



徽三臭鳊鱼品牌知名度提升策划





选题的背景及意义

为弘扬家乡安徽文化，助力安徽地区经济发展。



背景

- 疫情后新时代，掀起的旅游热潮
- 徽州地区独特的美景以及人文风俗
- 黄山地区臭鳊鱼知名度较高
- 徽三品牌臭鳊鱼体系较完善，但存在问题导致其知名度不高。

意义

弘扬徽文化，提升徽三品牌知名度，创造文化和经济双重收益



调研结论1

徽三品牌加工厂有严格的生产标准和卫生规范，是黄山地区臭鳊鱼品牌中的头部选手。



调研结论2

徽三品牌获得多项荣誉，且多次获得政府扶持，工厂内还设有高校研究室，可实现产学研融合。



调研结论3

徽三加工厂还设有臭鳊鱼文旅长廊，可满足消费者的科普、旅游、探索特色美食生产过程等需求。



调研结论4

徽三品牌创始人都具有家乡情怀，想从臭鳊鱼做起，传承徽菜，传承徽州文化。

S

产业链完整；有臭鳊鱼非遗传承人吴永学先生；多方合作，成为源头供应商；与时俱进的生产研发，推出臭鳊鱼速食。

W

包装较为简单；公关活动形式单一，主要为峰会/展会；零售臭鳊鱼覆盖范围较小；徽三工厂与徽三说的联动共赢较少。

O

后疫情时代下一种新的消费热潮、旅游热潮。

T

品牌竞争压力巨大，臭鳊鱼品牌多，徽三品牌没有形成品牌独特性，消费者忠诚度较低。

SWOT分析方法

徽三臭鳊鱼优势在于其完整的产业链和与时俱进的生产研发，但是品牌竞争压力大，目前未突显出品牌的差异性，且暂无新颖的公关活动；机遇在于当前正属于疫情后的新的旅游热潮，在**包装、与官方旅游景点相联动的连续性公关活动**方面做提升，制定适应本时代的策略有助于提升徽三品牌知名度。



战略定位

- 为徽三品牌制定连续一年的公关活动，将活动按照四个季节划分，分别为春、夏、秋、冬，分别发挥出徽州地区的旅游美景优势、徽州美食优势、徽州传统民俗优势。
- 打造徽三品牌专属个性化账号，创造属于徽三品牌的独特性格，配合独特可爱的 IP 形象打入消费者内部，抓住年轻消费者的目光，专注于徽三品牌，抓住新媒体时代优势，将徽三品牌的线上营销及传播紧扣住线下公关活动的进展。
- 同步推出徽三臭鳊鱼系列文创产品，满足不同的消费者需求，在文创产品中结合徽州文化与徽三企业文化，在提升徽三品牌知名度的同时传承徽州文化。

