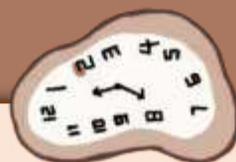
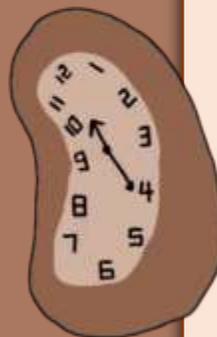
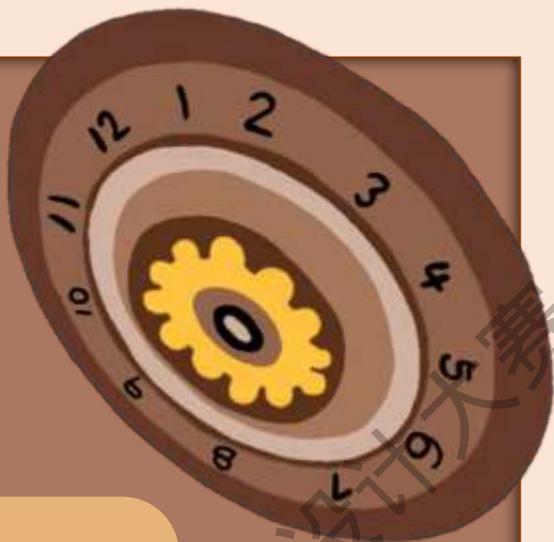


# 核桃时光局



——雷波核桃策划案——



# 时光局管理规范

## 简介

时光局是管理时光穿越的地方，在这里，小核桃们可以使用时光机进行时光穿越。但是穿越过程中充满了**危险**，为了保证大家的安全，请严格遵守管理规范。

## 管理规范

- 1.时光机使用必须提前进行申请，使用时需要签订使用协议，做好**个人信息登记**
- 2.时光机一次最多只能乘坐**两个**小核桃
- 3.进行时光穿越时，小核桃只能以旁观者视角参与，不可以随意改变其中的事件节点，否则会受到严厉的惩罚！！！！
- 4.在时空隧道中，存在许多**时间怪物**，如果不幸遇到了他们，可以根据时光机的提示使用武器击败他们，情况十分紧急时请按下求救按钮，最近的时空警察将会立刻出现保护你们的安全
- 5.请提前备好**身体素质测评表**，身体素质较低的小核桃容易吸引时间怪物，是禁止进行时空穿越的哦



# 目录

市场分析.....4



活动策划.....11



创意执行.....27



媒介排期.....32



费用预算.....34



附录.....36



小桃，我  
想来一场  
时光旅行。



# 市场分析

可以带上  
我吗？



# 市场分析

## 宏观环境

### 国家政策支持:

实施**农产品加工业提升**行动，支持开展农产品生产加工、综合利用关键技术研究与示范，推动初加工、精深加工、综合利用加工和主食加工协调发展，实现农产品多层次、多环节转化增值。深入实施**电子商务进农村**综合示范，建设具有广泛性的农村电子商务发展基础设施，加快建立健全农产品电商发展的标准体系。

中共中央 国务院印发《乡村振兴战略规划（2018 - 2022年）》<sup>[1]</sup>

实施农产品加工提升行动，支持家庭农场、农民合作社和中小微企业等发展农产品产地初加工，引导大型农业企业发展**农产品精深加工**。完善农产品流通骨干网络，改造提升产地、集散地、销地批发市场，布局建设一批城郊大仓基地。

