

主辦機構



香港餐飲聯業協會

Hong Kong Federation of Restaurants & Related Trades

工業貿易署「工商機構支援基金」撥款資助



工商機構支援基金

Trade and Industrial Organisation Support Fund

執行機構



HONG KONG QUALITY ASSURANCE AGENCY

香港品質保證局

Enhance and Equip Hong Kong's Catering Industry to Exploring New Business Opportunities in Greater Bay Area

「提昇及裝備香港餐飲業，拓展大灣區新商機」

(項目編號: T19 002 002)

單元四: 大灣區餐飲實行品牌宣傳推廣手法

6月19日 下午2:00 - 5:00

在此刊物上 / 活動內 (或項目小組成員) 表達的任何意見、研究成果、結論或建議，並不代表香港特別行政區政府或工商機構支援基金評審委員會的觀點。



培訓程序

1. 項目簡介
 - 項目背景
 - 項目目的、項目時段、項目內容、交附物
2. 單元四: 大灣區餐飲實行品牌宣傳推廣手法
 - 香港餐飲品牌推廣策略
 - 香港餐飲品牌經營策略
 - 成功個案分享
3. Q & A



香港餐飲聯業協會背景

- 1999年成立
- 協會宗旨：
 - ❖ 為飲食業界及聯業界別不斷改善經營環境為大前提
 - ❖ 透過會內的文教活動，提升飲食業從業員的知識，技能及管理效果，掌握最新資訊
 - ❖ 與有關政府部門及公共機構溝通，反映業界的意見及觀點，增加相互了解，爭取行業的合法權益
 - ❖ 發揮會員間的互惠互利精神，團結業界，凝聚力量，以達守望相助，為會員謀求福利
 - ❖ 提升飲食業界及聯業界別的公眾形象及社會地位
 - ❖ 聯絡，考察本地，國內及海外有關飲食和其他團體，增加互相交流
 - ❖ 通過會員聚會，擴展會員間的人際網絡，推進會員的事業商機

活動及交流



主辦機構



香港餐飲聯業協會

Hong Kong Federation of Restaurants & Related Trades

執行機構



香港品質保證局

1. 項目簡介



項目背景

機遇

- 隨著中央政府在2019年2月18日正式公布《粵港澳大灣區發展規劃綱要》，香港特區政府在中央政府的支持下，與相關中央部委和粵澳政府緊密合作，推出了多項有利於落實大灣區發展的措施。
- 中國內地中產消費者崛起，他們日常外出用膳的頻率和消費金額都有所增加。具主題特色的餐廳、優質的餐飲服務、獨特的消費體驗等，已成為零售商圈和購物商場吸引消費者前往購物的賣點。

挑戰

- 不少香港的餐飲經營者於內地發展業務，然而礙於不熟悉和不了解內地的法例法規，品牌推廣，當地文化等等問題而面臨重大虧損，甚至例閉。

主辦機構



香港餐飲聯業協會

Hong Kong Federation of Restaurants & Related Trades

執行機構



HONG KONG QUALITY ASSURANCE AGENCY

香港品質保證局

項目目的

- 讓業界掌握大灣區(主要是內地九大城市)的營商之道
- 鼓勵業界推動香港品牌走進大灣區(主要是內地九大城市)
- 提升業界了解大灣區(主要是內地九大城市)開拓餐飲行業所需的認識
- 讓業界融入國家大灣區的發展領域
- 加強香港在大灣區擔任重要角色
- 促成業界與區內的深度融合，推動區域經濟協同發展

主辦機構



香港餐飲聯業協會

Hong Kong Federation of Restaurants & Related Trades

執行機構



香港品質保證局

項目時段

➤項目為期12個月，由2022年8月1日至2023年7月31日





項目內容

第一階段：
研究

- 桌面研究及業界諮詢
- 分析和整理搜集及業界諮詢的資料，草擬「提昇及裝備香港餐飲業，拓展大灣區新商機」指南的初稿。

第二階段：
培訓工作坊

- 以本項目的「提昇及裝備香港餐飲業，拓展大灣區新商機」指南為基礎，分開四個單元進行網上及現場授課，以提昇及裝備香港餐飲業，拓展大灣區新商機。

第三階段：
項目成果發
放

- 舉辦項目成果發佈暨經驗分享會
- 頒發畢業證書給完成全部培訓工作坊的企業
- 邀請專業人士、餐飲業相關代表及有參加培訓工作坊的企業作經驗分享
- 發佈並派發「提昇及裝備香港餐飲業，拓展大灣區新商機」指南

第四階段：
項目網頁

- 在HKFORT 網站建立本項目網頁
- 宣傳本項目，方便業界瀏覽本項目活動，宣傳，推廣及招募參加者
- 上載與項目相關之資訊及指南予業界參考



交付物 1: 培訓課程

參加者數目

- 每間企業1名代表，共25人。

內容

- 4個單元共5堂，每堂會舉辦兩次，共10場
 - 單元一：拓展內地市場基本須知
 - 單元二：香港品牌在內地註冊保護
 - 單元三：大灣區9大城市餐飲行業現狀及發展趨勢
 - 單元四：大灣區餐飲實行品牌宣傳推廣手法

