升级方案

天福号

E福

宁宁 栀栀 阿川 小铎 小奚

薛华Elsa老师

目录

壹 用户定义

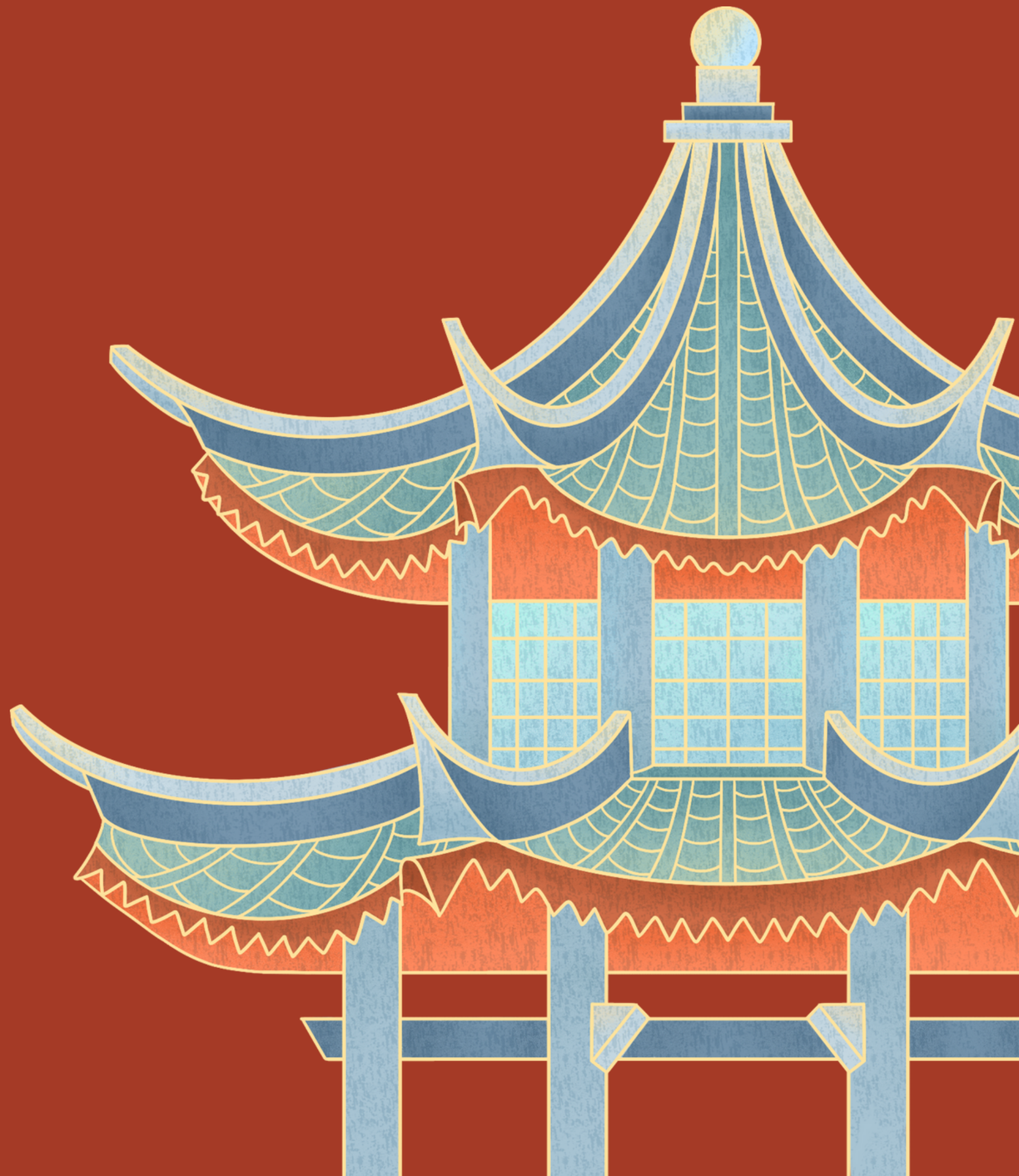
贰 产品创意

叁 营销策略

肆 未来展望

壹

用户定义



群体推导

- 基于157份有效问卷
- 对健身人群、普通人群、租房人群的**20多**人调研基础
- 对户外聚餐感兴趣的人群的痛点深访洞察
- 当前中国轻量化户外人群已达5亿

