

食品类IP视频栏目产品包

《食来运转》

以满减玩法的专题直播为主，融合IP短视频、优质图文的内容营销，将美食做到全方位推广，联合一级账号各渠道输出，首期为零食商家服务的内容方案

尊享包

内容	数量	介绍
IP属性下的评测视频	1条栏目视频+2条哇哦视频	横版16:9,2-3分钟/条(附2条单品评测视频哇哦渠道投放)
优质淘内图文渠道	有好货新单品-3篇 微淘-店铺力荐-1篇 悦食天下(汇吃)盘点图文-1篇	精选优质单品图文渠道资源:有好货和悦食天下(汇吃)
优质美食主播	单链接3场	挑选优质头部美食主播,联合所有商家的零食类产品在黄金时段进行淘宝(主题专场)直播
主播预热视频+微淘长图文	各1	主播微淘投放

内容	数量	介绍
IP属性下的评测视频	1条栏目视频+2条哇哦视频	横版16:9,2-3分钟/条(附2条单品评测视频哇哦渠道投放)
优质淘内图文渠道	有好货新单品-4篇 微淘-店铺力荐-2篇 悦食天下(汇吃)盘点图文-1篇	精选优质单品图文渠道资源:有好货和悦食天下(汇吃)
优质美食主播	单链接5场	挑选优质头部美食主播,联合所有商家的零食类产品在黄金时段进行淘宝(主题专场)直播
主播预热视频+微淘长图文	各1	主播微淘投放

豪华包

IP

美食达人戏精趣味开箱评测视频栏目，
通过生动形象的试吃感受分享吸粉强种草好物推荐。淘内头部优质美食自媒体账号，官方认证优质美食自媒体、优质美食短视频达人、全网粉丝量半年内突破30w，全网播放量突破5000w。



达人介绍

檀老吃

中央电视台公益广告导演、纪录片导演、109部短片作品、单个视频播放量过亿、中美国际电影节最高奖金天使奖、央视《真诚沟通》导演国内唯一一档“纪实类公益广告”栏目央视新闻、频道《真诚沟通》主力导演、《百年巨匠》分集导演、《百年巨匠——美术篇》分集导演及摄影

吴老吃

原美空网主编、红榜-世界网红大会联合创始人、国内第一家网红商学院、“新引爆”品牌课程项目主管、创办红人研究院线上社群、曾培养1000+优秀国内外网红人才、创办国内最大红人社群-红人研究院



样片介绍

【豆粉】<https://cloud.video.taobao.com/play/u/2862526882/p/2/e/6/t/1/215502174475.mp4>

【腐乳】<https://cloud.video.taobao.com/play/u/2862526882/p/2/e/6/t/1/215428836667.mp4>

【山核桃仁】<https://cloud.video.taobao.com/play/u/2862526882/p/2/e/6/t/1/215484665057.mp4>

【腊排骨】<https://cloud.video.taobao.com/play/u/2862526882/p/2/e/6/t/1/216007668240.mp4>



视频形式

IP人物

檀老吃(檀梦琼)和吴老吃(吴迪)