證書：出席整個培訓工作坊所有單元的參加企業將獲發出席證書

參加費用：免費



交付物2：「提昇及裝備香港餐飲業，拓展大灣區新商機」指南

內容

- 項目的介紹和背景
- 分享是次項目的成果
- 資料搜集及業界諮詢的簡介和資料分享
- 「提昇及裝備香港餐飲業，拓展大灣區新商機」計劃簡介
- 培訓工作坊內容單元一至單元四（當中包括拓展內地市場基本須知，香港品牌在內地註冊保護，大灣區9大城市餐飲行業現狀及發展趨勢及大灣區餐飲實行品牌宣傳推廣手法）
- 參與培訓工作坊分享經驗

印刷數目：500本 和 電子版可於本項目網頁供業界免費下載

主辦機構



香港餐飲聯業協會

Hong Kong Federation of Restaurants & Related Trades

執行機構



香港品質保證局

交付物 3:項目網頁

內容

- 項目的啟動和簡介會
- 培訓工作坊招募 和 活動資訊
- 「提昇及裝備香港餐飲業，拓展大灣區新商機」指南電子版
- 項目宣傳短片
- 項目成果發佈和經驗分享會的活動資訊

單元四: 大灣區餐飲實行品牌宣傳推廣手法

- 1) 香港餐飲品牌推廣策略
- 2) 香港餐飲品牌經營策略
- 3) 成功個案分享

The background is a faded, light-colored image of a city skyline. The most prominent feature is a tall, slender skyscraper in the center-left. To the right, a flagpole with a flag is visible. The overall tone is light and airy, with a soft focus.

單元四: 大灣區餐飲實行品牌宣傳推廣手法

1) 香港餐飲品牌推廣策略

1) 香港餐飲品牌推廣策略

香港社交媒體與內地自媒體

- 香港的社交媒體有三大主流，分別是Facebook、IG及YouTube
- 內地則是稱「自媒體」
- 自媒體主要就是讓你可以為自己發聲，把自己心裡的想法展現出來，不管是經歷、心情、個人獨特見解等，用適當的方式表達出來
- 內地的自媒體百花齊放，企業常規會運營的自媒體平台包括：
 - 公眾號、視頻號、微博、抖音、快手；其次為小紅書、今日頭條、企鵝平台、知乎、網易、搜狐、新浪看點、百度



1) 香港餐飲品牌推廣策略

- 不論是香港還是內地，在線上平台推廣宣傳是勢在必行的做法
- 在香港做線上平台推廣，不管是個人或公司，到Facebook、IG及YouTube註冊帳號出個貼文或影片便可，沒有太多複雜的手續
- 相反，內地的法規與香港不同，要在內地線上平台註冊公司帳號推廣業務
- 必須是內地註冊公司、持有營業執照方可成功，只要是內地註冊公司，基本上可在大部分推廣平台註冊賬號從事推廣活動。



1) 香港餐飲品牌推廣策略

➤ 宣傳推廣需要配合業務發展，如企業已決定落戶大灣區作長線發展，註冊內地公司在各大推廣平台註冊賬號從事全方位推廣活動是理想做法

如果在未有註冊內地公司的情況下，通常可透過以下兩種途徑進行推廣活動。

1. 在平台上找一些成熟的賬號合作，幫助顧客投放廣告，即是找網紅KOL合作推廣。
2. 直接跟這些媒體平台合作，投放廣告；廣告形式包括圖文、海報和視頻。

1) 香港餐飲品牌推廣策略

內地推廣平台介紹

➤ 微信公眾號帳號投放廣告

➤ 視頻廣告線上平台（抖音、快手、小紅書）

➤ 行業網站及APP投放廣告（美團、餓了麼、大眾點評、小程序、小紅書）

➤ 線下廣告

➤ 發放新聞稿及新聞行銷（新浪、騰訊、網易、搜狐）



1) 香港餐飲品牌推廣策略



微信公眾號帳號投放廣告

- 如未有註冊內地公司，自媒體平台目前只有微信公眾號可以開通企業國際版服務號進行宣傳。
- 微信公眾號是社交應用排名NO.1，覆蓋面廣，用戶日常活躍性高，適合品牌宣傳，目標群以年輕用戶居多。
- 微信公眾號能將品牌推廣給上億的微信用戶，提高品牌知名度，打造更具影響力的品牌形象。

1) 香港餐飲品牌推廣策略

視頻廣告線上平台（抖音、快手、小紅書）

抖音短視頻

- 在投放廣告上是曝光量大，對於新品牌認知度也較好。畢竟很多品牌都是被抖音帶火的。抖音成本偏高，適合、APP、電商等泛流量產品投放。同時，在抖音上做品牌曝光也是極好的選擇。

