



海天 x 《一饭封神》 从场景到心智的“封神”之路



案例背景：行业升维之际，海天需兼顾品牌升级与BC端销售协同，实现品效双赢

行业挑战

应对品类新趋势，需创新品牌沟通
从“功能认同”升级至“情感与文化认同”

复合调味料
市场规模骤升

2024年复合调味料市场规模

1,266亿 同比增长7.7%

新锐品牌以不同功能卖点切入，抢占细分人群



切入拌饭、火锅等细分使用场景，推出各类下饭酱、懒人酱料

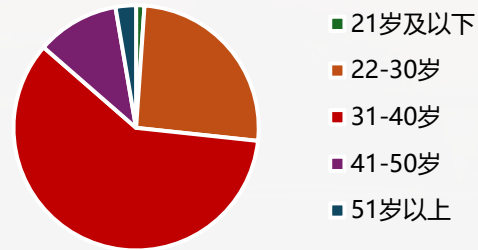
品牌需求

海天作为国民品牌
需构建高价值品牌形象，带动B&C销量增长

竞品联动厨师&高端餐饮，拔升品牌高度同时抢占B端份额



调味品消费年龄构成



中青年成为C端消费主流
需协同辐射C端人群转化

借《一饭封神》，让海天代表“中国味”在中国厨房封神

1

品牌提升

强化海天“中国味”高端形象
同时提升品牌年轻化认知

2

场景渗透

通过多元内容场景，实现产品
使用心智深度种草

3

生意转化

联动渠道与销售，实现IP流量
向产品销量的有效转化

4

行业影响

树立餐饮行业专业标杆，赋能
B端合作伙伴关系



项目洞察：腾讯首部厨综IP《一饭封神》，满足海天多元沟通诉求成为致胜利器

内容机遇

腾讯首部厨综《一饭封神》破土而出
聚焦厨师竞技与美食文化，是天然的沟通场



内容贴合

汇聚百位优秀厨师，
通过厨艺比拼展示厨师新面貌

品牌理念呼应

IP立足中国味道传承与创新
与海天“传承中国味道400年”
理念契合

合作优势

内容
即货架

美食场景直观传递产品价值

三大
合作优势

IP
即信任

专业厨师背书构建品牌信任

流量
可运营

公域内容可沉淀为品牌长效资产



核心策略：海天「入味封神」模型

以《一饭封神》为品牌核心链接点，为海天打造从「品牌价值渗透到长效资产沉淀」的营销闭环



入味

节目内多维场景定调

深度植入节目封神烹饪场景，关联海天x名厨/名菜/中国味
将产品功能升维至文化高度，建立海天专业的权威联想





深度绑定节目内容，关联品牌价值，强势注入“海天=中国味”的品牌联想

视觉+产品+文案立体呈现，节目宗旨与品牌使命同频输出

视觉上 | 顶级舞美视效x顶尖厨师竞技，彰显海天**高端品牌格调**



舞美



节目片头

产品上 | 品牌信息全包围露出，自然展现**400年老字号匠心品质**



产品露出



产品使用

文案上 | 融入品牌历史与使命，传递海天**中华美食守味人品牌角色**



主持人口播



标板

品牌+行业+名厨三方联合背书，助力品牌计划震撼亮相



节目内正式官宣海天中国味合火人计划



海天高层 | 授予选手“中国味传播大使”



