



HORSH
豪士®

豪吃
豪士豪士
好吃好吃
不怕胖

豪士藜麦吐司面包策划案

豪士豪士 好吃好吃

HORSH 豪士®
HORSH QUINOA TOAST BREAD
豪士® 藜麦吐司面包
玻利维亚进口红藜麦

豪士豪士
好吃好吃



HORSH 豪士®
藜麦吐司面包

· 玻利维亚进口红藜麦 ·

高蛋白质

0反式脂肪酸

0蔗糖

1片面包 ≈ 1.5^(蛋白质)杯牛奶 蛋白质高!高!高!

卷首语

FOREWORD



当面包还停留在“直接吃”的**单一**吃法

当轻食被贴上“枯燥寡淡”的标签

豪士藜麦吐司想**打破**这个刻板印象

豪士藜麦吐司 藏着玻利维亚红藜麦的天然营养

带着无边吐司的松软口感

本身就是一个可以无限发挥的“创意基底”

本次“玩转藜麦，轻食有花样”**创意吃法挑战赛**

就是想和你一起 打破传统代餐的沉闷 把吐司玩出N种可能



目录

CONTENTS



01 市场分析

02 营销策略

03 创意执行

04 活动预算

TAKE AUTHENTIC BREAD

豪士豪士
好吃好吃



HORSH 豪士®
藜麦吐司面包

· 玻利维亚进口红藜麦 ·

高蛋白质

0反式脂肪酸

0蔗糖

1片面包≈1.5杯牛奶

(蛋白质)

蛋白质





01

MARKET ANALYSIS

市场分析





政治法律

- ✓ 国家对烘焙食品的安全抽检标准趋严
藜麦面包生产要严循食品安全标准
- ✓ 地方对食品企业的知识产权保护政策完善
豪士已构建 44件专利 36件商标 14 件作品版权的知识产权矩阵

经济

- ✓ 居民可支配收入提升 消费者愿意为“健康、便捷”支付溢价
- ✓ 烘焙赛道市场规模稳定增长 健康细分赛道增速高于行业平均

社会文化

- ✓ 消费者饮食观念从“饱腹”转向“营养+健康”
0蔗糖、高蛋白成为主流需求
- ✓ 快节奏生活下“便捷早餐/代餐”的消费习惯普及 社交媒体上的健康饮食话题热度高
- ✓ 大众生活压力大 追求有趣猎奇创意性 豪士创意吃法 迎合大众好奇心理

技术

- ✓ 烘焙自动化 数字化生产技术成熟 能提升品控效率和稳定性
- ✓ 功能性烘焙原料(如藜麦)的加工工艺不断革新 豪士特有的“36米压面机”设备 实现豪士口感好吃

MAKE AUTHENTIC BREAD

受众分析

USER ANALYSIS



学生党

吃法1: 开袋即食 (便捷、高性价比、饱腹控卡)

吃法2: 营养创意搭配

定位: 课业繁重, 食欲不佳

急需更好吃的早餐开启新一天

可设置班级小摊进行创意吃法

精致妈妈

吃法: 营养创意搭配

对个人: 身材管理, 对控卡健康性能要求大

且有富余时间进行营养低脂搭配;

对孩子: 有富余时间为孩子准备高营养豪华搭配早餐

藜麦高品质符合宝妈面包首选。



上班族

吃法1: 开袋即食 (省时高效、营养均衡、通勤友好)

吃法2: 营养创意搭配

定位: 业绩繁重, 好工作效率需更高质早餐补给

办公室小摊可供应“豪华版”早餐且增加上班趣味性)

美食博主

吃法2; 营养创意搭配

藜麦配方干净、营养安全、全家适配。美食博主可用其进行

不同吃法探寻, 藜麦吐司高品适合向大众传播

MAKE AUTHENTIC BREAD

竞品分析

COMPANAL



品牌	图片	价格	原料	蛋白质含量	核心卖点
豪士藜麦土司		15.9-22.9元/420g	首家采用玻利维亚红藜麦	13.8g	主打高端健康烘焙 技术研发实力强 拥有多项专利 渠道覆盖全国 品牌认知度高
泓一无边藜麦厚切吐司		15.8-16.9元/420g	藜麦 $\geq 4.8\%$;	13.3g	价格亲民 下沉市场渠道优势明显
港荣低脂藜麦土司面包		12.9-18.9元/420g	红藜麦 $\geq 5\%$	11.7g	以“健康蒸制”为核心卖点 主打低脂健康烘焙 蒸制工艺为核心壁垒
比比赞藜麦吐司		12.5-19.9元/420g	玻利维亚红藜麦 $\geq 4.8\%$	13.3g	极致性价比定位 全渠道布局 线上运营能力强 宣传广 抢占大众市场
唇咚藜麦吐司		14-15元/580g	进口红藜麦 $\geq 4.8\%$	13g	高性价比 下沉市场渠道优势明显