目标人群

对户外聚餐感兴趣的年轻人

行为特征

即兴出行　社交娱乐　压力释放
发疯放空　不愿动脑　迅速便利

方案目标

为年轻人户外聚餐提供一款分享性、趣味性食品
为年轻人逃避压力、发疯、社交提供便利

长远目标

以户外聚餐为基点，辐射其他户外运动
使天福号深度融入户外生活场景

解决方案

三款差异化产品

DIY酱肉产品

摇滚哑铃音乐节礼包

外卖套餐产品

线上小程序

“老板决定”套餐

60min必达

云养猪

……

线下音乐节

酱肉摇滚音乐节

摇滚慈禧npc互动

产品摊位

酱肉cosplay

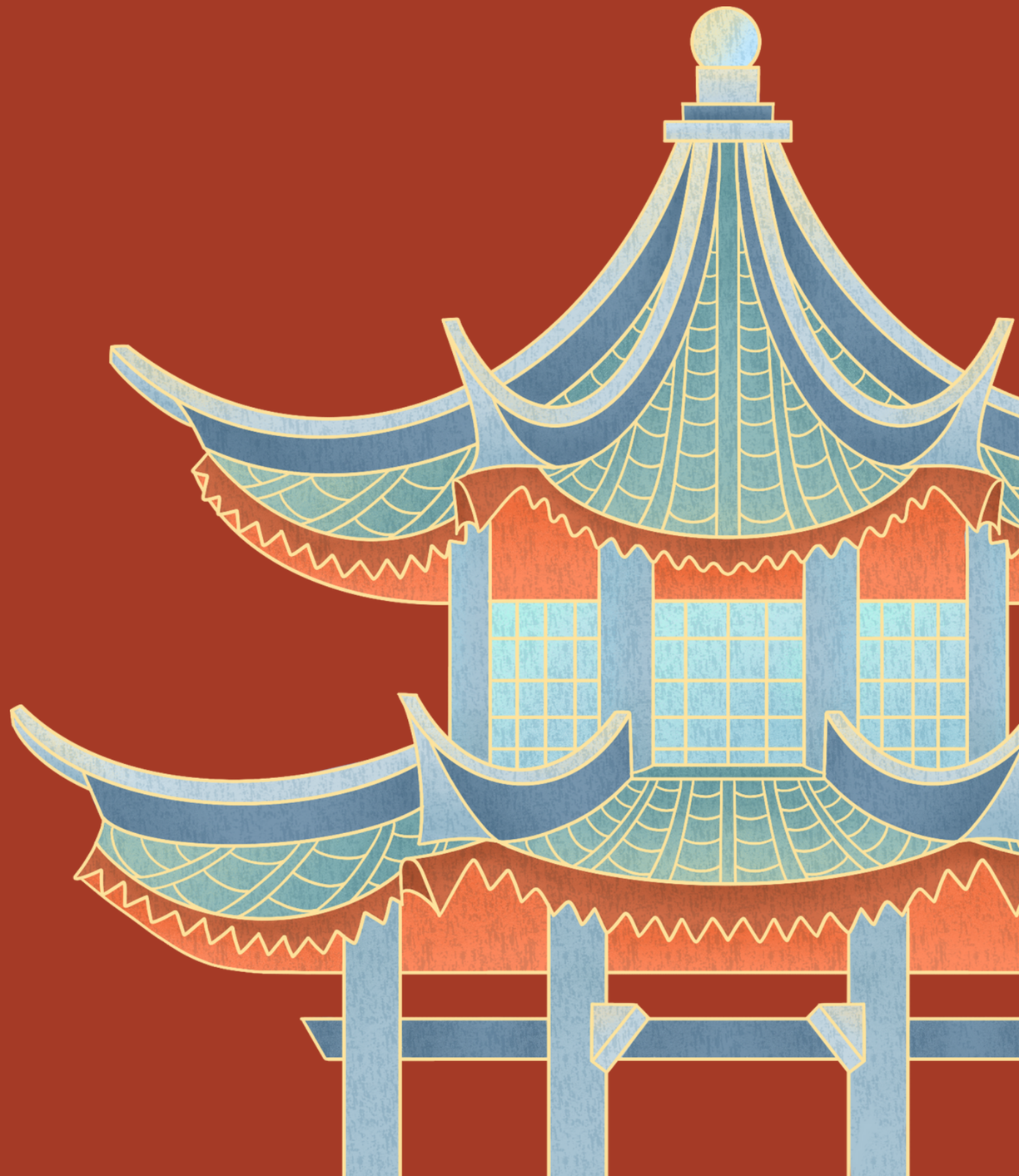
……

解决方案原型

请看VCR：

贰

产品创意



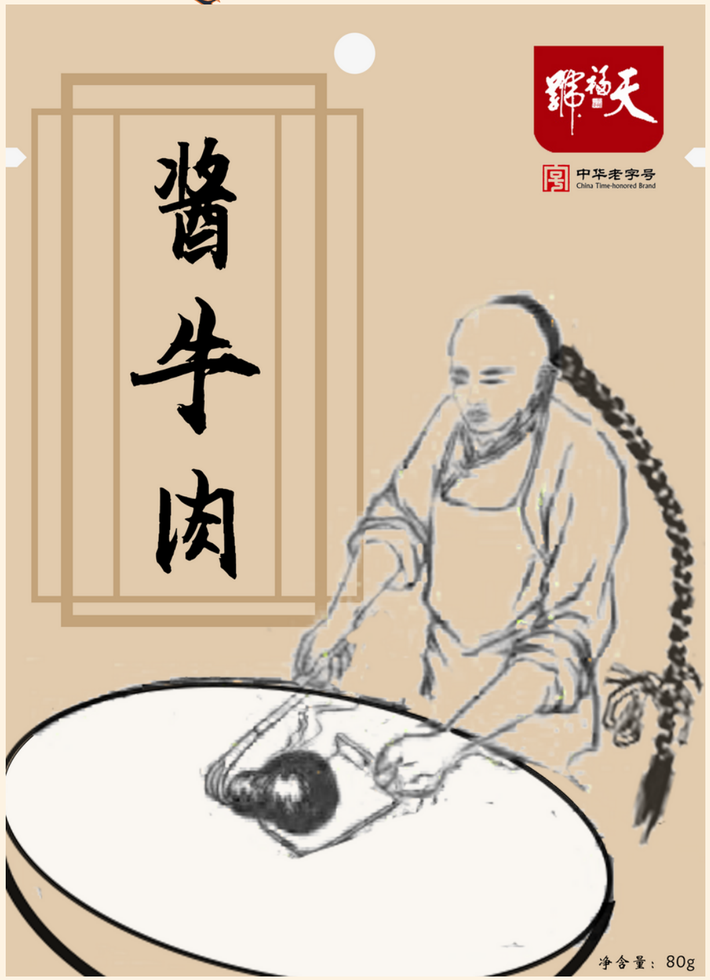
产品菜单

DIY酱肉

摇滚哑铃音乐节礼包

外卖套餐

DIY酱肉产品



包装介绍

国潮风格：历史文化叙事

异形包装：设置游戏纸条

可视化设计：刺激食欲

环保材料：牛皮纸包装

产品介绍

DIY调料：内置调料包（游戏属性、猎奇心理）

切割好的肉：便于分享

摇滚哑铃音乐节礼包

包装介绍

“摇” “滚”