主要风格

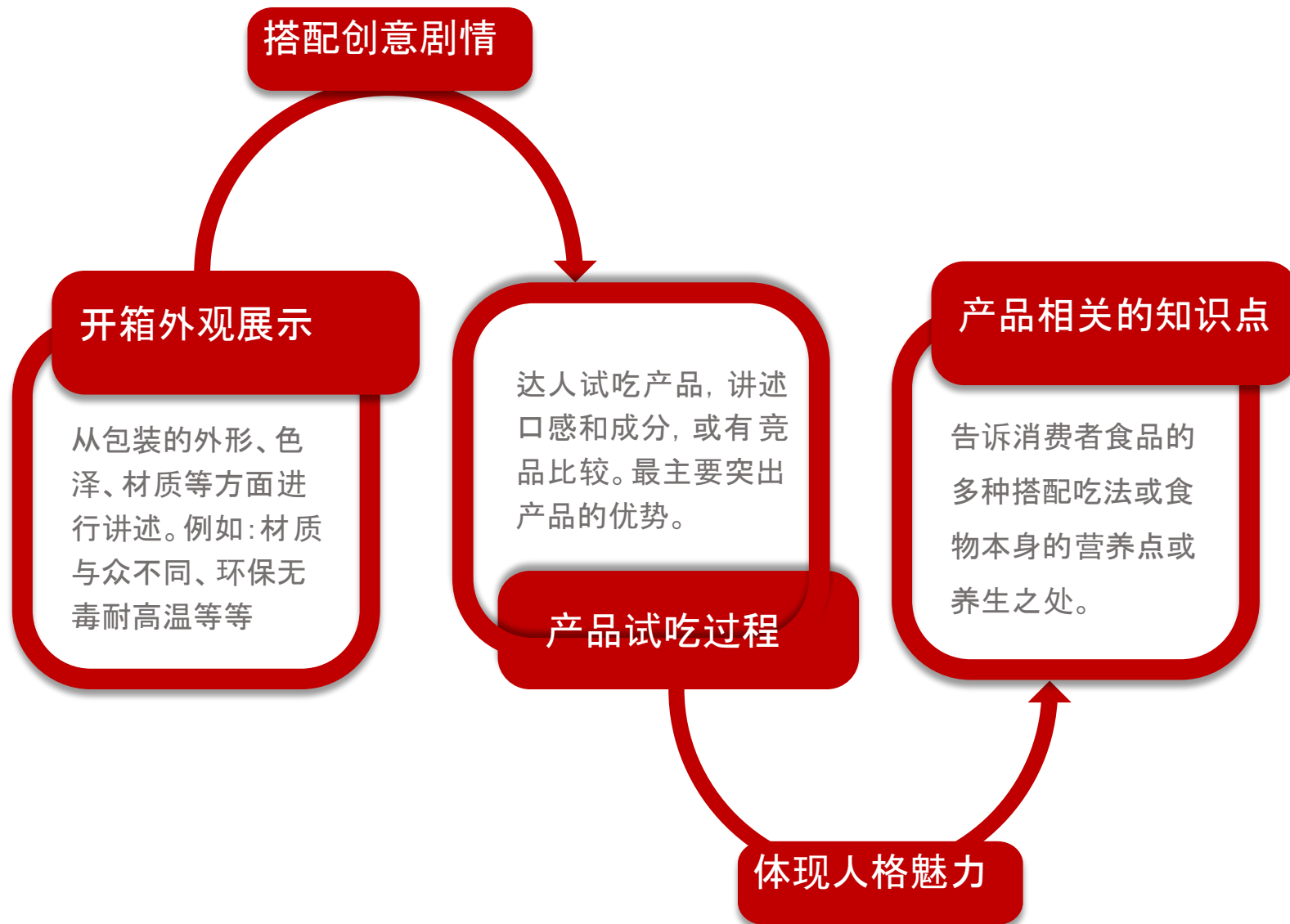
两人之间诙谐幽默的互动

主要内容

结合了美食教程、美食测评、美食情景剧和美食黑科技等多种表现形式的戏精美食评测视频。

以檀老吃为专业讲解，吴老吃做味觉评价，两个人通过正经或者恶趣味的点评，神经质的互动，来博得观众老爷们的一笑。遇到一些适合的产品特性，还可以跟互联网上的一些好玩好笑的梗，结合美食进行演绎，或者是将美食“除了可以吃“的另外一面表现出来，让美食变得拥有更多趣味性。

视频结构



中国移动 16:05

关注 上新 精选 晒单 时尚 美食 生活

1.5万阅读 评论 55

一块发糕 美食养生自媒体 关注

专注美食养生, 知名美食... 21万...

#西红柿呢! 有着菜中佳味, 又是果中美品, 有多种功用, 被称为神奇的菜中之果, 对女性来说, 典型的法宝呀! 赶紧试试吧! #



00:43

1519阅读 评论 6

二十吃垮成都 美食买手 关注

知名美食博主 1.6万粉丝

给大家推荐一家非常饿的时候千万不要来吃的瓦片烧烤, 我等他上炉子、上瓦片、上菜、足

首页 微淘 消息 购物车 我的淘宝

中国联通 4G 16:32 28%

汇吃 已关注

今日网红味 VOL / 069

Q到爆表的手工面点 隔壁家的小孩都馋哭了!

GOOD! 专属美味

徽州河蟹 青年 修正鹿鞭

人气推荐

5604人已种草

你的生活里, 少不了“牛”的美味

你的冰箱里是否少了一块美味可口的牛肉呢, 有喜欢的就...