SWOT分析

SWOT ANALYSIS



S

优势

藜麦吐司全国销量第一

品牌知名度高

全渠道布局完善

工艺和供应链成熟 360m压面机

W

劣势

品控稳定性不足

健康概念营销存在争议

O

机会

健康烘焙赛道持续增长

轻食代餐需求扩大、品牌IP化营销有

破圈空间

T

威胁

监管趋严、消费者信任危机、

赛道竞争加剧、低价内卷严重



02

MARKETING STRATEGY

营销策略



MAKE AUTHENTIC BREAD

传播逻辑
COM LOGIC



线上预热

依托美食博主、学生、上班族、精致妈妈核心人群
发起“藜麦吐司花样吃挑战”
鼓励美食博主打造网红吃法
带动其他受众模仿
趣味短视频二次传播



举行“赢刮刮乐搭配藜麦吐司”快闪店活动
沉浸式体验品牌故事
创意搭配
强化品牌形象

线下活动

MAKE AUTHENTIC BREAD

品牌形象深化

IMAGE DETAILING



HORSH 豪士
豪士豪士 好吃好吃

slogan “植入” 途径

- 官方线上短视频，**宣发**皆带上“豪士豪士，好吃好吃”品牌slogan
- 要求网红博主等参与搭配挑战者的**视频**传播，以及参与者线下活动短视频宣发及活动反馈皆需**带上tag**“豪士豪士，好吃好吃”品牌slogan
- **线下活动**物料要有重复醒目品牌slogan 线下活动中不仅设置“品牌slogan绕口令兑奖区设置”豪士豪士好吃好吃”作为**兑奖口令**而且通过现场LED大屏与“快问快答等游戏双重方式传播**品牌故事**，使其深入人心

- 将“豪士豪士，好吃好吃”品牌slogan**贯穿**整个活动
- 流量路人因创意搭配——围观——品牌声量更响——感兴趣——参与——品牌私域流量——首选品牌（品牌slogan深入人心）——销量提高——流量变现

品牌知名度营销策略



03

CREATIVE PROPOSAL

创意执行





第一阶段：线上预热期（15天）

- 活动一：发布藜麦花样吃法挑战，短视频视频引流
- 活动二：设置一些关于豪士藜麦吐司搭配图文，海报，话题推文



第二阶段：线下爆发期（15天）

- 活动一：线下快闪店，（游戏+自助搭配+优惠套餐选购），邀美食博主（网红）作为快闪店的一日店长
- 活动二：线上宣传，参与者及达人在各大平台分享现场打卡以及分享体验感受



第三阶段：保温期（10天）

- 活动一：线上社区晒日常搭配+个性语录分享
- 活动二：季度茶话会，个性吃法交流+高效社交



传播时间（全程40天）

整体分预热、爆发、保温三阶段递进落地
线上线下同步联动，精准高效触达目标用户

MAKE AUTHENTIC BREAD

创意执行

CRE EXE



第一阶段 线上预热期 (15天)

总活动时间 活动第1天—第15天

阶段目的

- 打破传统面包“直接吃”的单一认知
- 以“趣味互动+创意吃法”为抓手
- 开创“豪士豪士，好吃好吃”话题，将slogan深化
- 精准触达学生党 上班族 宝妈美食博主三大核心人群
- 完成前期流量蓄水，为后续线下活动引流造势

两个活动

活动一：发布藜麦花样吃法挑战短视频视频引流

活动二：发布一些关于豪士藜麦吐司搭配

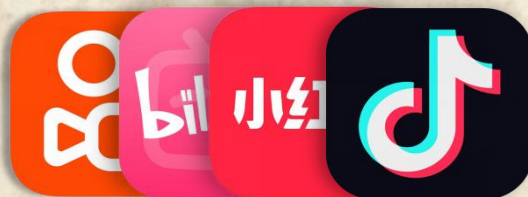
图文，海报，话题推文

活动排期

活动一：活动第1天—第10天

活动二：活动第10天—第15天

传播媒介





第一阶段

活动一 发布藜麦花样吃法短视频挑战： tag带上专属话题 #豪士 #藜麦面包 #豪士豪士 好吃好吃

宝妈博主专业种草内容

学生党专属社交内容

上班族专属场景内容

- 懒人低卡快速吃
- 宝妈营养早餐花样搭配
- 低卡解馋创意吃法
- 挑战三餐藜麦吐司创意吃法



- 打造专属学生场景下教室极限豪士藜麦面包搭配
- 响应网红吃法制作教室平替



- 打工人办公室个性化搭配
- 网红吃法办公室平替版
- 办公室摸鱼抽象搭配玩法



MAKE AUTHENTIC BREAD

创意执行
CRE EXE



第一阶段

活动二 设计“豪士藜麦吐司搭配”图文，海报，话题推文：

- 强化产品“健康、低脂、早餐百搭、藜麦营养”卖点
- 进一步深化“豪士豪士，好吃好吃”话题，提升产品曝光与用户讨论度
- 将活动一产生的网红吃法二次宣传并持续性征集创意吃法持续活动热度