中共中央 国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见<sup>[2]</sup>

### 科技帮扶:

中新网四川新闻7月5日电

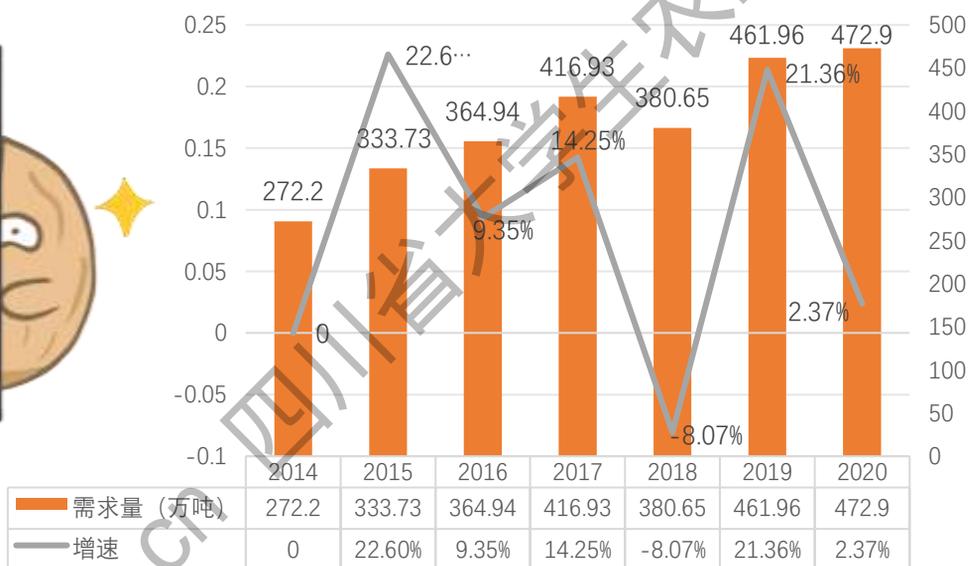
2023年，7月3日至5日，四川省科技厅“三区”科技人才、四川农业大学**定点帮扶雷波花椒核桃**科技服务团首席专家、林学院高顺副教授率领课题组，赴凉山州雷波县开展科技服务、产业调研及研究生基础教育工作，探索教育赋能产业振兴服务新范式。<sup>[3]</sup>

# 市场分析

## 宏观环境

### 社会市场:

据统计，2020年我国核桃需求量达到**472.9万吨**，同比增长**2.37%**，与同年的核桃产量**479.59万吨**相比，市场剩余量在**6.69万吨**左右。由于核桃具有丰富的营养价值和药用价值，深受广大喜爱，近年来不同口味的核桃果仁和带壳零食的销售也有所增加，**市场需求整体呈正增长态势**。<sup>[4]</sup>



数据来源：《2022年中国核桃产业数据分析简报》

### 经济市场:

贝哲斯咨询从核桃市场过去五年的增长态势来看，给出了直观的**全球核桃市场规模增长趋势**，**2022年全球核桃市场规模达507.66亿元**（人民币），中国核桃市场在全球市场上的占比为**28.54%**。报告预测到**2028年全球核桃市场规模将达585.19亿元**，**2022至2028期间，年复合增长率CAGR为2.54%**。<sup>[5]</sup>

# 市场分析

## 微观环境

### 优势：

核桃产业是雷波县的传统产业、**特色产业**、优势产业，是县委县政府确立的“5+3”特色产业之一，经过多年发展，种植面积和产量已具有一定规模，核桃产业发展取得了明显成效。雷波核桃主要是野生山核桃，具有“**松脆味甘**”香气逼人，**口感佳，口味浓，风味重，营养健康**的特色。

### 劣势：

#### 1. 成本高

在四川，核桃从种下到收获，要经历五六年时间。其间，每亩投入**3000 - 5000元**不等，可谓周期长、成本高。

#### 2. 经营管理水平不高

雷波核桃的种植和经营大多是本地农民在进行，雷波核桃经营管理水平并不高，出现核桃增产不增收的问题。

#### 3. 品种与环境不适应

雷波县除了本地的野生山核桃之外，还引进了不少外来品种的核桃，但由于外来品种核桃和本地环境，导致了产量低，质量不高等问题。

#### 4. 产品精深加工滞后

四川核桃的产量在飞速提升，但加工能力增长有限。四川**2019**年核桃年添加工能力为**8万 - 10万吨**，处于全国中低水平。

#### 5. 省内核桃市场情况不容乐观

近年来，果品类价格普遍上涨，所以早熟核桃也跟着价格走高。但进入**8月下旬**，来自省内外的核桃将大面积上市，受省内外核桃产量再创新高的影响，目前早熟核桃热销氛围很难持续，中晚熟核桃行情不容乐观。