小紅書

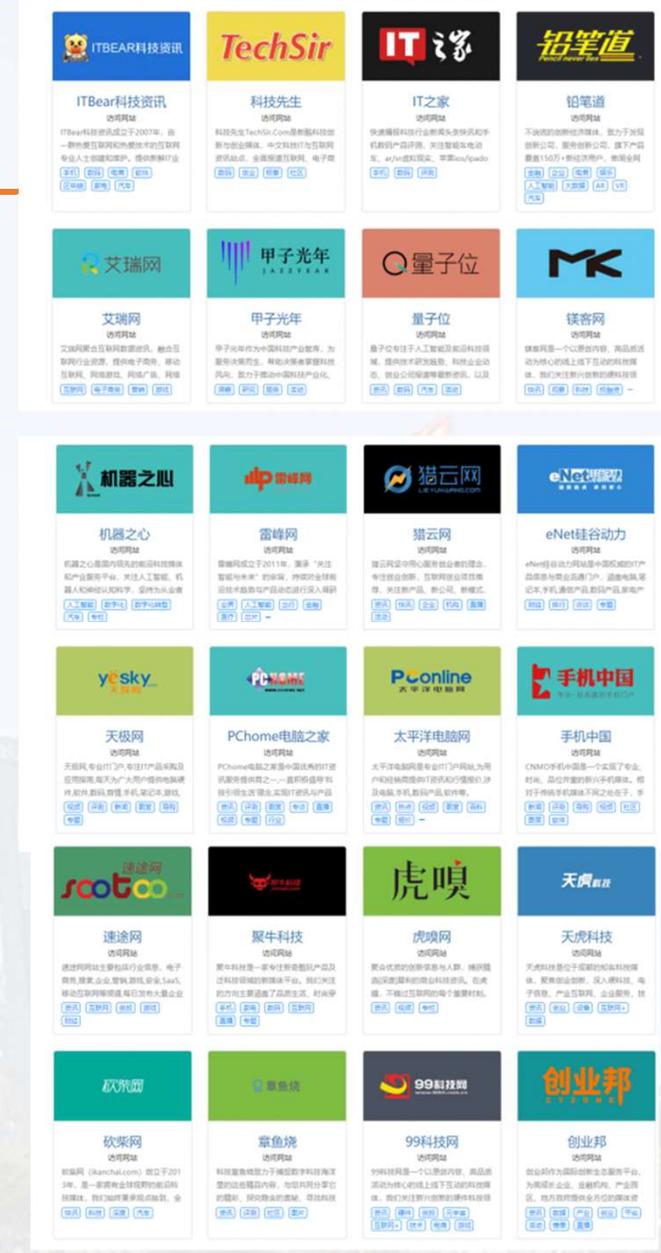
- 月活躍量達到5300萬多，基本80%的用戶在小紅書瞭解商品和品牌資訊，擁有80%女性使用者，60%的一二線城市用戶，70%的90後用戶。
- 擁有許多攻略，可以帶火不少產品，帶貨能力是十分可以的。



1) 香港餐飲品牌推廣策略

行業網站及APP投放廣告

➤ (美團、餓了麼、大眾點評、小程序、小紅書)



1) 香港餐飲品牌推廣策略

線下廣告



1) 香港餐飲品牌推廣策略



發放新聞稿及新聞行銷 (新浪、騰訊、網易、搜狐)

- 新聞行銷就是利用新聞媒體網站去推廣企業、品牌、產品或服務等資訊，進一步達到讓市場瞭解
- 而且透過新聞媒體網站權威展示，讓您企業的產品、活動、新聞資訊分秒之間高效傳播出去，在新浪、騰訊、網易、搜狐等各大新聞報導
- 在文章中植入相關熱搜關鍵詞，增加被搜到的機會，透過關鍵字搜尋出現相關內容，提升品牌知名度，增加客戶信任感



1) 香港餐飲品牌推廣策略-餐飲行銷(線上)

- 隨著網路普及，現代人習慣隨時用手機搜尋餐廳介紹與評價，網路論壇及KOL的心得分享，也對消費者具有越來越大的影響力
- 因此，商家若想積極推動餐飲行銷策略，網路行銷必定是各大餐廳優先考慮的管道

以下分享3種常見的線上餐廳行銷策略：

1. 創建Google我的商家
2. 與美食部落客、網紅合作
3. 經營社群形象

1) 香港餐飲品牌推廣策略-餐飲行銷(線上)

1. 創建Google我的商家

- 替餐廳建立Google我的商家，有助於附近的民眾，或是曾聽聞餐廳口碑的網友，主動認識您的餐廳
- 只需要向Google聲明商家擁有權，即可將地點、聯絡資訊、菜單等內容分享至網路上，讓Google的演算法自動為您推播商家檔案，增加餐廳曝光
- 此外，在Google我的商家內還可直接設定餐廳的線上訂位、外送點餐、預訂外帶等網址連結，在線上即可增加顧客決定消費的行動。

1) 香港餐飲品牌推廣策略-餐飲行銷(線上)

2. 與美食部落客、網紅合作

- 在自媒體盛行的年代，網紅已成為數位行銷中不可缺少的重要曝光管道
- 品牌開始找美食部落客與網紅試吃，並在網路上分享評價，藉由自媒體本身的流量，擴大餐廳本身的影響力
- 若擁有充足預算又想要擁有高曝光量，可以找較知名的大型網紅分享
- 而若是受限於預算考量，也可以挑選粉絲性質與餐廳客群相同的微網紅或奈米網紅，作為與餐廳溝通的管道