品牌口号

《徽三说》

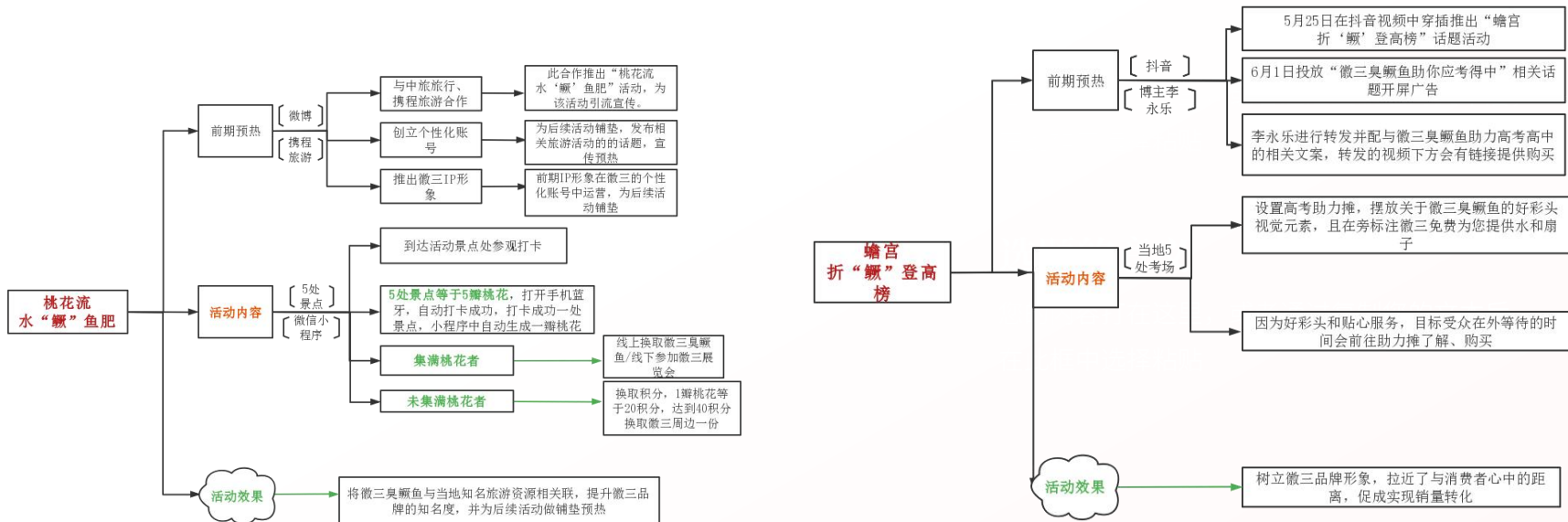
桃花流水“鳊”鱼肥。

蟾宫折“鳊”登高榜。

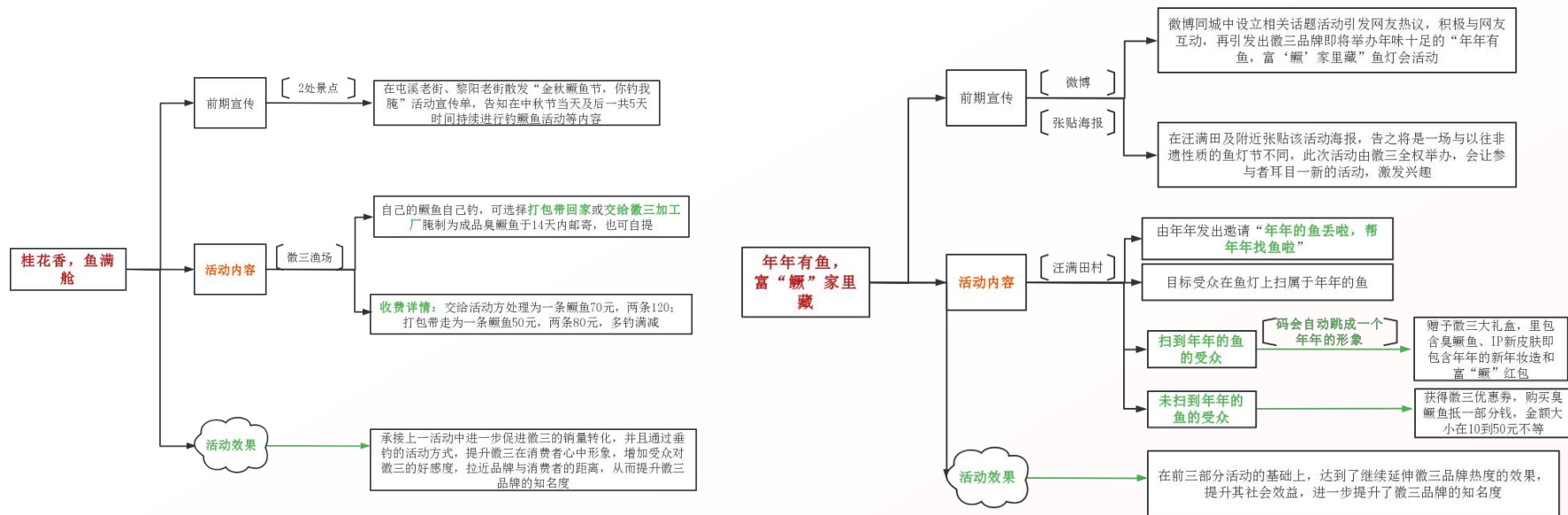
桂花香，鱼满舱。

年年有鱼，富“鳊”家里藏

活动内容流程图



活动内容流程图





徽三
HUISAN
臭鳊鱼

LOGO

IP

包装

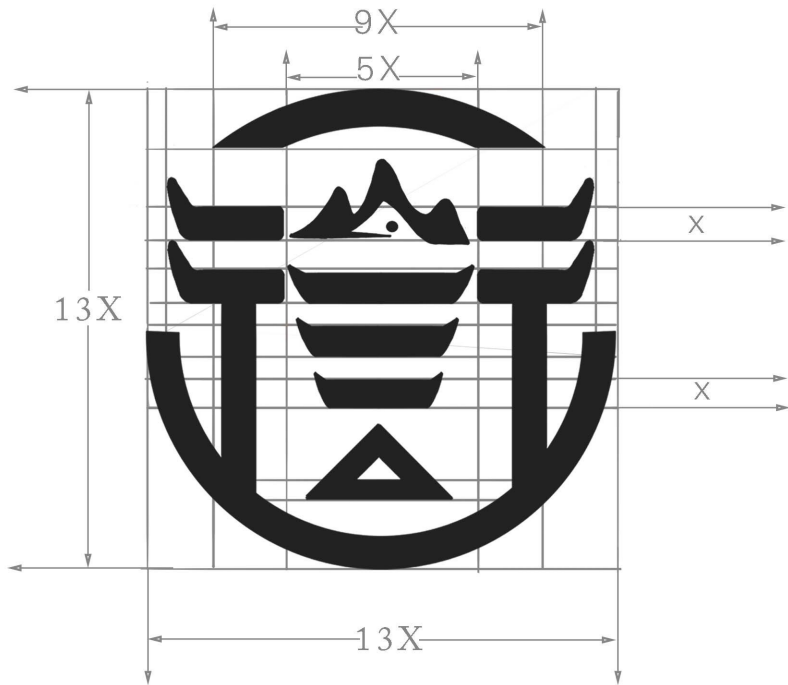
延展

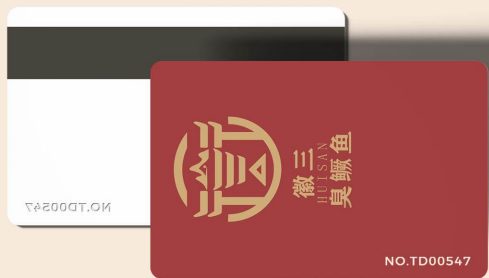