# 市场分析

## 竞争者分析

基于雷波核桃的知名度、价格、以及品质等因素，我们选取了广元朝天核桃、南江核桃为本次的竞争者分析对象

### 广元朝天核桃<sup>[6]</sup>

品种：广元市已成功选育了“硕星”等11个省审定（认定）优良品种

价格：7元/斤~12元/斤

特点：果壳薄、有益元素含量极高、出仁率高、易取仁。

产量：截至2022年，广元市核桃基地面积超过200万亩，年产量达22.28万吨，连续8年居全省第一，总产值达85.13亿元。

优势：

- ①产业链条长
- ②精深加工转化率超30%
- ③品牌价值高

### 南江核桃<sup>[7]</sup>

品种：以本地山核桃为主

价格：4元/斤~8元/斤

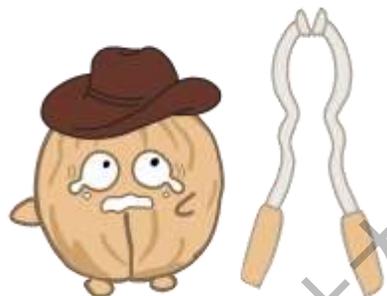
特点：南江山核桃产于国家级重点风景名胜区、国家“AAAA”风景光雾山景区内，以其生态环境优良、品质纯正，产品干果果面光滑、缝合线低平、果大壳薄、核仁饱满、风味香甜而闻名于世。

优势：

- ①产品加工率高
- ②科技支撑

# 市场分析

## 消费者分析

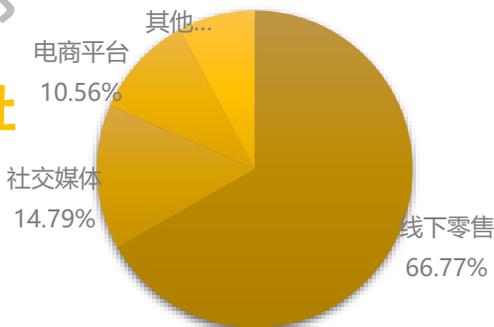


### 1、消费者购买群体类型：

- ①中小学生家长：雷波核桃含有丰富的蛋白质和人体需要的多种微量元素和矿物质，成为了许多中小学生家长为孩子**补脑**的不二选择。
- ②外地游客：雷波县拥有马湖风景区，龙头山大断崖和海龙寺等著名旅游景点，作为当地**特产**之一的雷波核桃成为游客为亲朋好友购置**伴手礼**的重要选择。

### 2、消费者购买渠道：

据问卷统计，消费者购买雷波核桃主要是通过**线下零售和社交媒体**进行购买。



### 3、购买行为类型分析：

影响因素：

- ①家庭：对于品牌差异度较小的核桃来说，消费者的购买行为跟家庭的消费行为紧密相关。
- ②认知：品牌认知在消费者购买行为中起到决策作用。
- ③消费者态度：消费者对商家的服务和产品质量等方面持有主观的评价和行为倾向。

消费者对核桃的购买大多属于**习惯型购买行为**，他们对特定品牌或种类的核桃有较强的习惯性购买行为，他们可能会在需要的时候自动选择对应核桃以及核桃副产品。

# 雷小核&波小桃身体素质测评报告

S

- 野生山核桃口感独特，香气逼人。
- 当地政府大力支持，核桃产业是雷波县的传统产业、优势产业，是县委县政府确立的“5+3”特色产业之一。

W

- 核桃生长周期长，耗费大量人力物力，成本较高。
- 野生山核桃大多由本地农民经营管理，经营水平低，技术落后。
- 产品精深加工滞后，核桃的产量在飞速提升，但加工能力增长有限。

O

- 国家政策支持，支持加快发展现代乡村服务业。
- 科技帮扶，四川省科技厅“三区”科技人才、四川农业大学定点帮扶雷波花椒核桃科技服务团。

T

- 外来核桃品种的引进，竞争压力大。
- 近年，果品类价格普遍上涨，早熟核桃跟着价格走高。早熟核桃热销氛围很难持续，中晚熟核桃行情不容乐观。
- 核桃原产品在年轻人中的喜好度远远低于副产品。

易吸引时间怪物  
不建议进行时空穿越——from: 检测员

我们偷偷  
修改测评  
报告就可  
以了



# 活动策划

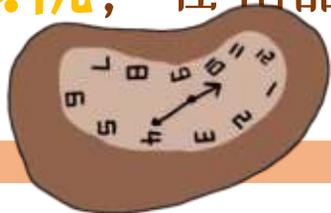
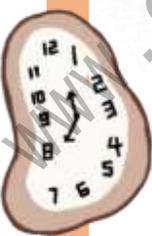
哥哥我们  
身体测评  
不过关怎  
么办呀？



## 主题概念 “核桃时光局”

我们在进行问卷调查的过程中了解到，目前核桃的主要消费者是**中老年群体和部分年轻人**，老年人多以核桃原产品以及核桃牛奶为主要购买对象，而年轻人则更加倾向于核桃零食制品。同时，受到“健康化”的思想影响，越来越多的年轻人也开始追求**健康养生**。