1) 香港餐飲品牌推廣策略-餐飲行銷(線上)

3. 經營社群形象

- 餐廳可以運用「內容行銷」的概念，在網路上多方佈局，讓消費者對餐廳品牌更加熟悉
- 若能將這些第三方平台上的消費者，吸引至自家經營的社群平台，便能讓消費者願意再次造訪餐廳，提升客戶黏著度
- 此外，懂得跟隨時事分享餐廳資訊，或是讓貼文維持獨特的品牌風格，也能夠增加消費者對餐廳的記憶點，讓顧客在需要時能在腦海中自動浮現您的餐廳名稱或餐點

1) 香港餐飲品牌推廣策略-餐飲行銷(線下)

1. 善用氣氛，讓顧客樂於排隊等待

- 運用從眾心態的心理學概念，吸引更多人前來一探究竟
- 可以用一些拍照打卡區或是互動看板，吸引顧客拍照留念以及觀看更多豐富菜單與您的品牌故事
- 讓消費者樂於等待的同時，也願意將照片分享至社群平台，替商家主動宣傳

1) 香港餐飲品牌推廣策略-餐飲行銷(線下)

2. 導入數位系統，提升顧客體驗

- 疫情讓許多商家意識到了數位轉型的重要性，創造出外送、外帶的市場機會，為餐廳帶來更大訂單量的同時，商家也勢必擴大產能，才能有效增加利潤
- 替連鎖餐廳引進數位系統，例如自助點餐系統，可以加速點餐、出餐流程，改善消費者體驗，減少人力支應，還能導入人流客流分析，提供各家門市統計人潮數據、熱門銷售餐點、累計顧客資料等功能，作為餐廳日後行銷規劃參考。

1) 香港餐飲品牌推廣策略-餐飲行銷(線下)