可视化

可拆卸

high起来~

荧光捏捏

产品介绍

小包装 高能量

大口吃肉 大口喝酒

外卖套餐

酱肉寿司

酱肉汉堡

五花肉

酱肉热狗

酱肉披萨

烤肠

外卖包装

风格：国潮复古简约风

元素：天福号旧址

材料：牛皮纸袋（环保性）

可能性：联名包装

推广渠道

可加热自动贩卖机

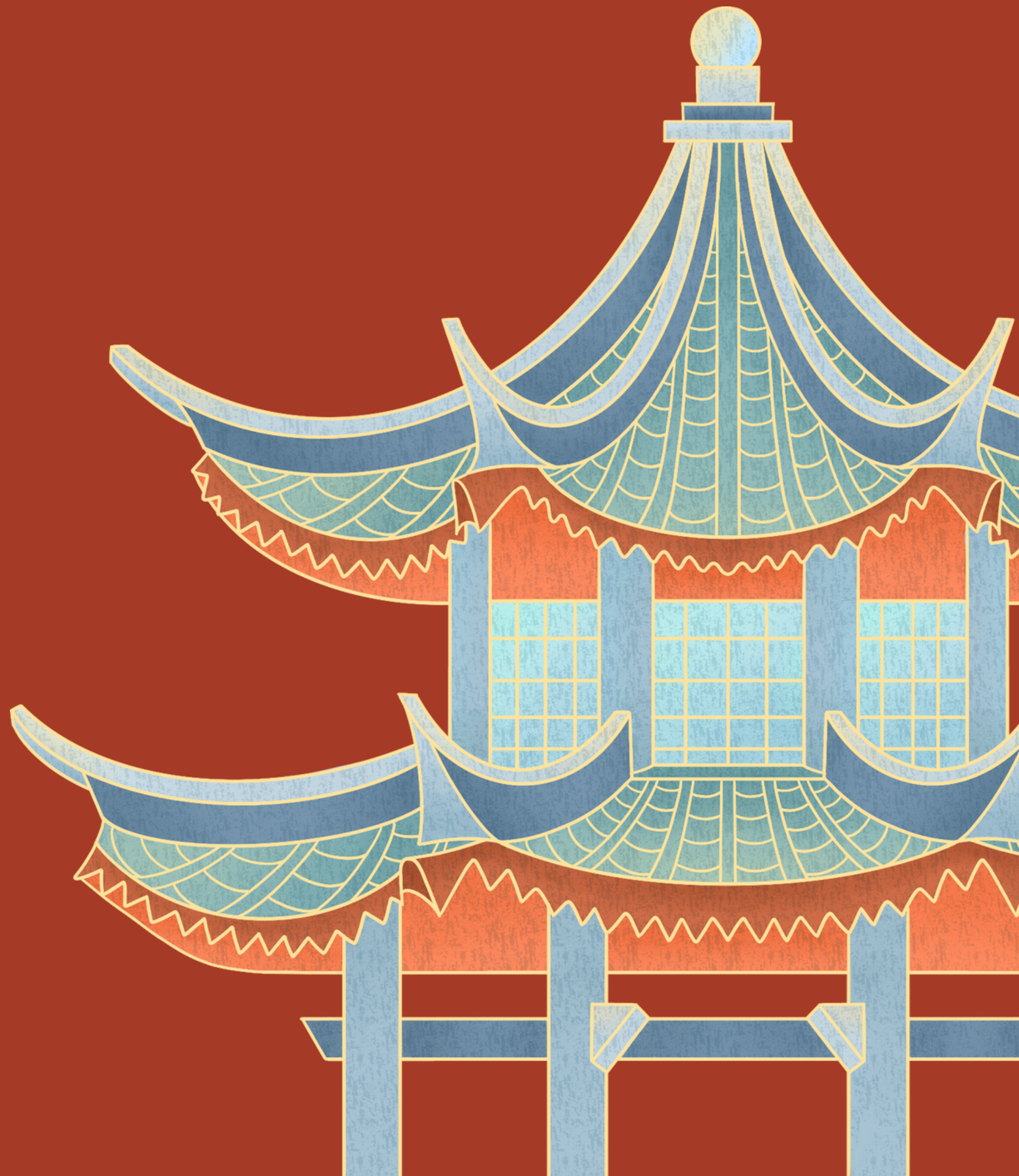
可视化：看到食物正在加热

可加热：日本已实现

可能性：可广泛投放

叁

营销策略



小程序

乐享风味
酱肉摇滚
TIANFUHAO MUSIC FESTIVAL
音乐节
自取
在线点餐 到店立取
小福配送
59分钟内送达
好友拼单
快速选购 自动分账 >
福讯
乐享风味
首页
点餐
订单
我的