核桃种类繁多，雷波核桃在消费者心目中的知名度较低，副产品发展较弱。因此，我们设计IP形象，推出两款副产品，以**“营养健康”为核心**，将**18—35岁**的消费者定为我们主要消费群体，以四川省为中心，并在淘宝、抖音以及小程序平台销售。我们期望在消费者心中形成**营养健康的核桃=雷波核桃**，强化品牌形象。



# 活动策划

## 雷波核桃副产品设计

据调查

蜂蜜琥珀核桃普遍市场价：9.9 - - 30 ¥ / 500g

核桃乳普遍市场价：1.2 - - 3 ¥ / 250ml

结合雷波核桃实际情况，由此，我们定价如下：



### 蜂蜜琥珀核桃

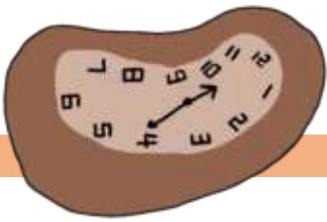
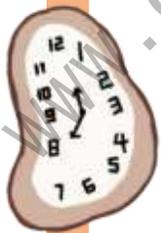
13.9 ¥ / 500g

— 罐 250g

### 雷波核桃乳

2.5 ¥ / 盒

— 盒 250ml



## 系列活动创意思想

### 1.核桃时光局

(1) “时光局”的设定更为吸引年轻人，雷波政府除了想要推广核桃产品以外，还想让大家了解到有关核桃的**农耕文化**，因此我们提出了“核桃时光局”的创意概念。

(2) 本次一系列的活动策划都会**围绕着时空穿越来进行**，在时空穿越过程中可能会遇到“时间怪物”，以农耕文化为主线，展现产品特点、制作工艺特色、生态环境、地方风貌，强调**营养健康**。



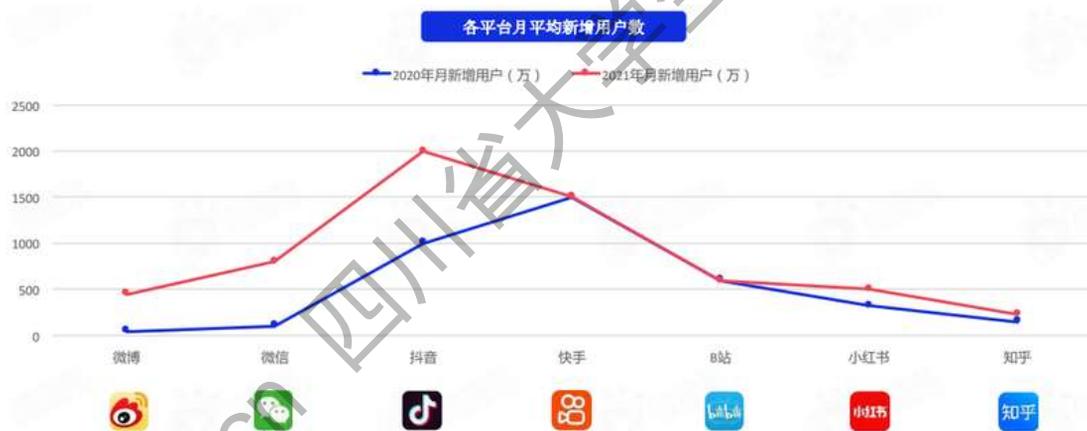
### 2.雷小核&波小桃

(1) 在调查过程中，我们发现雷波核桃在消费者心目中的认知度较低，而结合当下流行的“二次元”“可爱风”，我们设计了“**雷小核和波小桃**”这两兄妹的IP形象，以此获得消费者喜爱可能性较高

(2) 本次活动策划将以“雷小核&波小桃”为主人公，围绕两兄妹偷偷乘坐时光机探寻雷波核桃一族的前世今生，一路上遇见并击败时间怪物的故事展开，强调“**营养健康**”的主题思想

## 系列活动预热部分

根据微播易&胖鲸联合发布的《2022主流社交媒体平台趋势洞察报告》<sup>[8]</sup>以及历年的社交媒体分析报告来看，目前大众的主要社交平台集中在微博、微信、抖音、快手、b站、小红书以及知乎，而结合软件职能以及实际情况，我们选取微博、抖音、快手、b站、小红书作为我们的活动预热平台，建立“核桃时光局”账号，并将抖音作为视频类平台核心。