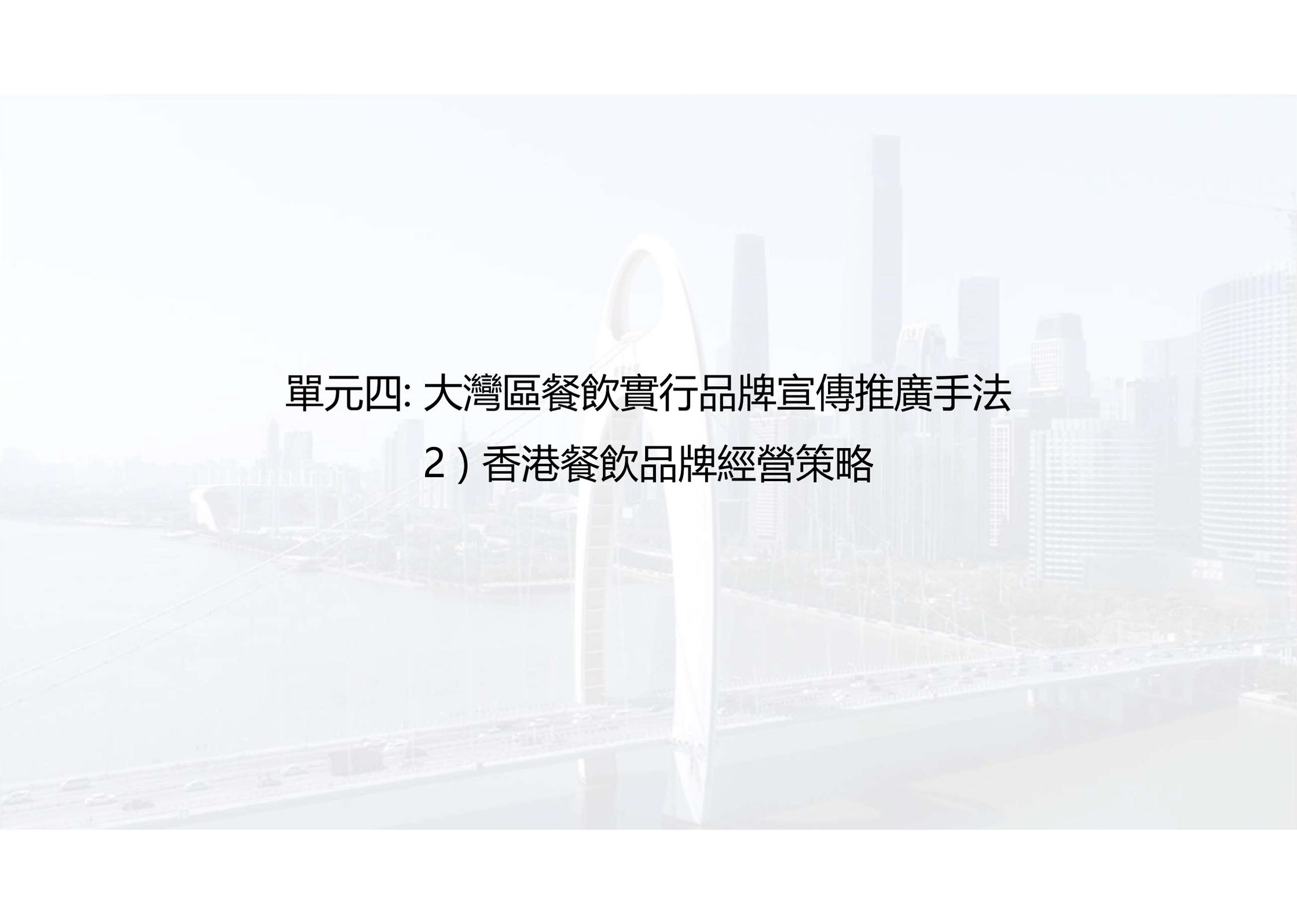
3. 推出創意餐點，打造熱門話題

- 創造差異化，推出創意餐點，總能引起許多討論，就像必勝客定期推出的創意披薩一樣，每每推出都能帶起一波熱度
- 即便披薩的創新口味不一定符合消費者的喜好，但是卻能讓消費者對必勝客留下深刻印象，維持餐廳的聲量及熱度

1) 香港餐飲品牌推廣策略-餐飲行銷(例子)

麥當勞APP搭配自助點餐機，智慧點單創造更多客流

- 麥當勞APP結合了線上點餐功能，讓客人在進入麥當勞前就可以事先點餐，大幅減少顧客等待的時間，提升服務效率的同時，也能完成更多訂單
- 除此之外，店內也提供了自助點餐機，讓餐廳可以更妥善地運用人力，客戶也不必再排隊等待點餐就能盡快入座，餐點則會由服務人員事後送上，改善了速食店一直以來常常大排長龍的問題。



單元四: 大灣區餐飲實行品牌宣傳推廣手法

2) 香港餐飲品牌經營策略

2) 香港餐飲品牌經營策略

➤ 大數據驅動下的精細化運營將成為最重要紅利來源，可分成七個類別

1. 分區域、分商圈
2. 分時段、分層級、分人群
3. 分套餐
4. 全渠道

2) 香港餐飲品牌經營策略

1. 分區域、分商圈

- 不同區域人群的需求是不一樣的，不同的商圈，人群結構是不一樣的
- 所以不同的人群，我們需要採用不同的營銷方法，提供不同的產品，提供不同的價格體系



2) 香港餐飲品牌經營策略

2. 分時段、分層級、分人群

- 不同時段消費的人群是不一樣，所以提供的菜單一定是不一樣的
- 有不同人群，我們就要提供不同的產品、提供相應的服務。
- 特別在外賣，比堂食可能會更明顯。
- 有很多的外賣品牌，不同時段它的餐品是不一樣的，它的排序是不一樣，主推套餐是不一樣的。

2) 香港餐飲品牌經營策略

3. 分套餐

- 西式快餐都已經非常明顯的套餐化。中餐在最近幾年裡面，套餐成為一個非常重要的趨勢。
- 怎麼去分套餐進行營銷成為未來餐廳精細化運營非常重要的課題

4. 全渠道

- 很多的餐飲品牌，開始去打造自己的會員系統，構建自己的微信公眾號的營銷宣傳推廣的通路，以及用小程序去做更多的獲客營銷的策略。
- 這些都是餐廳開始用新的技術手段去做會員客群有效的營銷方法。

2) 香港餐飲品牌經營策略

數字化營銷策略

數字化營銷需要有一套系統的、符合餐飲連鎖企業發展規律的策略。制定數字化營銷策略需要考慮以下幾個方面：

- 1.目標受眾：餐飲連鎖需要明確自己的目標受眾是誰，例如是年輕人、上班族還是家庭主婦等。
- 2.渠道選擇：餐飲連鎖需要根據目標受眾的特點，選擇合適的數字化營銷渠道。例如，如果目標受眾是年輕人，那麼可以選擇通過社交媒體平台進行推廣；如果目標受眾是家庭主婦，可以選擇通過電子郵件、APP推送等方式進行推廣。

2) 香港餐飲品牌經營策略

數字化營銷策略

3. 營銷內容：餐飲連鎖需要根據目標受眾的需求和特點，制定合適的營銷內容。例如，可以推出優惠活動、新品推廣等。

4. 營銷效果評估：餐飲連鎖需要對數字化營銷效果進行評估，以衡量營銷策略的有效性，並及時對策略進行調整和優化。

2) 香港餐飲品牌經營策略

數字化營銷策略- 建立社交媒體平台

➤ 建立社交媒體平台是數字化營銷的重要手段之一。社交媒體平台可以幫助餐飲連鎖更好地與消費者進行互動、傳播品牌形象和推廣產品。建立社交媒體平台需要考慮以下幾個方面：

1. 選擇適合的社交媒體平台：

餐飲連鎖需要根據目標受眾的特點和社交媒體平台的特點，選擇適合的社交媒體平台。

例如，如果目標受眾是年輕人，可以選擇在微信、微博、抖音等平台上進行推廣。

2) 香港餐飲品牌經營策略

數字化營銷策略- 建立社交媒體平台

2. 完善賬號資料：

餐飲連鎖需要完善社交媒體平台上的賬號資料，包括頭像、簡介、聯繫方式等，以便消費者更好地了解餐飲連鎖和產品。

2) 香港餐飲品牌經營策略

數字化營銷策略- 建立社交媒體平台

3. 發布優質內容

餐飲連鎖需要定期發布優質的內容，例如美食圖片、菜品介紹、活動宣傳等，以吸引消費者的關注和參與。

4. 與消費者互動：

餐飲連鎖需要與消費者進行互動，回復消費者的留言、評論等，增加消費者的互動體驗。

2) 香港餐飲品牌經營策略

數字化營銷策略- 數據分析與優化

- 數據分析與優化是數字化營銷的重要環節之一
- 通過數據分析，餐飲連鎖可以了解消費者的需求和行為，了解數字化營銷效果，並且根據數據分析結果進行優化和調整。數據分析與優化需要考慮以下幾個方面：