自取
外卖
天福号旗舰店（中国传媒大学店） >
距离您0.8km
拼
多人套餐8.8折起，选择困难症必看
大口吃肉系列每4包享9折
点此查看
当季新品
优选特惠
不知道吃啥点这儿
多人套餐
天福酱香牛肉类
天福特制猪肉类
天福秘制鸡肉类
大口吃肉
年货礼盒
不知道吃啥点这儿
老板选啥你吃啥
不知道吃啥的点这个，可能是...
?
￥15
多人套餐
产品1号
介绍介绍介绍介绍介绍
￥15
产品1号
介绍介绍介绍介绍介绍
￥15
产品1号
介绍介绍介绍介绍介绍
￥15
产品1号
介绍介绍介绍介绍介绍
￥15
产品1号
介绍介绍介绍介绍介绍
首页
点餐
订单
我的

Hi，亲爱的用户
您与天福号已相伴88天
每日打卡
LIVE
换装
兑换饲料
用户名称
888 福禄
去吃一点，加入天福 >
云养小福
新手礼包
福禄兑换
福讯
乐享风味
酱肉摇滚
TIANFUHAO MUSIC FESTIVAL
首页
点餐
订单
我的

首页

点餐

我的

小程序-赛博养猪

认领机制：

可免费认领，可多人认领

互动机制：

起名，换装，喂养

激励机制：

打卡、培育换取福禄，兑换优惠券

户外音乐节营销

市场的角度

市场前景

疫情开放，音乐节市场火爆；《乐队的夏天》等摇滚音乐节目爆火

用户需求