图片来源：微播易&胖鲸《2022主流社交媒体平台趋势洞察报告》

# 活动策划

## 系列活动预热部分

平台：



快手



小红书



B站



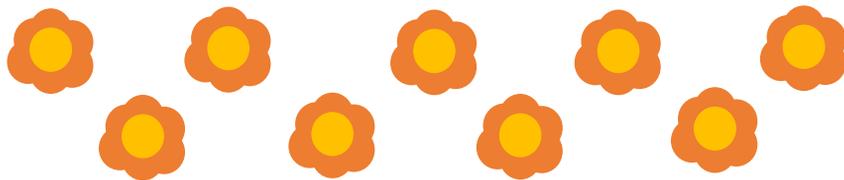
抖音



微博

时间：8.8（9：00）-8.12（24：00）

内容：从8.8早上9：00开始，连续五天，每日9：00在上述五个平台以倒计时的形式发布相关物料信息，介绍IP形象，宣传系列活动，并投入相应的资金进行热度投放，每日在评论区抽取三位精选留言送出周边和副产品套装。同时，设计一款抖音游戏特效，参考“躲避灰太狼”的小游戏形式，在抖音上发起挑战。

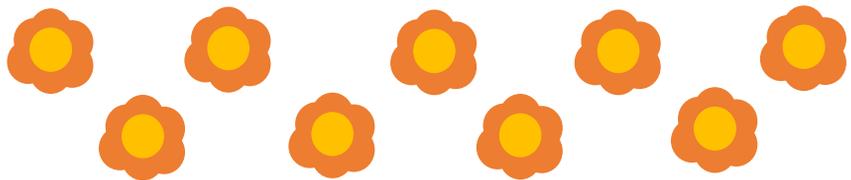


# 活动策划

## 系列活动预热部分



抖音游戏特效界面效果图



# 活动策划

## 核桃时光局系列活动流程

### 活动一：击败时间怪物之 - - 知识怪物



你知道核桃补脑，那你知道雷波核桃的好处吗？

时间：8.13 - - 8.27

目的：让消费者了解到吃核桃的好处，引出雷波核桃特殊生长环境非常**“营养健康”**的概念

### 活动二：击败时间怪物之 - - 运动怪物



健康生活要多运动，看看我们谁更爱运动吧！

时间：8.28 - - 9.6

目的：用趣味游戏的运动形式，加强消费者对于**“健康”的追求**，同时用公益来增强消费者参与活动的意愿，加深对雷波核桃的品牌印象

### 活动三：击败时间怪物之 - - 实践怪物



实践出真知！我最喜欢实践体验了，你呢？

时间：9.6 - - 9.10

目的：再一次将“雷波核桃”与“营养健康”联系在一起，促使消费者注意到雷波核桃，强化“雷波核桃”非常**营养健康**的概念

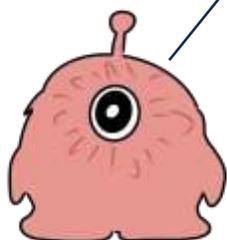
前方有妖气！！！！

# 活动策划

## 核桃时光局系列活动

活动一：击败时间怪物之——知识怪物

你知道核桃补脑，那你知道雷波核桃的好处吗？



### 1. 活动创意

雷小核和波小桃在乘坐时光机进行时空穿越的过程中遇到了知识怪物，每日打卡帮助他们升级打怪，让参与者了解雷波核桃的相关信息（农耕文化、生态环境、人文历史、产品信息）。同时，可以**兑换IP周边及产品**，参与**公益事业**，是当下年轻人喜欢的方式。

### 2. 活动内容

制作一款名为“核桃时光局”的小程序，分为两个部分，按阶段开启。第一阶段是第一部分，每日9:00发布一道关于雷波核桃的知识问答，**回答问题**即可算作一次打卡次数，每打卡**5天**可以兑换一个雷小核，集齐三个雷小核（即打卡打满**15天**），可以自行填写信息，兑换三份雷波核桃副产品**“蜂蜜琥珀核桃”尝鲜装+一盒“雷波核桃乳”**并向山区捐赠一份，产品数量为**9w份**，兑完截止。

