

上海皇品食品有限公司

，成立于1992年，是国内相对比较早进入食品饮料大快销领域的企业。目前塔望咨询服务皇品食品旗下“绿力”饮品与“金皇品”速食，两大品牌全案，塔望咨询以3W消费战略思路为皇品食品进行品牌战略化年度辅导运营。

2018年：绿力冬瓜茶 品牌战略重塑

2019年：绿力品牌年度服务全案

2020年：绿力品牌年度服务全案

2021年：绿力品牌年度服务全案+金皇品品牌规划

2022年：绿力品牌年度服务全案+金皇品品牌战略升级及年度服务

2022年年中之季，我们汇总一下2022年上半年营销工作。

【塔望咨询】x【绿力】 营销联动

2021年底到2022年上半年，【塔望咨询】携手【绿力】，在重点区域，聚焦市场与人群开展多场线上+线下整合营销动作。

2021年12月-2022年1月 绿力火锅节

#火锅配绿力，清凉又解腻#

2021年12月，【塔望咨询】为【绿力饮品】策划了围绕“餐桌场景”“解油腻导向”“热辣食客”的“绿力火锅节”营销活动，“火锅搭档冬瓜茶”、“冬瓜茶和火锅更配”的宣传突出【绿力冬瓜茶】的品牌定位。线上部分制造话题进行局域空中覆盖，线下百店联动终端联合火锅店进行场景传播。

社会化

媒体传播，邀

请小红书博主，采用“探店

+活动”的形式开展，结合抖音

视频和微信公众号直播的传播形式进行重点区域流量捕获。

【活动落地】

2022年1月-2月 绿力30年&春节档传播

#绿力相伴30年，我们一直在一起

#春节聚餐喝绿力，清爽不油腻#

为庆祝绿力成立30周年，同时回馈陪伴绿力一起成长的粉丝们，塔望为绿力策划了主题为“绿力相伴30年，我们一直在一起”的30周年福利活动，并特别推出周年献礼：「绿力」30周年大礼包。此次活动助力绿力提升品牌知名度的同时，还建立了绿力私域，实现了绿力私域粉丝积累。

【活动落地】

绿力微信官方粉丝福利群

绿力微信公众号 粉丝后台踊跃留言

绿力官方微博 活动图片

小红书活动图片

30周年活动刚结束，又迎来了2022年虎年新年，第30周年的新年，更不能马虎。作为全民流量和情感集中喷发的“黄金时段”，利用好春节势能可以给品牌带来呈现几何式增长的传播效果。塔望为绿力策划了主题为“春节聚餐喝绿力，清爽不油腻”的红包营销活动。利用过年大家团聚、聚餐的重要节点，与绿力主打聚餐解油腻高度契合，将绿力产品和使用场景进行了有效的连接。本次绿力的新春送红包活动从跨年的第一天一直持续到2月15日元宵节，活动覆盖了浙江、海南两个区域。

【活动落地】

小红书平台

微博平台

支付宝口令互动

2022年3月-4月 春季传播进行时

春暖花开 和绿力一起 甩开油腻去撒欢#

2022年3月，经历了春节聚餐，正值春季，是大家走出户外，甩开油腻的时节。为了鼓励大家走出去，享受美好的春景、体味美好的情感（亲情、友情、爱情），同时利用放大“真、善、美”中的“美”来获得消费者的情感共鸣，提升品牌形象，塔望为绿力策划开展了春季重点推广工作。

为了进一步深化绿力“解油腻”的功能定位特性，塑造绿力青春、活力、美好的品牌性格，结合春季户外撒欢场景，塔望确定了本次春季营销活动主题 - 春暖花开，与绿力一起，甩开油腻去撒欢。

【活动落地】

值得一提的是，本次小红书推广，首次引用了摄影类博主，取得了比较不错的成绩。

微信公众号 后台互动

微博互动

2022年4月-6月【塔望咨询】x【金皇品】

金皇品 焕然一新

金皇品是一个为高端速食而生的美食品牌。1995年，第一碗真正含有大块肉的金皇品原汁牛肉面问世。真正大块肉，鲜炖酥烂软糯、满含胶质、入口即化是这款面深受大家喜爱至今的重要秘诀。

2022年金皇品产品焕新，全新升级。焕然一新，助力金皇品全面升级，塔望咨询开展并策划了金皇品品牌升级营销传播活动，活动正如火如荼进行中。

金皇品牛肉面推广策划与规划

活动落地

焕新升级 产品详情

【塔望咨询】x【绿力】日常营销

3月8日 女神节狂欢活动

五一福利 绿力宠粉活动

618 绿力狂欢节

走过了“产品时代”、“渠道时代”、“传播时代”，中国商业正式进入了“消费时代”（以消费者为导向的市场）。消费时代的特点是企業需要切实地不遗余力地站在消费者的角度，以消费者需求、消费者认知、消费者路径为基准，精细化企业价值链。企业打造品牌不应以内部环境因素或外部竞争因素为核心导向，而应聚焦消费者的生活生态，切身处地研究消费者需求，其中包含显性需求与隐性需求，以达到品牌全运作周期能够满足匹配消费者。

消费战略：以消费者为核心导向的品牌战略；塔望3W消费战略：
消费时代，食品企业应该坚定不移选择的本质性核心战略。

塔望品牌咨询（www.tastewend.com），
专注食品、大健康行业的品牌全案公司。