户外音乐节可以帮助目标人群释放压力

破圈策略

众多快消品牌入局，竞争激烈，同质化严重
肉食餐饮类品牌做音乐节较为少见，具有独特性。

活动简介

活动目的及意义

通过举办相关酱肉音乐节的宣传企划，进一步在音乐节的同时完成对于天福号产品的宣传和推广，进一步打通年轻人市场，为老字号传承实现年轻化和潮流化

活动主题 乐享风味·年轻无极限·酱紫rock音乐节

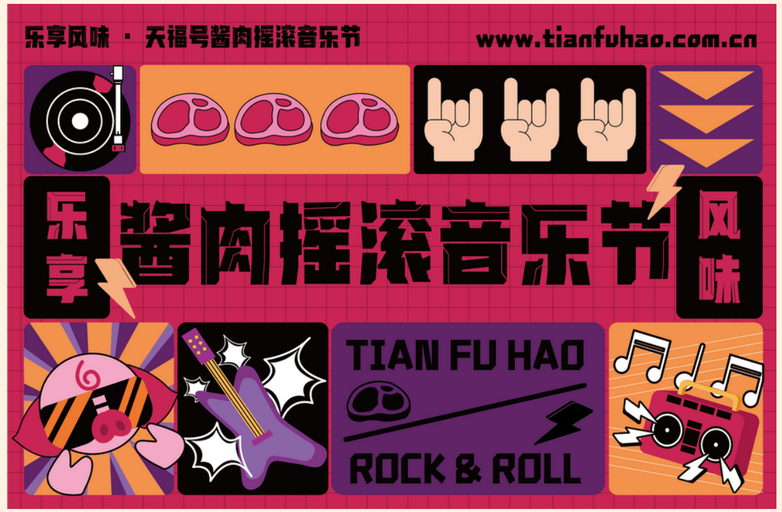
活动口号 大口吃肉，大口喝酒，酱肉和摇滚更配喔

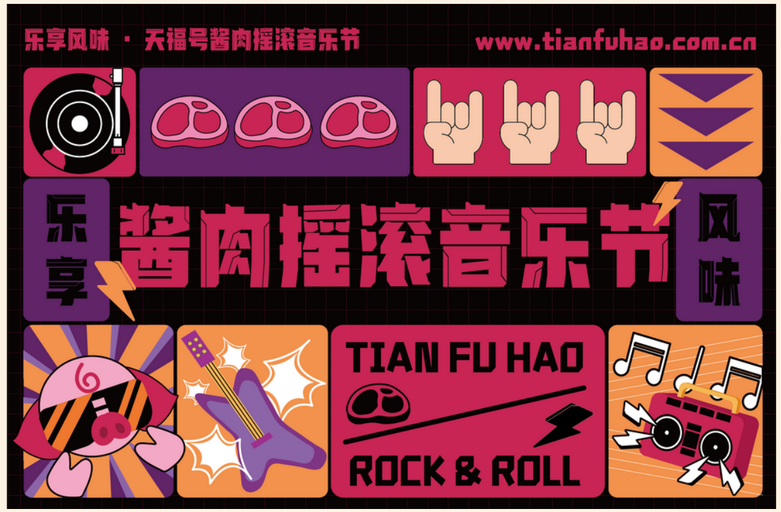
活动地点 偏工业摇滚风的宽阔场地/草坪

概念海报

活动视觉效果

概念海报





概念手环

整体构想

线下宣传

1.投放概念大喷
2.摆台宣传

线上宣传

1.流媒体平台进行宣发推进
2.电商平台推出相关活动预热
3.邀请明星进行线上直播
4.举办相关线上预热活动

预热方式

1.转发预热推送进行集赞
2.线下商超摆摊位点举行相关小游戏
3.小程序收集福禄换取音乐节门票
4.赠送相关音乐人签名

场地布局

创意玩法

cosplay

设置摊位，售卖产品，出租服装

一群酱肉、酱肘子在蹦迪

互动点亮朱小福

通过观众在现场合唱