# 活动策划

## 核桃时光局系列活动

活动一：击败时间怪物之——知识怪物



小程序答题界面效果图

# 活动策划

## 核桃时光局系列活动

### 活动二：击败时间怪物之——运动怪物



健康生活要多运动，看看我们谁更爱运动吧！

#### 1. 活动创意

雷小核和波小桃在乘坐时光机前往制作工艺历史的时候，遇到了运动怪物，帮助他们击败怪物，让参与者了解到雷波核桃副产品的制作工艺。同时，可以**参与游戏**，参与**公益事业**，提高身体健康。

#### 2. 活动内容

“核桃时光局”的小程序第二阶段是第二部分，可以记录参与者的**每日步数**，步数可以按照1/1000的比例兑换成筛子，以类似于大富翁的形式进行步数前进，每走到终点一次可以兑换一个波小桃。每日上限**10000步**。每日兑换步数后会弹出一张工艺制作介绍卡片，雷小核和波小桃每走**50步**为一轮终点。集齐五个波小桃可以兑换**雷小核或波小桃的玩偶一个+三袋琥珀核桃尝鲜装**，并向山区捐赠一个**玩偶**。奖品数量**3w**，自行兑换，先到先得。

# 活动策划

## 核桃时光局系列活动

活动二：击败时间怪物之——运动怪物



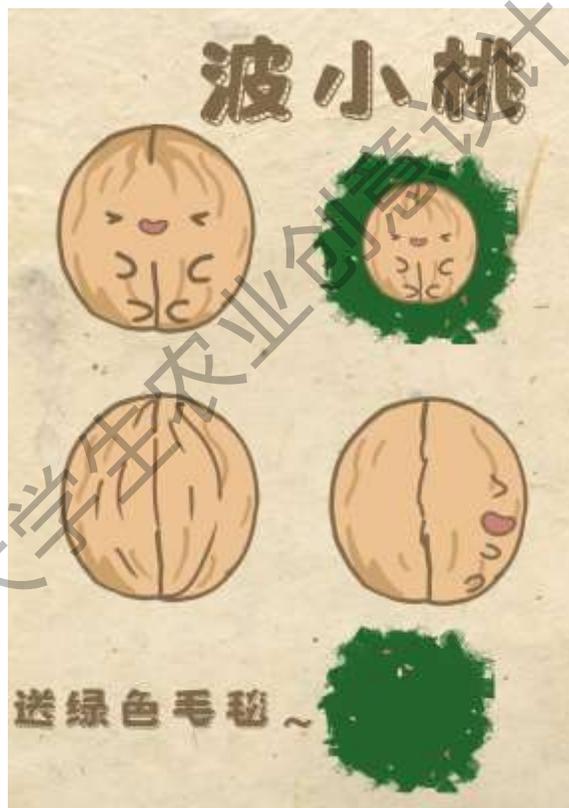
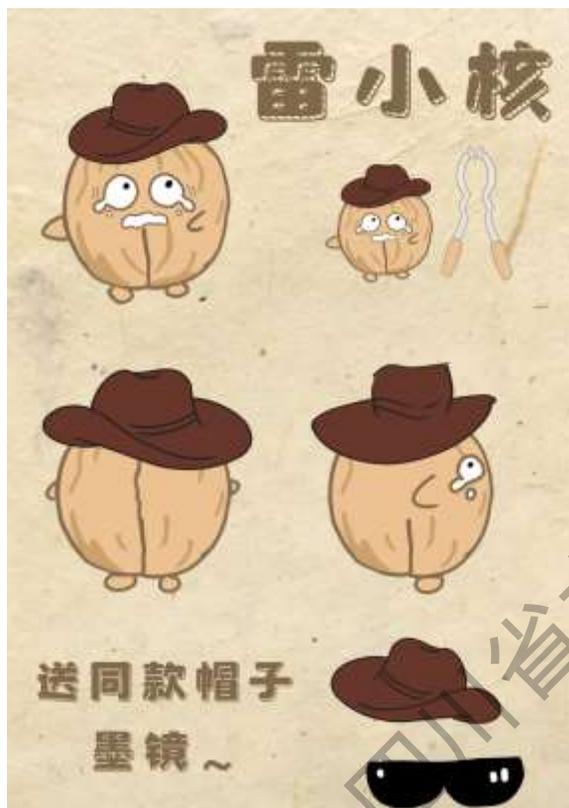
游戏界面效果图

活动期间在抖音、快手平台发起接力挑战“#雷小核和波小桃今天走了多少步”

