

# #全鸡汉堡炫得好，说唱battle燃到爆#， 中国华莱士为梦想助力

- **品牌名称：**华莱士
- **所属行业：**餐饮行业
- **执行时间：**2024.05.23-08.09
- **参选类别：**视频整合营销类

# 结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

深度植入



高定中插



<https://v.youku.com/video?vid=XNjQ0NzMxNzQ2OA%3D%3D>（创意视频）

<https://v.youku.com/video?vid=XNjQ1NDg0MTM2OA%3D%3D>（高定中插）

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2023年中国西式快餐市场规模为3687.8亿元，同比增长36.3%，高于全年餐饮行业平均发展水平，预计2024年市场规模有望达到4277.8亿元。在广阔的市场背景下，华莱士仍然面临各种挑战：

- 1、低价限制品牌势能：国民平价品牌华莱士持续扩张成为万店之王，拥有规模优势后，能否建立起强势的品牌，从“性价比”扭转为“心价比”，是发展的重中之重。
- 2、消费者忠诚度低：依靠低价吸引的价格敏感型消费者对品牌的忠诚度低，华莱士如何持续带给消费者情感的快乐满足，通过年轻化营销营销建立品牌心智与粉丝留存也是一大挑战。

- 1、**塑造品牌形象：**建立品牌好感，塑造“中国华莱士”品牌形象，打造华圈顶流。
- 2、**引流年轻用户：**构建与年轻人的情感链接，实现品牌形象焕新，激活年轻消费。

# 中国华莱士携手中国说唱，打造华圈顶流，为梦想助力



华莱士  
说唱欧鸡

## 快乐造梦

华莱士能量拉满，助力说唱新星勇闯梦工厂

造梦小助理

角色共创



说唱欧鸡一路陪伴，舞台专属站位，说唱舞台首秀，荣耀时刻加冕

造梦RAP秀

作品融合



舞台融合华莱士/小白鸡元素，GAI/艾热/早安等创意中插/ID为品牌打造定制歌曲

造梦新空间

舞美共建



真人秀华莱士门店，为选手提供满满能量，专属晋级电梯，荣誉感十足

造梦新互动

情节植入



导师/选手前往华莱士指定门店，全员畅吃



## 快乐圆梦

放大代言人效应，社交互动，引爆品牌势能

圆梦品鉴官

代言营销



中文说唱顶流携手快餐行业巨头，“一起吃全鸡、看说唱”

圆梦华门信徒

社交传播

互动集故事

把打工人的梦搬上舞台

互动赢门票

赢现场录制观看名额

## 权益溢出

### 舞台权益

1. 舞美灯箱加量/加大
2. 大屏幕装置溢出和  
总决赛升级

### 人偶权益

1. 宣传片权益溢出
2. 先导片权益升级
3. 初舞台专属占位溢出
4. 总决赛人偶植入时长溢出

### 明星/选手配合

1. 周杰伦/王鹤棣同框
2. 全员导师配合溢出

### 植入权益

1. 作品融合溢出
2. 门店拍摄升级

# 最强舞台视觉：舞美灯箱和大屏溢出，打造总冠军超大牌面

## 牌面大大大

初舞台舞美灯箱升级到6个  
超大尺寸，各个机位品牌均高可见度



## 权益加加加

后续舞台增加全新大屏幕装置，  
并在总决赛同步舞美升级尺寸和样式



# 最强角色共创：华莱士说唱“欧鸡” 造梦小助理，助力选手勇敢追梦

造梦小助理  
华莱士说唱“欧鸡”  
唱跳RAP都可以

宣传片诚意足



欧鸡助力制噪属于你的时代

额外加码制作动画欧鸡、配音

先导片超有料



导师全员集结，欧鸡闪亮登场

1分54秒超深度植入，仅消耗产品互动权益

初舞台专属位



初舞台专属占位，四通时刻颁奖

定制华莱士梦想奖杯，与赛制深度结合

总决赛有排面



总决赛荣耀时刻，重星捧“鸡”

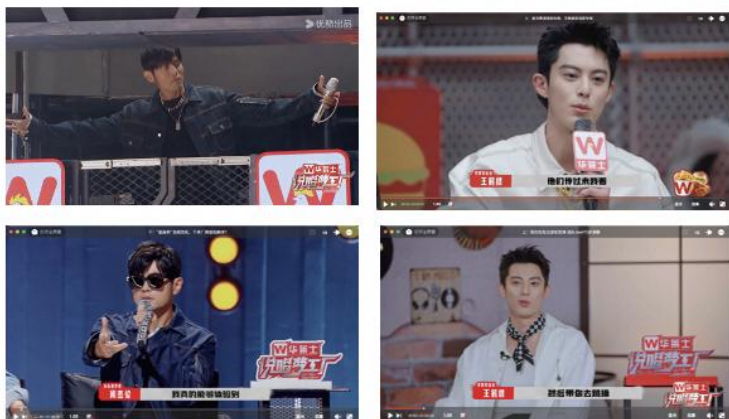
1分多钟超深度植入，超尊贵待遇



# 最强明星配合：华圈顶流梦幻同框，说唱顶流全力配合

## 梦幻同框

周杰伦、王鹤棣在及其严苛的品牌限制下，  
完成多个同框



## 高定中插

人气导师和说唱新星为品牌量身打造说唱歌曲，  
推广品牌和促销活动



## 全员互动

导师和选手全员齐上阵，  
互动安利华莱士品牌，尽享华莱士美味



# 最强植入升级：作品融合与门店拍摄，强化品牌印记

作品融合溢出

门店拍摄升级



在西奥《重生之我在梦工厂过家家》、盛宇&陈泽希《天生superman》、田宇轩&咔咔《妈妈别急》



例：05期所有选手集体到华莱士门店用餐  
产品互动植入1分钟



例：07期内容在门店录制部分，观看华莱士收集到的素材物料，产品互动长达2分40秒

## 投入加码

### GAI代言权益溢出

#### 1. 代言权益溢出

(品牌歌曲定制, 平面/ID拍摄, 社交传播)

#### 2. 中插物料30s升级为50s

### 明星艺人配合

#### 1. 全员艺人植入配合

#### 2. 早安创中 (含演唱) 溢出

### 定制华莱士空间

#### 1. 170方超大独享华莱士空间

# 最强代言营销：华莱士说唱品鉴官

## 美味不是“GAI”的，放大代言人效应，引爆品牌势能

好听不是GAI的

好玩不是GAI的

好吃不是GAI的



中文说唱顶流携手快餐行业巨头  
一起吃全鸡、看说唱



GAI为品牌定制歌曲《菜》



多元物料激活Social热度



“GAI”爱说唱联名套餐

中国华莱士搭载《说唱梦工厂》，入局说唱赛道，构建与年轻人的情感链接，实现品牌形象焕新和好感度跃升。节目内，最强角色共创/最强作品融合/最强舞台共建/最强明星配合，打造最强总冠军植入模式，为品牌积累高认知与好感度。《说唱》整季获得热搜**1400+**个，全平台登榜**1100**次，全明星配合品牌曝光，扩大品牌声量；借《说唱》触达年轻人超过**75%**，助力品牌激发年轻新势能。

节目外，华莱士在《说唱梦工厂》的助推下，顺利签约头部说唱音乐人GAI周延担任“华莱士说唱品鉴官”，出品官方品牌歌曲《莱》，线上借势节目热播期进行站外联动宣推，线下推出IP联名套餐，**4款**GAI联名套餐、“谁戴谁有态度”的限定GAI歌词手环盲盒均进驻全国**2万家**华莱士门店，激活线下消费。