点亮抱着吉他的摇滚朱小福IP形象

创意玩法

摇摇得福禄

打开天福号小程序中音乐节摇福禄专题界面
通过配合音乐摇福禄获得天福号购买优惠券

NPC手环互动

慈禧穿越百年与你一同摇滚、一同吃肉
额外购买酱肉手环，实现与NPC互动

创意玩法

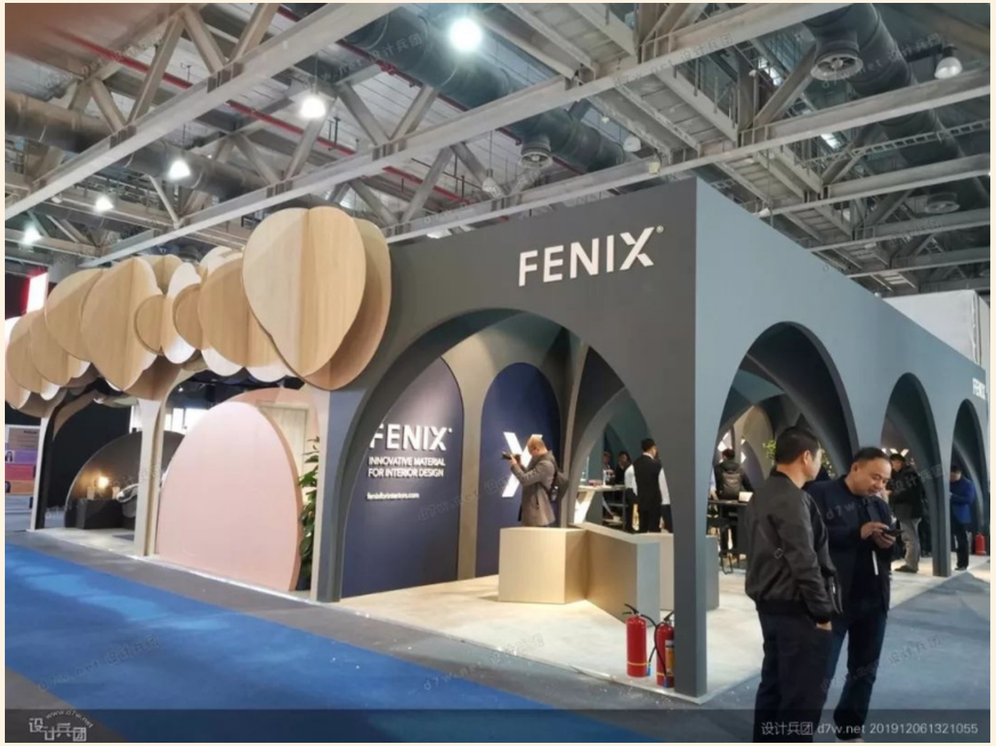
调酒沙龙

制作属于自己的一杯酒参与到音乐节当中
充分体验大口吃肉，大口喝酒的摇滚氛围

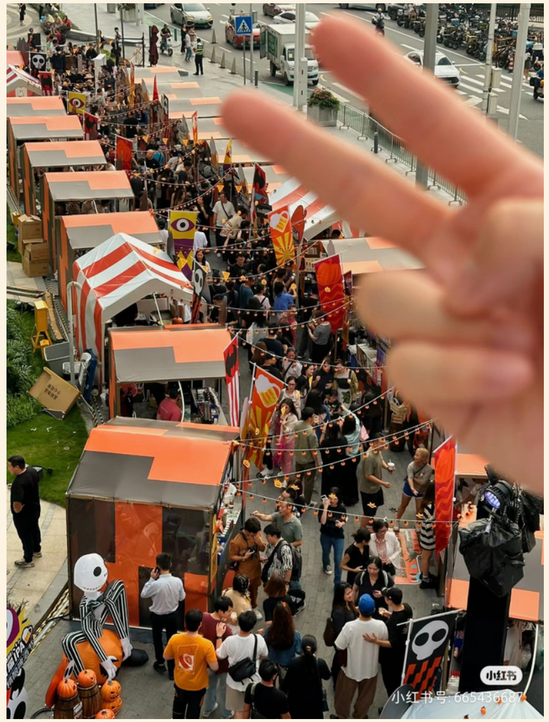
趣味打卡

在售卖区进行体验、消费等行为，集章打卡
集齐印章完成拼图，获得天福号小礼品

场景拓展


FENIX
FENIX
INNOVATIVE MATERIAL
FOR INTERIOR DESIGN
设计兵团 d7w.net 201912061321055

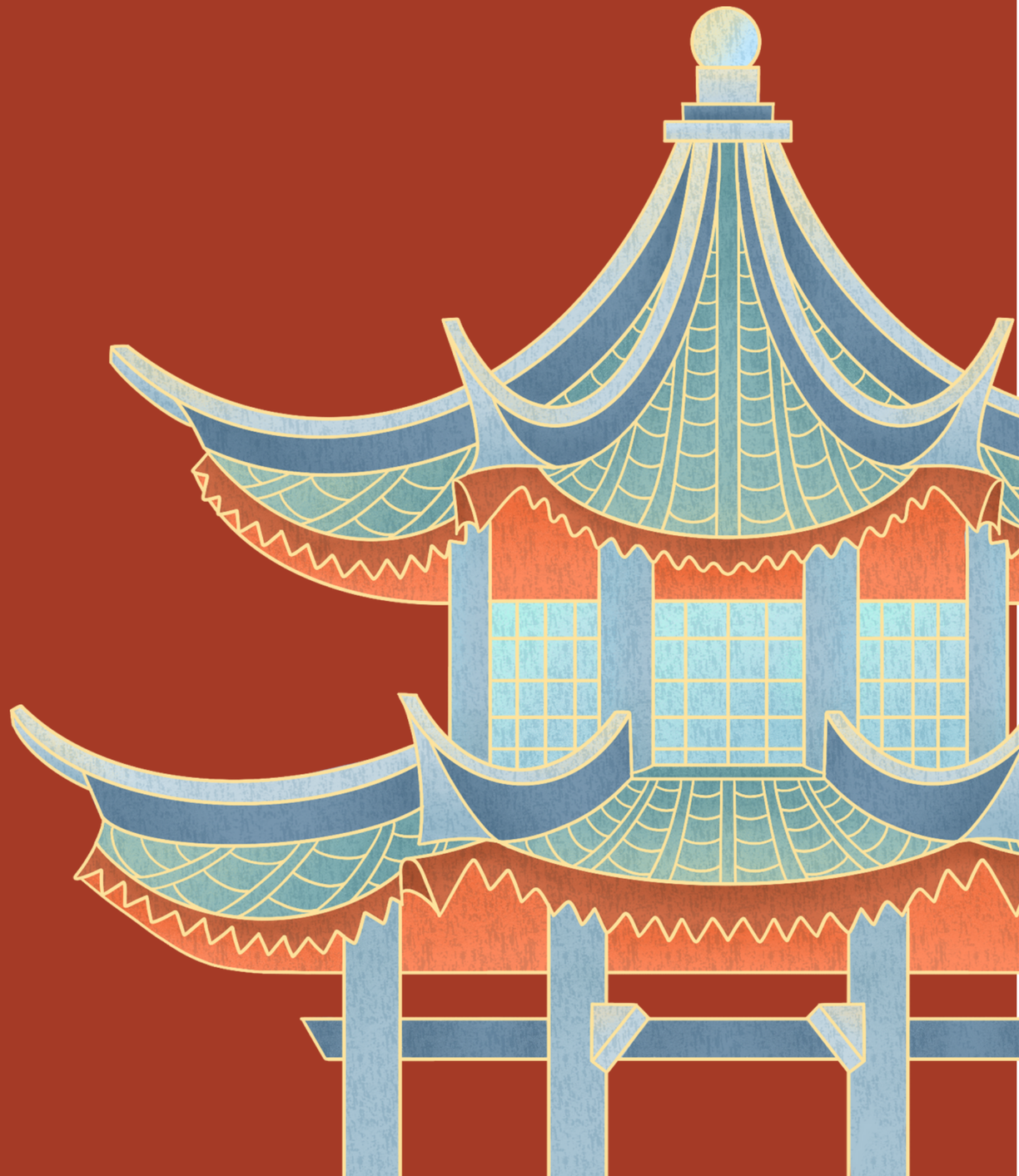
时尚展会


小红书

漫展

肆

未来展望



受众视角原型反馈

好评

- 自动贩卖机感兴趣的人多，方便
- 酱肉摇滚音乐节有趣，“摇滚”元素是主要吸引力

- 老板选套餐，懒人必备，选择困难症福音
- 酱肉汉堡、酱肉披萨等产品套餐设置合理

受众视角原型反馈