2) 香港餐飲品牌經營策略

數字化營銷策略- 數據分析與優化

1. 數據收集：

餐飲連鎖需要收集相關的數字化營銷數據，例如用戶訪問量、點擊率、轉化率等，以便進行數據分析和優化。

2. 數據分析：

餐飲連鎖需要對收集到的數據進行分析，了解數字化營銷效果和消費者行為特徵，以便根據數據分析結果進行優化和調整。

2) 香港餐飲品牌經營策略

數字化營銷策略- 數據分析與優化

3. 優化營銷策略：

餐飲連鎖需要根據數據分析結果，對數字化營銷策略進行優化和調整，例如調整營銷內容、調整推廣渠道等，以提高數字化營銷效果。

4. 定期評估：

餐飲連鎖需要定期評估數字化營銷效果，了解數字化營銷策略的有效性，並及時對策略進行調整和優化。

A faded background image of a city skyline, likely Hong Kong, featuring several skyscrapers and a flag on a tall pole on the right side. The text is overlaid on this image.

單元四: 大灣區餐飲實行品牌宣傳推廣手法

3) 成功個案分享

3) 成功個案分享

品牌設計公司創辦人及餐廳老闆 蔡展鵬

- Jason的創業大計曾在香港遭遇滑鐵盧，卻輾轉在廣州圓了夢想，憑藉一套「吃喝玩樂學」，現時既是品牌設計公司的創辦人，亦是餐廳老闆，還組織起推動學界創意文化交流活動。
- 當年Jason選擇暨大繼續升學，從未踏足廣州的他由火車站坐車到校園，途經天河區CBD，映入眼簾是「馬路比香港寬敞，兩旁一幢幢高樓大廈，十分現代化，繁華不遜香港」的城市
- 加上廣州亦流通粵語，對香港人而言可更快融入生活，文化相近，溝通談生意亦方便，這些都是令Jason落腳廣州創業的原因。

3) 成功個案分享

- 攻餐飲業 用實例向客戶展實力
- 因為Jason喜歡飲食，在2019年，他與朋友合資開了以蛋料理為主題的餐廳EGGY。
- 一邊是摸不着的創意業，另一邊是實體業，看似風馬牛不相及，在Jason眼中卻是最好的一加一大於二。
- 而EGGY正好可以示範有點野怎樣通過良好的品牌設計，從門面、餐廳環境、細節如餐牌，乃至客人整個用膳過程的實際經營去體現創意。與此同時，有點野在品牌設計上的能力，也為EGGY業務發展錦上添花，目前EGGY已有4間連鎖店，兩間在廣州、一間在深圳、一間在長沙。

3) 成功個案分享

- 攻餐飲業 用實例向客戶展實力
- 因為Jason喜歡飲食，在2019年，他與朋友合資開了以蛋料理為主題的餐廳EGGY。
- 一邊是摸不着的創意業，另一邊是實體業，看似風馬牛不相及，在Jason眼中卻是最好的一加一大於二。
- 而EGGY正好可以示範有點野怎樣通過良好的品牌設計，從門面、餐廳環境、細節如餐牌，乃至客人整個用膳過程的實際經營去體現創意。
- 也為EGGY業務發展錦上添花，目前EGGY已有4間連鎖店，兩間在廣州、一間在深圳、一間在長沙



大灣區餐飲品牌宣傳推廣

網絡及自媒體行銷簡況介紹

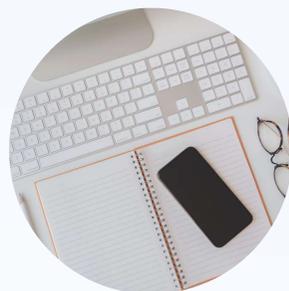
再惠（上海）網絡科技有限公司 / SpoonX PTE.LTD

目錄

Table of Contents



中國大陸餐飲業相關自媒體簡況



基於上述平台的實用營銷手法



再惠簡介及案例分析

The background features a faded city skyline with a prominent skyscraper. A large, semi-transparent red geometric shape, composed of many thin parallel lines, is overlaid on the right side of the image. The text is centered horizontally and vertically.