HOT 更多盘点

速食一族 最爱的速食汤

速食一族 最爱的牛肉类

养生一族 最爱的传统滋补品

中国移动 15:57

有好货

生活馆 运动馆 全球馆 食品馆 母婴馆

意想不到的多重口感, ... 组织绵密细腻, 口感柔软香甜

773人说好

一次任性喝个够, 张小... 带有甜味, 不会很腻, 很贴心的感觉

713人说好

咸芝士奶盖珍珠奶茶白... 大福雪媚娘抹茶奥利芋泥me town

10082人说好

五岭之南 新鲜现摘广西... 生长自广西高山的五彩椒, 色泽五彩斑斓

图文营销



主播: Foodie 小文

粉丝: 31.3w

观看量: 14.26w

美食排名: TOP 5

吃播江湖里的玉面小生，排位赛上的实力玩家，靠的不仅仅是惨绝人寰的帅气，还有百炼成钢的带货能力。90后宝妈奶爸，淘宝美食达人，专业吃播！

7

7日内容发布数 !

92.42w

7日内容引导进店次数 !

1553

图文7日内容浏览次数 !

148.77w

直播7日内容观看次数 !

2440

短视频7日内容播放次数 !

直播7日内容观看次数: 148.77w

直播7日引导进店次数: 92.42w



主播: grace颖子

粉丝: 14.66w

观看量: 7.1w

美食排名: TOP 8

转化优 母女轻松搭档, 画面有爱温馨, 主播性格开朗, 粉丝粘连性很高. 产品讲解展示到位, 卖点精准表达.

16

7日内容发布数

47.97w

7日内容引导进店次数

1883

图文7日内容浏览次数

75.06w

直播7日内容观看次数

1603

短视频7日内容播放次数

直播7日内容观看次数: 75.06w

直播7日引导进店次数: 47.97w



主播:暴走蜜豆包

粉丝:10.63w

观看量:4.8w

美食排名:TOP 13

90后的美食辣妈主播，独特的直播风格深受粉丝★25-40岁女性为主要粉丝人群，日常消费购买力很棒

12

7日内容发布数

33.21w

7日内容引导进店次数

62

图文7日内容浏览次数

52.18w

直播7日内容观看次数

2.22w

短视频7日内容播放次数

直播7日内容观看次数：52.18w

直播7日引导进店次数：33.21w



主播:花桑食味

粉丝:19.38 w

观看量:14.26w

美食排名:TOP 12

花桑卓玛，美食专栏作者，各大美食网站美食达人，。喜摄影，痴文字，迷烘焙。迷恋于民族风的衣饰，追求健康，雅致的生活。

6
7日内容发布数

28.79w
7日内容引导进店次数

88
图文7日内容浏览次数

49.38w
直播7日内容观看次数

66
短视频7日内容播放次数

直播7日内容观看次数：49.38w

直播7日引导进店次数：28.79w

内容营销链路

**强势
种草**

美食主播
安利下单
3.17-3.19

**二次
发酵**

淘内优质图文资源
3.20-3.27

**持续
收割**

评测视频
哇哦渠道透出
达人粉丝人群覆盖
3.23-3.31

**内容
沉淀**

图文和视频在池子内
长期留存

Q&A

Q:《食来运转》项目中套餐内容包含哪些？

A:

- 1、《檀老吃和吴老吃》栏目视频及当中提到的单品哇哦视频
- 2、有好货-新单品图文
- 3、悦食天下(汇吃)盘点图文(一级栏目达人账号投放)
- 4、微淘-店铺力荐 图文
- 5、红人主播微淘长图文
- 6、主题性质专场直播+活动预热互动视频

Q:《檀老吃和吴老吃》的视频形式是怎么样的？

A:美食达人檀老吃和吴老吃两人之间诙谐幽默的互动,结合美食教程、美食测评、美食情景剧和美食黑科技等多种表现形式的戏精美食评测视频。以檀老吃为专业讲解,吴老吃做味觉评价,两个人通过正经或者恶趣味的点评,神经质的互动,来博得观众老爷们的一笑。遇到一些适合的产品特性,还可以跟互联网上的一些好玩好笑的梗,结合美食进行演绎,或者是将美食“除了可以吃“的另外一面表现出来,让美食变得拥有更多趣味性。

Q&A

Q:《檀老吃和吴老吃》是一个怎么样的IP？

A:外网千咖引进,此达人账号为美食垂直领域账号,淘内头部优质美食自媒体账号,官方认证优质美食自媒体、优质美食短视频达人、全网粉丝量半年内突破30w,站内粉丝6W,全网播放量突破5000w。栏目投稿于淘内短视频唯一短视频渠道—哇哦视频。

Q:檀老吃和吴老吃的人物介绍？

A:檀老吃是中央电视台公益广告导演、纪录片导演、109部短片作品、单个视频播放量过亿、中美国际电影节最高奖金天使奖、央视《真诚沟通》导演国内唯一一档“纪实类公益广告”栏目央视新闻、频道《真诚沟通》主力导演、《百年巨匠》分集导演、《百年巨匠——美术篇》分集导演及摄影。

吴老吃是原美空网主编、红榜-世界网红大会联合创始人、国内第一家网红商学院、“新引爆”品牌课程项目主管、创办红人研究院线上社群、曾培养1000+优秀国内外网红人才、创办国内最大红人社群-红人研究院。

Q&A

Q: 我需要提供哪些信息资料?