视频

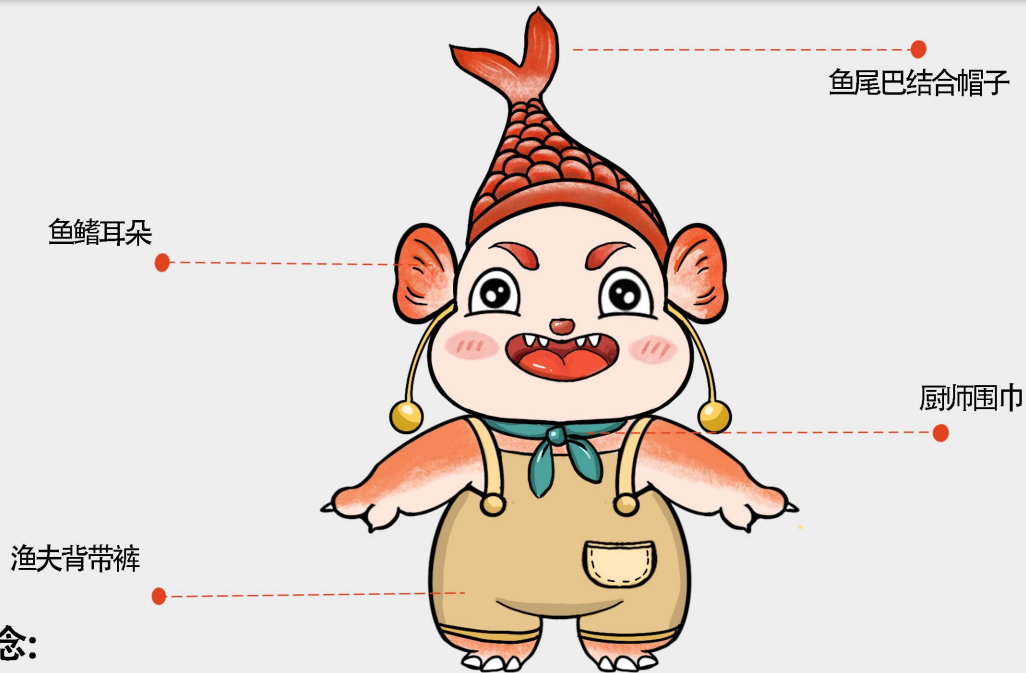
01 品牌标识规范

信息释义

品牌标识在各种环境和材质应用的过程中，为保持对外形象的高度一致性，采用品牌标志的标准制图方式规范品牌的造型比例、结构空间距离的关系。网格绘制的底线均由相同规格尺寸方格组成，明确品牌标识各个组成元素间的相互关系，表格的单位尺寸为x。本页的意义在于告知品牌形象使用者认识此品牌标志的正确形态。



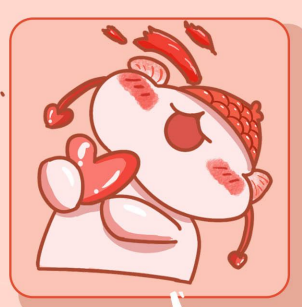
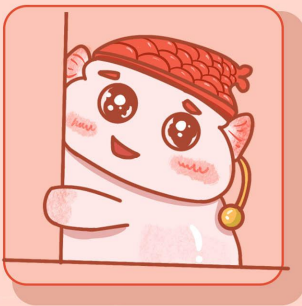
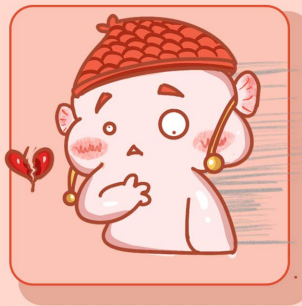




创意概念:

徽三品牌悠久的臭鳃鱼腌制历史，进行ip创作。年年是一个代言人，也是一个与用户建立关系的载体。本体设定为擅长烹饪的小怪兽，自信，坚定勇敢的性格特点。同时在身体比例塑造上结合了当下流行的盲盒风，并在形体风格结合鳃鱼特征，加深与品牌的联系。造型简约，即符合审美趋势，也可以延伸制作品牌物料传播，寻求更多多元化的品牌价值输出逻辑。