中國大陸餐飲業相關自媒體簡況

大众点评



大陸地區最流行、普遍的本地生活消費指南平臺，覆蓋吃喝玩樂遊購娛等生活場景，2015年與美團合並。

主要價值：

為網友隨時隨地提供餐飲、購物、休閒娛樂及生活服務等領域的商戶信息、消費優惠以及發布消費評價的互動平臺

類似的香港本地平臺：
Open Rice



美团点评



Open Rice



Bilibili

簡稱B站，是中國年輕世代高度聚集的文化社區和視頻網站，聚集了類型豐富的內容創作與分享，涵蓋7000多個興趣圈層的文化社區。

主要價值：

B站的特色是懸浮於視頻上方的實時評論，即「彈幕」，彈幕可以給觀眾一種「實時互動」的錯覺，美食探店分享類的視頻在B站上很受歡迎，形成現象級的種草效果。

類似的國際平臺：
YouTube



Bilibili



YouTube



小红书

小紅書是一個生活方式平臺和消費決策入口，用戶和品牌主動記錄關於運動、旅遊、家居、旅行、酒店、餐館的信息分享，觸及了消費經驗和生活方式的方方面面。

主要價值：

目標用戶是定位為具有中高消費能力的年輕女性，良好的商業運作可以將之轉化為極高的商業價值。。

類似的國際平臺：

Instagram



小紅書



Instagram



抖音

面向全年齡的短視頻社區平臺

主要價值：

抖音的內容主要是用戶自己拍攝的短視頻，這些視頻可以是任何類型的，從搞笑的剪輯到舞蹈表演，從美食製作到旅遊風景，從音樂演奏到時尚潮流。抖音的算法會根據用戶的興趣和行為，推薦相應的視頻內容。

類似的國際平臺：

TikTok



抖音



TikTok



饿了么

2008年創立的本地生活平臺，主營在線外賣、新零售、即時配送和餐飲供應鏈等業務

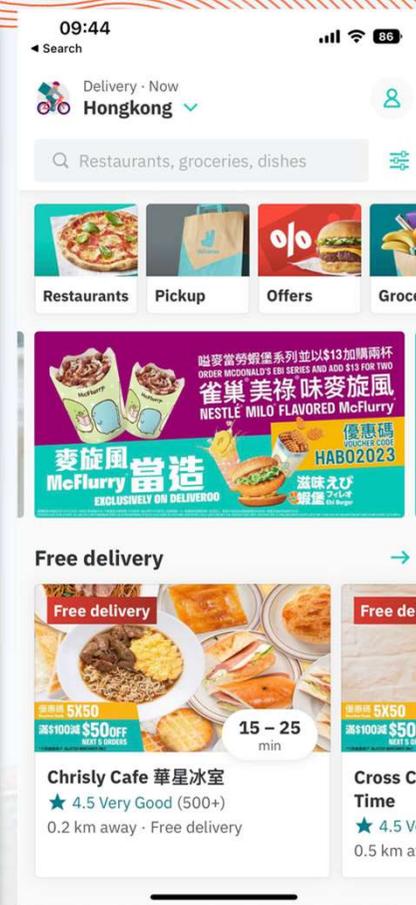
主要價值：

大陸外賣業務的主流平臺，覆蓋全國670個城市和逾千個縣，在線餐廳340萬家，用戶量達2.6億。

類似的國際平臺：
Deliveroo



饿了么



Deliveroo



基於上述平台的實用營銷手法



餐飲業之主要障地 -
大眾點評運營服務

為什麼要做點評運營

客源更精准，獲客成本低

深耕本地生活信息及交易平台20年，
用戶搜索與購買心智已養成

真實評價驅動
更易塑造網絡口碑

以用戶真實評價體系為內核驅動，
餐飲商家的公信力更加強大

本地生活一站式服務
交易更便捷

從種草到到店消費、再到復購，點評
提供完整交易鏈條，用戶更易轉化

一站式點評代運營服務

六大板塊全方位提升門店榜單、口碑和營收，
幫助商家在平台實現長期健康的良性流量增長





如何撬動外賣市場－ 大陸外賣運營服務

现状

餐饮企业中，上线外卖平台的餐饮比例持续增加，堂食+外卖模式比例从**35%**提高到**40%**，纯外卖商家比例从**4%**提高至**7%**（資料來源：中研网）。

據國家信息中心數據，**2021年**中国在线外卖市场规模达**1万亿元**；另據中商產業研究院估計，**2022年**中国外卖餐饮行业市场规模为**9417.4亿元**。

外賣市場兩大巨頭

| | |
|--|--|
|  |  |
| 2022年市場份額佔比近 69% | 2022年市場份額佔比近 26% |

資料來源：中研网

外賣市場新入局

| | |
|--|--|
|  |  |
| 與餓了麼合作，上線抖音小程序 | 與外部資源合作，提供導流和平台技術相關的服務 |

營銷重點

| 推廣/引流 | 运营 | 產品 |
|-------------------|---------------------|-----------------|
| 佔領更多的流量入口，獲得更多的流量 | 用戶運營、店鋪運營、客服，追求新客留存 | 定位-定價-出餐-標準化-保利 |



達人營銷怎麼做 –
基於抖音、小紅書、BiliBili之達人分析

達人營銷怎麼做 - 基於抖音、小紅書、BiliBili之達人分析



B站視頻
美食探店片

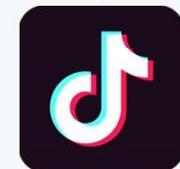
平台月活2.2億
通過**創意內容**
鎖定年輕消費者
進行**圈層DNA觸動種草**