A: 购买成功后3天内提交4个内容相关的信息收集表, 这个直接影响到你的内容上线前后顺序(以确认提交资料表格时间为准)

Q: 我可以做几个品?

A: 视频最多2个品; 直播最多3个单品链接; 图文详见需求收集表

Q: 视频审稿及修改说明?

A: 前期请在脚本中确认产品卖点信息, 后期成片将以达人表现为主的产品评测介绍不接受修改。

Q: 什么时候可以看到最终数据?

A: 2019年4月10号左右会提供给客户结案报告。

渠道属性和价值分析

图文:种草发酵 非即刻转化渠道 产品品质分高的和文章内容质量分高的后续会有展现

视频:长期沉淀和发酵 非即刻转化渠道 随着观看量的增加 展现概率会加大

直播:强势种草收割 相对前面是比较好的转化手段 也比较适合客单价较低优惠力度大的商品

把控服务细节

前期:套餐内各项内容说明、需求整理、选品建议;

中期:内容端的定期输出、监控数据、根据数据效果及时做补量服务、客户数据反馈表;

后期:客户回访意见收集、数据整理反馈、复盘报告输出、直播选品优化方案输出

内容	对接流程
图文	<p>有好货的选品介入(比如店铺产品数量和产品品质分)及图片美观度的把控</p> <p>根据客户提供的产品卖点跟达人约稿并对内容质量把控</p> <p>有好货和悦食(2个粉丝量比较大的账号)投放</p> <p>数据观察补量</p>
评测视频	<p>产品相关信息收集</p> <p>根据卖点出脚本确认</p> <p>拍摄制作出片质量把控</p> <p>达人账号渠道投放</p> <p>数据观察并统计</p>
直播	<p>考虑适合直播的T型产品结构。横向以店铺爆款为主,或限时限购类产品,突出产品在直播中的核心地位,进店必买,吸引更多客户关注度,纵向也是以主推爆款为中心,关联到其他的产品,也就是经常说的关联营销,比如搭配款、系列款(例:大荒 龙旗舰店 豆奶粉、豆浆),可以让直播的产品更加丰富化,提升产品功能、挖掘更多粉丝的需求。</p> <p>1.提前5天确认直播排期;</p> <p>2.提前一天再次确认优惠力度是否有变更</p> <p>3.开播分享链接给商家并全程跟播;直播过程中有问题是及时跟进对接处理;</p> <p>跟播重要点:1.直播商品链接是否上错;2.产品卖点主播是否有按商家给予的利益点介绍到位;3.产品的优惠信息是否有讲错;4.商品展示介绍是否根据商家建议的点来直播展现;</p>

***执行流程

中国移动 18:45

檀老吃和吴老吃 6.0万粉丝

大家好 我是檀老吃

进店 576人进入了店铺

tb_0271962: /:085
妖妖帽: 来呀/:815

馒头配腐乳，赛过涮毛肚！
一个腐乳居然有这么好吃？这款腐乳不仅仅只

1 22 1 27

中国移动 18:50

檀老吃和吴老吃 6.0万粉丝

哈喽 我是吴老吃

进店 372人进入了店铺

檀老吃和吴老吃: 哈哈哈哈哈难过
檀老吃和吴老吃: 早晚吃吃就好 午饭要好

减肥佳品！一口饼干一口水就能饱！
想减肥还不想挨饿不想运动？试试这块饼干吧

1 14 0 24

中国移动 18:45

檀老吃和吴老吃 6.0万粉丝

歌
干啥呢 听啥呢

进店 356人进入了店铺

檀老吃和吴老吃: 嘿嘿 么么哒我们也喜欢
檀老吃和吴老吃: 测评本来就是吃过的产

早餐一份豆浆油条，简直不要太幸福
早上最幸福的事情，莫过于一杯热乎乎的豆浆

2 20 0 29

***短视频效果数据截图

期待合作

淘宝天下