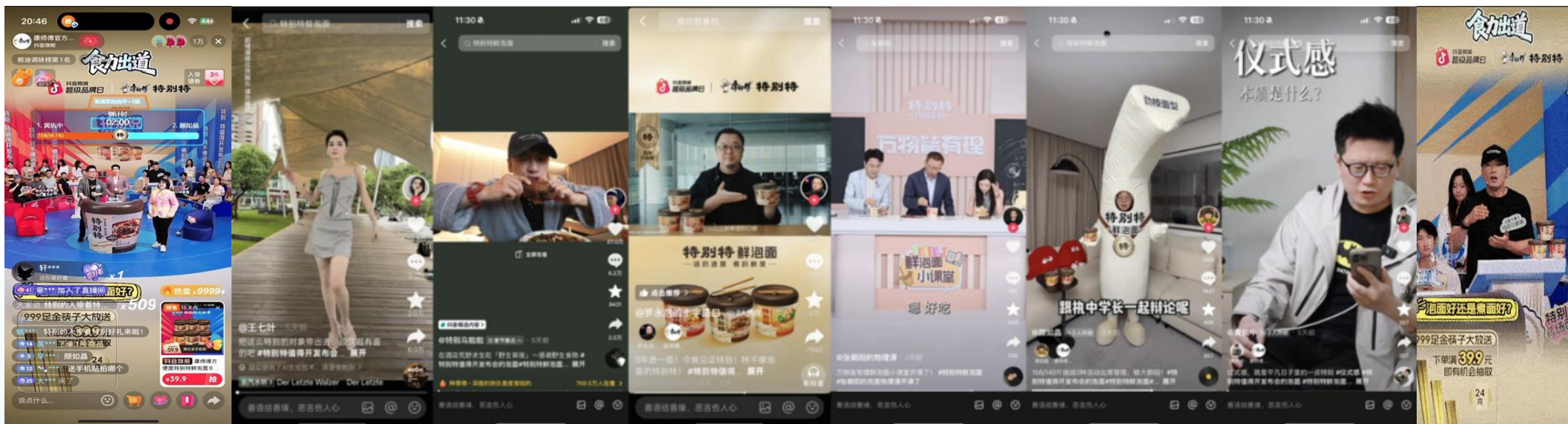


辩论达人黄执中和颜如晶



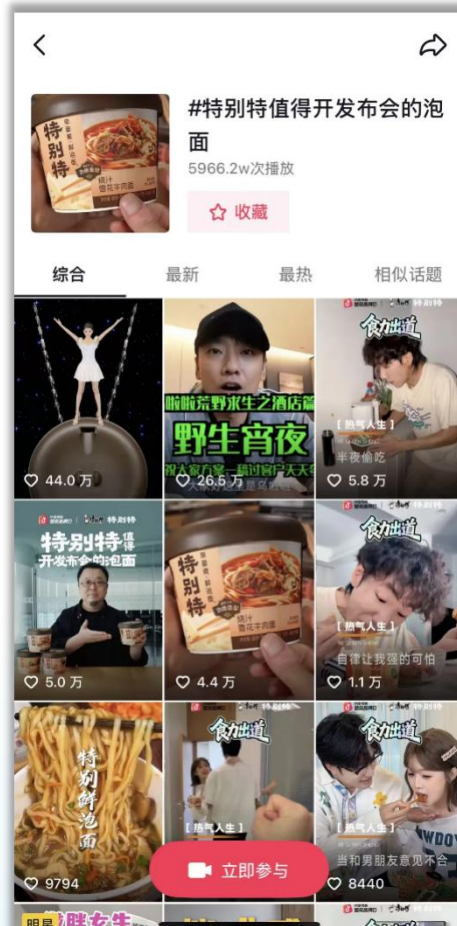
辩手PK+达人实测 让品效穿透泛人群

辩论达人黄执中和颜如晶在特别说辩论中颠覆泡面观，强化“口感优势”逻辑；网红吃播特别乌啦啦用惩罚大魔王和特别大盲测终结“泡面”“煮面”之争。这种组合成功触达了那些“不关注传统泡面”的潜在客群，实现了真正的破圈传播。



场景化话题 + “沉浸式体验” 的心智植入

扣年轻消费者“精致一人食”“加班治愈”“新节俭主义”等生活场景，打造#早秋吃到理想型泡面#泡面也能有仪式感等话题，引导用户分享自身泡面场景；同时在直播中还原“办公室加班泡一碗”“居家追剧配泡面”等真实画面，搭配“鲜煮口感”的特写镜头，让用户直观感受“泡面从应急速食到品质选择”的转变，将产品卖点与情绪需求绑定。





稀缺权益 + 即时转化” 的互动承接

以“限定福利”激发参与热情，如老罗直播专属包装、抽 999 足金筷子等稀缺权益，吸引用户停留互动；同时设计“话题热搜→评论区吸顶引导→商品搜索跳转”的闭环，用户在参与话题讨论、观看趣味内容时，高效实现“内容热度即时转化为购买行为”，既保证创意声量，又落地实际销量。



为罗永浩量身定制爆梗话题，借势锤子和TNT玩梗造梗，以#疑似罗永浩私下聊天被曝光#的病毒视频话题



效果&反馈

TOP25

成功登上抖音社会榜

TOP4

微博热搜总榜

1.9万

品牌新增粉丝量

1.2亿

话题播放量超

3200万

双平台话题曝光量超

4167万

#早秋吃到理想型泡面#
视频播放量超



效果&反馈

在康师傅33周年庆之际，8月21日这场直播刷新品牌多项店播记录。真正实现了从内容声量到生意爆发的全面突破。康师傅“特别特鲜泡面”抖音商城超品独家首发7天，特别特鲜泡面当天登顶抖音电商食品饮料健康行业商品榜TOP 1。