5-8分鐘

抖音短視頻
大IP主播種草
探店劇情片

平台月活6.5億
特色劇場、熱門話題等
結合闡述性的產品賣點
直擊消費者心靈**快速種草**



45-60秒

小紅書
真實體驗分享
種草筆記

平台月活1.2億
通過展示**精緻生活**的方式
提升消費者的**品質認同感**
進行種草



圖文模式為主

*数据来源：秒针系统《2022中国社交及内容营销趋势》

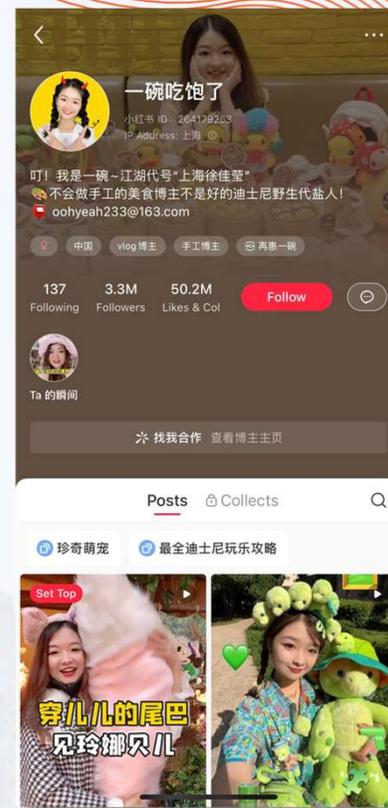
一碗MCN各渠道流量



總粉絲數：347萬
總播放量：13億+



總粉絲數：3343萬
總播放量：163億+
總點贊量：6億+



總粉絲數：960萬
總播放量：30億+
總點贊量：8000萬+



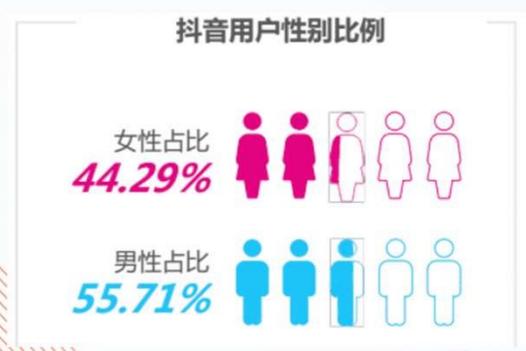
玩轉抖音本地生活 -
短視頻與直播帶
貨

玩轉抖音本地生活 - 短視頻與直播帶貨



抖音用戶畫像：年輕化/高消費能力

↓男女分佈較均衡



↓半數用戶為30歲及以下



抖音用戶城市分布



商家開通
抖音商城



*數據來源：易觀千帆《2022上半年抖音商家生存報告》

玩轉抖音本地生活 - 短視頻與直播帶貨

短視頻帶貨



平台免佣金
開通門檻低
手機端操作
平台流量大

成本更低
時間更靈活
用戶更精準
管理更便捷



直播帶貨

短視頻帶貨-短視頻中小黃車掛載商品，視頻引導用戶下單購買的形式
直播帶貨-商家，抖音用戶或者是網紅達人通過抖音平臺，以直播的方式吸引用戶的點擊和關注，從而達到賣出商品的目的。
本地生活類帶貨的商品主要為可以到店核銷的代金券。



再惠簡介及案例分析

融資情況

再惠致力於服務本地生活行業，先後完成六輪融資，歷史累積融資金額過3億美元。



再惠版圖

再惠總部位於上海，目前已在北
京、蘇州、南京、無錫、杭州、
寧波、武漢、廈門、西安、長沙
、成都、天津、青島、深圳、廣
州、福州、重慶、鄭州、常州、
合肥、昆明21個城市及新加坡建
立直屬分公司，現有員工超1700
人。



香港餐飲業如何更好擁抱 大灣區及內地市場

香港地區

官方社媒運營
(Instagram、小紅書)
大眾點評運營
達人營銷
社群運營

內地市場

官方社媒運營
(Instagram、小紅書、抖音)
大眾點評運營
外賣運營
MCN機構 - 一碗
達人營銷
社群運營
SAAS系統

合作客戶 山崎面包 Yamazaki



合作產品

1. saas產品：總會員數705,749
2. 點評：多家門店點評合作，常駐人氣榜



合作客戶 楊國福 Yangguofu



合作產品 - 抖音直播
成交訂單數 45,542
觀看人數 182,533



合作客戶 万喜记港式大排档



合作產品-

1. SAAS會員產品：會員總數54,802
2. 點評產品：常駐好評榜



The background features a faded city skyline with a prominent skyscraper. A flag is visible on the right side. The scene is overlaid with decorative orange wavy lines in the corners.

Thank you!

The background image is a faded, low-contrast photograph of a city skyline. The most prominent feature is a very tall, slender skyscraper with a pointed top, located on the left side of the frame. To its right, there are several other high-rise buildings of varying heights and architectural styles. On the far right, a flag is visible on a tall pole. The sky is filled with soft, grey clouds. The overall image has a light, hazy appearance, serving as a backdrop for the text.

Q & A

培訓工作坊問卷