# 活动策划

## 核桃时光局系列活动

活动二：击败时间怪物之——运动怪物



### 周边玩偶三视图

注：赠送的帽子、墨镜、毛毯均为玩偶配饰，不是自己穿戴的哦~

活动期间在抖音、快手平台发起接力挑战“#雷小核和波小桃今天走了多少步”

# 活动策划

## 核桃时光局系列活动

### 活动三：击败时间怪物之——实践怪物



实践出真知！我最喜欢实践体验了，你呢？

#### 1. 活动创意

雷小核和波小桃在乘坐时光机离开了制作工艺历史，他们准备前往最后一站——“产品实貌”的时候，遇到了实践怪物，参与线下打卡，帮助雷小核和波小桃击败怪物，让参与者**体验到雷波核桃副产品**。

#### 2. 活动内容

结合实际情况，我们决定先在**省内**打开知名度与市场，在四川省内每个市根据GDP排名，在市中心的商业街设置数量不同的线下雷波核桃副产品体验店，参与者可以到线下进行**拍照打卡**，与雷小核、波小桃实体玩偶打卡，拍摄打卡视频或照片，带上“#营养健康雷波核桃”**发送至抖音&微博&朋友圈&小红书等任一社交平台**，即可领取“**雷波核桃乳**”2盒+1罐**琥珀核桃原装**，奖品数量**10w**份。后续，可选择其它省外城市举办线下体验活动。

# 活动策划

## 核桃时光局系列活动

活动三：击败时间怪物之——实践怪物



线下摊位效果图

# 活动策划

## 核桃时光局系列活动

### 活动三：击败时间怪物之——实践怪物

成都	15
绵阳	10
宜宾	10
德阳	8
南充	8
泸州	8
达州市	6
乐山市	6
凉山彝族自治州	6
内江	6
自贡	4
眉山	4
遂宁	4
广安	4
攀枝花	4
广元	4
资阳	2
雅安	2
巴中	2
甘孜	2
阿坝	2
	115