改进

产品上

- DIY调料不一定是消费者群体野餐时会做的事
- 小程序品类较少，无法满足消费者多样化的品类需求

渠道上

- 酱肉自助贩卖机有点怪，日常没见过
- 对专线快送存疑，实际定位问题，线下门店数量、分布，以及点餐高峰期如何保证送达时间，对物流是很大的挑战

营销上

- 音乐节上穿着酱肉衣服蹦迪，有安全隐患
- 对于音乐节，酱肉更多是品牌附加，不是主要吸引力

受众视角原型反馈

迭代

产品上

- 与饮品类品牌合作，出联名款，补充品类

渠道上

- 加热自动贩卖机逐步落地
- 前期入住外卖平台，如美团、饿了么
- 线下与连锁便利店合作，如便利蜂

营销上

- 酱肉摇滚音乐节可与酒水类品牌合作
- 增设与酱肉更适配的户外主题玩法，如露营飞盘

可能性 possibility

王福 汁

发展空间

数字技术

AI客服
大数据分析、智能推荐
虚拟农场、虚拟形象
赛博朋克风格产品

场景拓展

与户外品牌捆绑联合，将户外刻画为天福号的品牌标签，深入到户外聚餐场景，另外拓展家庭聚会等场景

开放生态农场

将猪场养殖基地开放，供游客观光游览，实现生产环节盈利，加强与消费者的连接

媒体宣传

植入相关综艺节目与个人ID，如《向往的生活》、户外生活博主，实现消费带动

感谢观看