中烹协会会长 | 正式宣读海天品牌计划



节目六强选手 | 参与拍摄品牌短片，以厨师视角传递匠心追求



捆绑节目厨师选手，深度定制多元内容，巧妙植入“人-菜-品”的场景关联

赛制内容定制

海天 x 厨师 x 「烹饪使用」

绑定专业厨师烹饪过程
深度植入展现全线产品核心卖点



帅晓剑 x 红烧肉 x 海天苹果醋



x



x



陈晓东 x 融合风味小龙虾 x 豆瓣酱



x



x



品牌环节定制

海天 x 厨师 x 「厨艺教学」

定制《海天美味小课堂》
以名厨教程直观呈现产品功能



陈晓东 x 豉油乳鸽 x 薄盐生抽



宴究生 x 葱油土豆熔岩山 x 葱油拌面酱



杨艳彬 x 苹果醋炒三素 x 苹果醋



品牌番外定制

海天 x 厨师 x 「美食交流」

定制访谈番外《一饭走心局》
畅聊美食文化故事加深情感共鸣



产品摆放



角标



产品使用



片尾鸣谢

入心

撬动节目内外心智转化

链接线上内容与线下货架/餐桌，打通“看-想-买”消费链路
将心动转化为行动，实现节目流量向B&C端销售的高效转化



点燃线上线下全域内容热度，“全包围式”强化品牌记忆锚点，打造转化闭环

线上：腾讯全域广告，精准触达目标用户渗透心智

节目硬广+中插短片+朋友圈广告全方面包围用户触达路径

前贴片-PC端
前贴片-移动端
前贴片OTT端
节目硬广直链O2O电商
暂停广告-PC端
暂停广告-移动端

投放周期 7.17-9.24

美团外卖
饿了么
美宜佳

AMS 朋友圈

海天
与中国优秀厨师一起，传扬中国味！让世界，爱上中国味！

精准推送朋友圈广告
海天：加入中国味合“火”人计划，让中国味火起来

节目定制创意中插1
《海天中国味合火人计划》传播品牌理念

节目定制创意中插2
《海天干饭节》导流至品牌自有活动

线下：联动美团升级O2O合作，赋能品牌生意

跨端资源整合，构建“看节目-学做菜-找门店-买同款”消费闭环



入圈

节目外品牌资产沉淀

锁定节目高流量名厨名菜，转化为品牌可复用资产
深化海天在产业链中的影响力，赋能品牌长效增长





多维度延展节目爆款，以“内容-信任-产品”为轴心，构建私域长效增长引擎

爆款菜品→独家内容

沉淀节目同款「封神菜谱」

将节目同款菜谱热度转化为品牌私域流量



海天厨师荟 私域小程序

当《一饭封神》的竞技火花沉淀为人间烟火，海天味业携手节目组首度公开「封神菜谱」。这里不仅是100+热播菜谱的独家会集，更是一座联结我们与顶级大厨之间的桥梁。



爆款选手→信任背书

冠军主厨&人气星厨线下探厂



冠军选手空降海天工厂，指导产品开发



人气主厨探访海天总部，分享产品卖点

爆款产品→助推转化

定制「大师联名」调味品礼盒



【传世家宴调味礼盒】

经典传承味，传递海天百年风味

【潮味新赏调味礼盒】

研发创新口味，满足口味趋势



沉淀至海天私域流量池（海天厨师荟、海天美味馆、海天公众号、海天微博账号）



以节目为势能支点，打造海天“中国味合「火」人计划”，布局品牌长线行动

借势节目热度，收官即启航 海天正式发起中国味合「火」人计划

海天联合中国烹饪协会、厨师、餐厅等，共同发起



今夏最燃美食综艺《一饭封神》

已圆满收官!

全网播放量持续高涨，热搜接连出圈

掀起中华美食全新热潮

不仅让顶尖厨师走向台前

还推动线下餐厅流量增长

借节目热度，海天于饭节x餐饮x线上线下

全渠道全平台参与，卷动销售热潮



03加入我们 一起传扬中国味

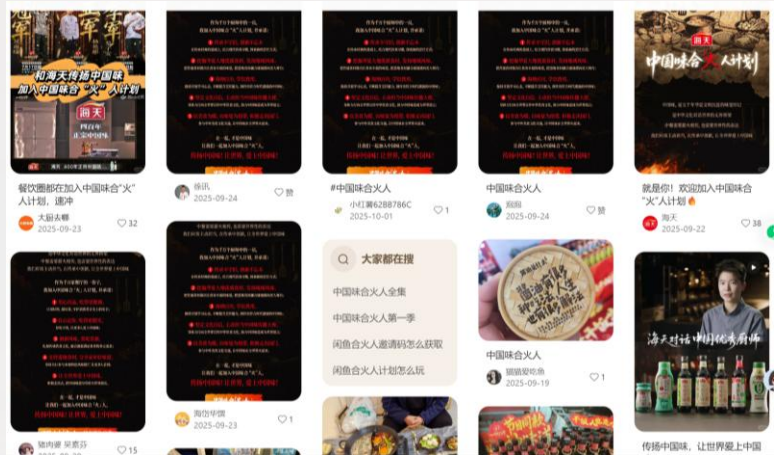


邀请节目选手&餐饮行业KOL加入计划——

强化海天的专业伙伴形象，赋能B端关系



选手全网发文1981条，种草海天产品



名厨+素人实名响应，扩大活动影响



市场效果

海天卡位厨综赛道，达成从场景渗透到价值认同的全方位“封神”效果

认知登顶

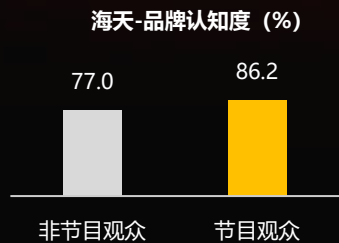
份额领先，高端感知跃升

海天品牌心智份额行业**TOP1**
从5月起稳步上涨，并**超过竞品李锦记**



高端产品感知度显著提升

Q: 您知道以下哪些注重零添加、有机等概念的调味品品牌?



声量破圈

话题热搜，激发互动浪潮

全网热搜霸屏

2918个

全网话题阅读量

38亿+



全民复刻节目菜品，种草同款调味品



#沉浸式复刻一饭封神招牌菜#
抖音话题种草榜TOP16

资产扩容

有效获客，助推生意增长

人群增长率**1435.32%**
整体5R人群总资产拉新效果显著

5R	投前	投后
人群总资产	682,225	10,474,370
		+9,792,145
		↑1435.32%

联名套餐，带动选手餐厅销售上涨



营业额上涨 **107%**

营业额上涨 **50%**

行业引领

权威背书，树立味觉风向标

高质新闻媒体扩散#中国味合火人计划#
解读海天品牌文化内涵



阅读量
10W+



感谢观看