线下摊位设点分布

小桃，旅行过程中我看到了一些好东西！



# 创意执行

哥哥可以给我看看吗？



# 创意执行



核桃乳包装效果图



琥珀核桃包装贴图

# 创意执行



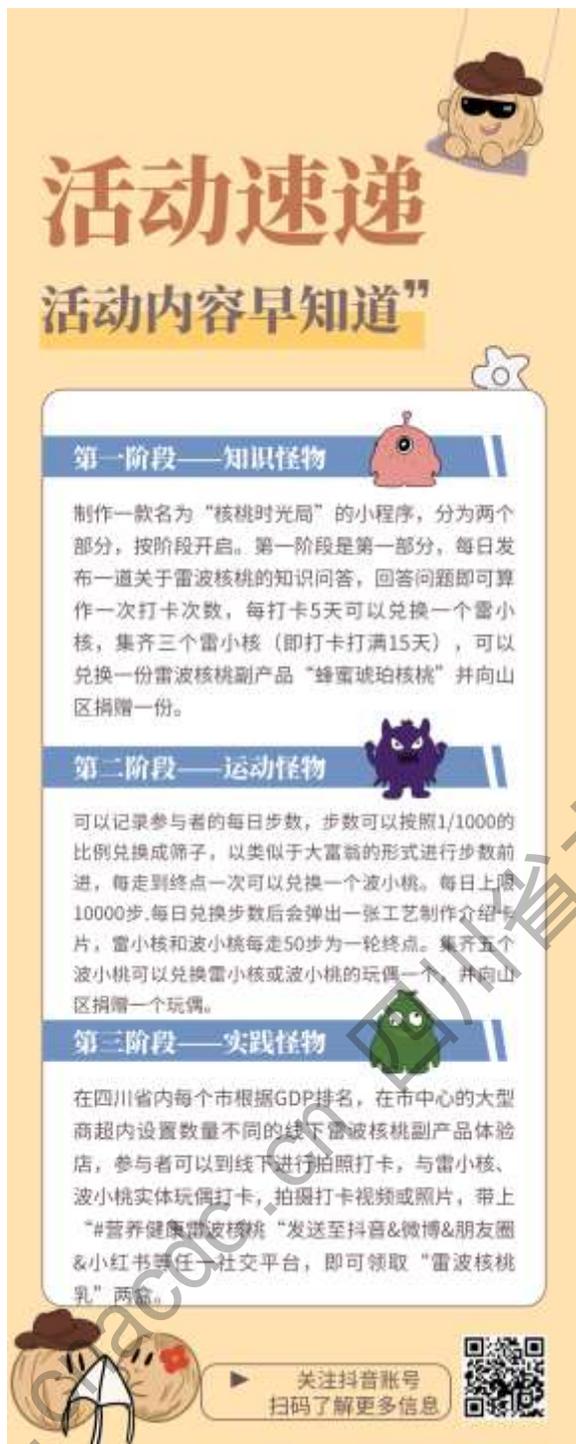
尝鲜装效果图

# 创意执行



倒计时海报

# 创意执行



线下展板效果图



微博、小红书宣传海报小程序主页面效果图

小桃，你还记得我们旅行的时间安排吗？

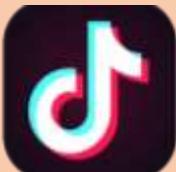


## 媒介排期

当然记得啦！哥哥你问这个干嘛呀？



# 媒介排期

日期安排	8.8	8.13	8.28	9.6
媒介平台	8.12	8.27	9.6	9.10
				
				
				
				
				
				

小桃，我们来计算一下这次花了多少路费。

# 费用预算

哥哥你还没有告诉我上一个问题的答案呢！



# 费用预算

阶段	媒介选择	合计（万元）
线上宣传	快手推广	10
	抖音推广	15
	小红书推广	5
	淘宝推广	30
	B站up主广告费	15
	抖音小游戏	5
线上活动	微信小程序开发	8
	抖音话题推广	30
线下活动	场地租用费	15
	棚架费	17.5
其它	KT板+板上海报	1
	周边玩偶	15
	人员	13.1
	副产品	172.8
	邮费	36
总计		388.4

我们记好时间安排和预算，以后再  
来一次时空旅行！



## 附录

那我们一  
定要记得  
锻炼身体！



# 雷波核桃问卷调查

非常感谢您参与雷波核桃消费者调查问卷！以下是一些问题，请您耐心回答：

1. 您的年龄阶段是？（16—24/25—35/35—40/41—50/50岁以上）
2. 您平时喜欢吃核桃吗？（喜欢/不喜欢）
3. 您更喜欢吃生核桃还是核桃的副产品，比如琥珀核桃、核桃乳？（生核桃/核桃副产品）
4. 您听说过哪些核桃品种？（广元朝天核桃/雷波核桃/云南核桃/新疆核桃/其他）
5. 您是否曾听说过雷波核桃？（是/否）
6. 您对雷波核桃的印象如何？（正面印象/中立印象/负面印象/没听说过）
7. 您是否愿意尝试购买雷波核桃产品？（非常愿意/愿意/不确定/不愿意/非常不愿意）
8. 您购买雷波核桃的频率是怎样的？（每周一次、每月一次、偶尔购买等）
9. 您购买雷波核桃的渠道是哪些？（线下超市/电商平台/农贸市场/其他）
10. 您选择雷波核桃的原因是什么？（口味好/品质可靠/价格实惠/其他）
11. 您对雷波核桃的品质满意吗？请简要说明。
12. 您认为雷波核桃在价格方面与竞争对手相比如何？
13. 如果有改进雷波核桃产品的建议，您希望改进哪些方面？
14. 您会向身边的朋友或家人推荐雷波核桃吗？为什么？

非常感谢您的配合和宝贵意见！您的反馈对我们改进产品和服务至关重要。如果您还有其他想要提出的建议或意见，请在下方补充说明。

# 参考资料

- [1]中华人民共和国中央人民政府官网 中共中央 国务院印发《乡村振兴战略规划（2018—2022年）》
- [2]中华人民共和国中央人民政府官网中共中央 国务院关于做好2023年全面推进乡村振兴重点工作的意见
- [3]中国新闻网 《把论文写在大地上：四川农大课题组赴雷波助力乡村振兴》
- [4]中国报告大厅 《2022年核桃行业市场分析：核桃市场需求保持稳定增长》
- [5]贝哲斯咨询
- [6]广元市农业农村局官网《朝天核桃助推乡村振兴高质量发展》《朝天多措并举抓好核桃冬管》
- [7]南江县人民政府官网
- [8]微博易&胖鲸的《2022主流社交媒体平台趋势洞察报告》

## 结语



雷小核和波小桃的时空之旅就结束了，而我们的健康之旅却远远没有结束。  
**营养健康**不止需要**雷波核桃**，需要的是长期的运动锻炼以及良好的饮食搭配。希望大家健康每一天！



# END