MAKE AUTHENTIC BREAD

创意执行
CRE EXE



第二阶段 线下爆发期 (15天)

活动时间 活动第15天—第30天

阶段目的

- 通过**线下**达人带动**高互动有趣玩法**持续引爆搭配热度
- 并推出官方藜麦吐司套餐
- 并以直播及短视频**宣发活动**,线上线下同步互动
- 实现声量与销量双重爆发,将搭配热度推向高潮

两个活动

活动一： 线下快闪店 (游戏+奖品搭配+优惠套餐选购)

活动二： 线上活动现场宣传

活动排期

活动一： 活动第16天—第18天

活动二： 活动第16天—第22天

传播媒介





第二阶段

活动一 线下快闪店 (游戏 + 奖品搭配 + 优惠套餐选购)

赢刮刮乐搭配藜麦面包活动
关注公众号，扫码进群，即可参加游戏

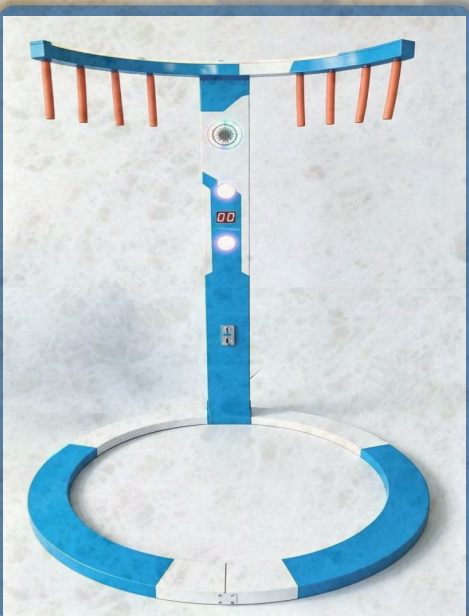
抓藜麦柱子 (藜麦追捕·幸运立柱)

藜麦飞镖 (麦力投射·精准飞镖)

转盘快问快答 (麦知极速转盘)

盲摸藜麦 (寻味藜元·盲辨五谷)

slogan绕口令 (麦语口号绕舌)



麦力投射, 精准飞镖



麦知百答·极速转盘



寻味藜元·盲摸五谷



麦语创说·口号绕舌



豪士豪士 好吃好吃

设置五款小游戏



第二阶段

活动一 线下快闪店（游戏 + 奖品搭配 + 优惠套餐选购）

奖品搭配 游戏章赢刮刮乐 刮奖兑换奖品食材

01

一等奖

午餐肉/火腿/鸡柳

02

二等奖

蓝莓/小番茄/青提/香蕉

03

三等奖

芝士片

04

四等奖

鸡蛋碎/水煮鸡蛋切片/煎蛋

05

五等奖

玉米粒/紫薯泥/生菜

06

特等奖

100元现金 (0.5%)

RUDE:

前两个游戏章各得一片藜麦吐司 第三个章起得一张刮刮乐
四个则两张 五个则三张

一日店长 活动规则

快闪店搭配一日店长活动

邀请知名美食博主当一日店长

1. 参与者在打卡区可与一日店长进行合照等互动
2. 美食博主会在搭配区现场制作十份豪华网红藜麦吐司，在现场会员群随机抽奖获得，在活动当天分五个时间段发，起抽奖 每次中奖机会有两名



第二阶段

活动一：线下快闪店（游戏 + 奖品搭配 + 优惠套餐选购）

优惠套餐选购

- 快闪店推出藜麦吐司为主，豪士其他款面包为辅的套餐大礼包
- 邀请创造网红搭配吃法的博主**代言**，并附上网红吃法教程示例图，印刷在套餐包装袋上
- 根据不同受众设置**不同套餐方案**：
 - 学生党**（校园能量包补给：豪士藜麦吐司+乳酸菌小口袋）
 - 上班族**（工位摸鱼饱腹包：豪士藜麦吐司+豪士黑芝麻麻薯面包）
 - 宝妈**（亲子花样营养包：藜麦豪士吐司+豪士小小面包）
 - 美食博主**（豪士藜麦吐司创意包）
- 联合活动二的**直播**方式开展线上线下销售手段