表情包延展图



HUISAN HUISAN HUISAN HUISA

角色延展图





徽三
HUISAN
臭鳊鱼

LOGO

IP

包装

延展

视频





徽三
HUISAN
臭鳊鱼

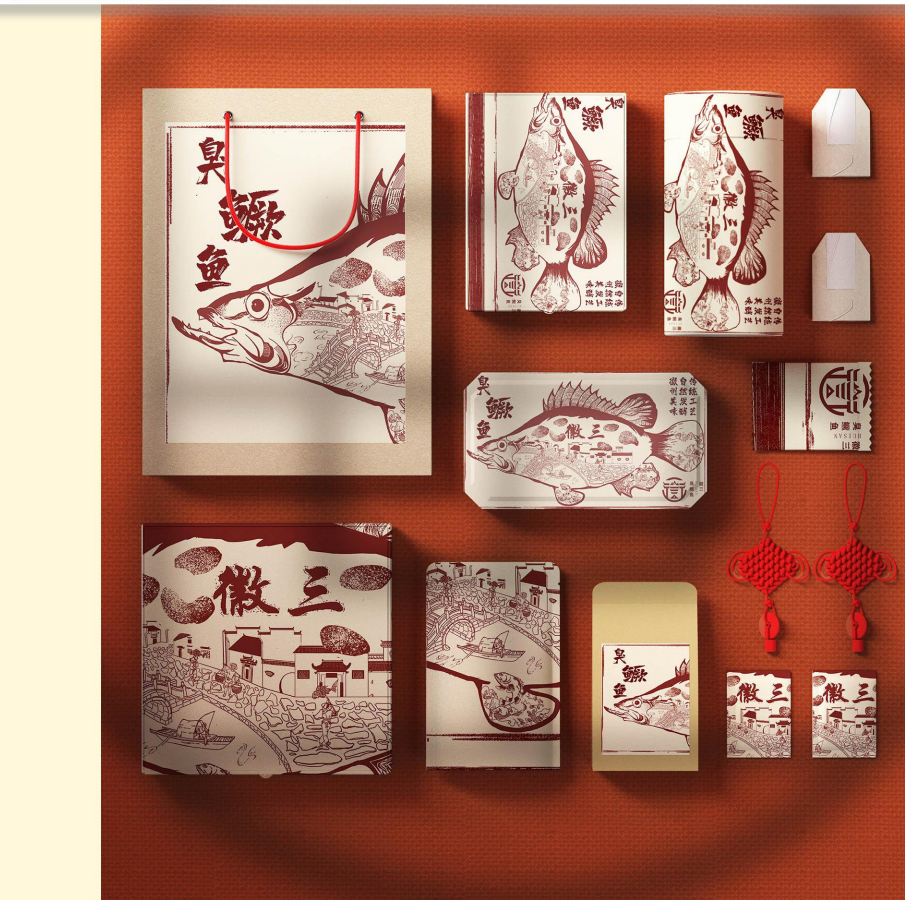
LOGO

IP

包装

延展

视频





徽三
HUISAN
臭鳊鱼

LOGO

IP

包装

延展

视频

品牌文化宣传





徽三
HUISAN
臭鳊鱼

LOGO

IP

包装

延展

视频





徽三
HUISAN
臭鳊鱼

LOGO

IP

包装

延展

视频





前期活动预热：
选择旅游社进行合作
同时选择景点进行
线下宣传
(3月21日前)

**选择媒体平台进行
线上推广**
(3月21日左右)

**选择媒体作为
个性化账号创建
的平台**
(3月21日左右)

活动后期：
选择旅游APP进行
广告投放为后期进行
持续的活动推广
(3月21日后)

合作旅游APP选择：携程 程旅游

官方景点合作选择：黄山，西递，宏村，徽州 古城，汪满田村

排名	对比	应用	已认证全品类验证	类型	独立资源(万个)	环比增幅(%)	详情
1	<input checked="" type="checkbox"/>	 携程旅行	<input checked="" type="checkbox"/>	旅游出行 - 在线旅游	6962 ↑	+3.7	<input type="button" value="详情"/>
2	<input checked="" type="checkbox"/>	 去哪儿旅行	<input checked="" type="checkbox"/>	旅游出行 - 在线旅游	5669 ↑	+4.2	<input type="button" value="详情"/>
3	<input checked="" type="checkbox"/>	 飞猪旅行	<input checked="" type="checkbox"/>	旅游出行 - 在线旅游	2339 ↑	+5.3	<input type="button" value="详情"/>
4	<input type="checkbox"/>	 同程旅游	<input type="checkbox"/>	旅游出行 - 在线旅游	1193 ↑	+1.2	<input type="button" value="详情"/>
5	<input type="checkbox"/>	 马蜂窝	<input type="checkbox"/>	旅游出行 - 在线旅游	901 ↑	+1.5	<input type="button" value="详情"/>
6	<input type="checkbox"/>	 途牛旅游	<input type="checkbox"/>	旅游出行 - 在线旅游	876 ↑	+0.1	<input type="button" value="详情"/>
7	<input type="checkbox"/>	 TripAdvisor猫途鹰	<input type="checkbox"/>	旅游出行 - 在线旅游	788 ↑	+2.9	<input type="button" value="详情"/>
8	<input type="checkbox"/>	 艺龙旅行	<input type="checkbox"/>	旅游出行 - 在线旅游	501 ↑	+0.2	<input type="button" value="详情"/>

选择原因：景点的选择一定在当地是高人气的，且易到达的。通过对黄山地区最受欢迎的景点以及景点之间相对距离的调查，选择出了五个景点进行合作。

媒介预算表

	媒介选择	价格 (元)
线上广告	官方旅游账号选择	100, 000
	推广媒体	5, 000
	个性化平台创建	0
	合作旅游APP选择	150, 000
	合作学习博主选择	100, 000
	话题投放媒介	100, 000
线下广告	黄山五处景点合作	750, 000
	高考考点设置摊位合作	20, 000
	户外广告投放	30, 000
总计		1255, 000