第二阶段

活动二：线上活动现场宣传

- 达人活动宣传
- 参与者在各大平台 分享现场打卡 分享体验感受
- 官方账号直播现场活动 发直播切片
tag带上 持续炒热话题 #豪士豪士 好吃好吃





第三阶段 保温期 (10天)

活动时间 活动第31天—第40天

阶段目的

- 线上社群日常搭配打卡+个性化语录+线下茶话会
 - 稳固用户活跃度和社群粘性，驱动持续复购
 - 将搭配热情转化为更好经营生活的积极态度
- 强调“搭配个性化”，可延续热度，实现长期利益转化

两个活动

活动一：线上社区晒日常搭配+个性语录分享

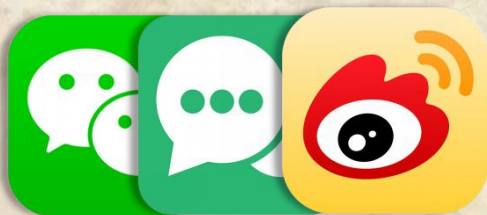
活动二：季度茶话会，个性吃法交流+扩展玩法

活动排期

活动一：第23天后全年常驻

活动二：一季度一次

传播媒介





第三阶段

活动一 晒日常搭配+个性语录分享

- 线上私域社区晒日常三餐藜麦吃法并附上生活个性化语录
- 用品牌展现用心经营生活的姿态
- 私域微信群分享日常搭配图片以及交流分享

你今日吃豪士面包了吗？

HORSH 豪士
藜麦吐司面包
· 玻利维亚进口红藜麦 ·
0蔗糖
0反式脂肪酸



健康生活家



今天又是新的一天

12:23-2:02:00 0:2-40:22 12:32



02:22



这个吐司口感一定很松软~
藜麦吐司搭配酸奶水果绝了！
求链接！想买来试试



02:22

19:08



豪士健康轻食交流群



群成员头像



今天早餐用无边藜麦吐司夹了牛油果和煎蛋，超满足！

午餐把吐司切成小块，和蔬菜沙拉拌在一起，口感很丰富~



晚餐用吐司做了个简易的三明治，加了火腿和芝士，简单又好吃！



晚餐用吐司做了个简易的三明治，





第三阶段

活动二 季度小型茶话会 个性吃法**交流**+扩展玩法

第一步

快闪店**引流**
引导用户加入会员**私域群**

群内发放专属**优惠**
交流分享创意吃法

第二步

第三步

打造**社群**氛围
增强归属感，实现同频交友

征集**线下**茶话会相关内容
邀约会员**共创**活动

第四步



第二阶段

活动二 季度小型茶话会 流程参考示例

藜麦吐司下午茶 聊天 (固定项目)

创意立牌打卡

藜麦吐司创意手工

官号发布会员大合照和活动视频

tag带上 保温热度话题 #豪士豪士 好吃好吃



茶话会报名流程

官方在群里发布
举行茶话会信号

会员 讨论茶话会
形式玩法时间地点

群接龙报名
前50名可参与



04

ACTIVITY BUDGET

活动预算





预算板块	具体明细	金额（万元）	占比
达人&内容（93万）	头部博主标杆探店/吃法教程	30	31%
	腰部垂类场景化种草	25	
	学生党/上班族UGC铺量打卡	13	
	官方海报，图文等内容制作	25	
线下快闪店落地（102万）	多城商圈场地租赁	50	34%
	场景搭建、道具视觉制作、现场执行人员	27	
	邀请一日店长	25	
获得及奖品（54万）	产品试吃、兑换赠品	30	18%
	刮刮乐实物/现金福利	10	
	UGC挑战赛激励奖品	14	
线上（30万）	同城精准流量、短视频加热	15	10%
	话题榜单助推、平台流量扶持	15	
私域运营（15）	日常分享激励金，优惠福利 各城市线下活动：茶话会场地，物资	15	5%
应急备用&机动费用（6万）	物料增补、应急调整、临时追投	6	2%
合计	——	300	100%



HORSH
豪士®

豪士豪士 好吃好吃

THANKS

HORSH MAKE AUTHENTIC BREAD

真材实料好面包

MAKE AUTHENTIC BREAD

HORSH
豪士

豪士豪士
好吃好吃



HORSH 豪士®
藜麦吐司面包

· 玻利维亚进口红藜麦 ·

高蛋白

0反式脂肪酸

0蔗糖

1片面包≈1.5^(蛋白质)杯牛奶 蛋白质高!高!高!

此包装非最小销售单元 图案仅供参考 具体以实物为准