

深
土



寫 感 動 人 心 的 文 字

一、世界牛排美食文化

根据记载，食用牛肉得习惯最早来源于欧洲中世纪时期，猪肉及羊肉是平民百姓的食用肉，牛肉则是王公贵族们得高级肉品，尊贵得牛肉被他们搭配上了当时也是享有尊贵身份的胡椒及香辛料一起烹调，并在特殊场合中供应，以彰显主人的尊贵身份。



通常我们吃的那种浇汁牛排是欧式的，美式牛排比较适合中国人的胃口。它不仅量比较大，还有很丰富的配菜。在美国的Steak House（牛排屋）里，菜单上牛排是单点的，它把牛肉分成不同的部分，有不同的名称，客人可以根据自己的喜好选择肉的部位，这配菜也是需要单点的，像菠菜、蘑菇、沙拉、薯条等，上菜时每个人要的牛排放在自己面前，配菜放在中间，大家可以分吃，很像中餐的吃法，而且牛排的量也很大，爱吃肉的人绝对可以吃得心满意足。



牛排，可谓吃西餐的代名词。有人说，如果学会吃牛扒，就可以顺利地迈入西式生活。如此，不得不让人说说西式的“大肉”——牛扒。

牛扒“吃牛扒”也许是现今的都市一族大时尚，三伏之日更迷恋西式生活：泡吧，吃西餐.....真真正正做着都市夜归人。



各国对牛肉的态度、习惯不同，所以牛肉的食用方法也不同：

- 美国食用牛排的方式粗犷且豪迈，不拘小节，整块腓力牛排烧烤后再切片；
- 罗马风味的佛跳墙则最让人津津乐道，料理后，用油煎至表面成金黄，并注入白葡萄酒，据说这样的料理可以防止夏天的过敏症；
- 对英国人来说，仍习惯于将大块的牛排叉起来烤；
- 法式牛排特别注重酱汁的调配，用各式的酱汁凸显牛排的尊贵地位；
- 至于德国人，吃牛排的方式非常奇特，“酸牛肉”光听名字就够让人匪夷所思，而生鲜牛肉则更是需要拿出勇气尝试的；
- 在日本，一般烧烤店中常用的日式照烧烤酱被运用在西式牛排中，使和风照烧沙朗牛排口味别具一格。

二、世界牛排美食品牌

Outback Steakhouse

一个具有高品质、新鲜烹制的美味食物、周到服务和澳大利亚特色用餐环境的休闲牛排餐饮店。截至2012年3月31日统计，Outback在国内49个州拥有了669家直营店和106家加盟店，在全球21个国家和地区拥有111家直营店、47家加盟店和34家合营店。Outback在2011年全美full-service牛排类饭店独坐市场第一的销售份额，同样在巴西和韩国也是西餐厅里的销售老大。



Carrabba's Italian Grill

一个纯正的意大利休闲餐饮饭店，拥有高品质纯手工的菜肴，如展览一样的公开厨房和热情洋溢的气氛。截至2012年3月31日统计，Carrabba's 在国内32个州拥有230家直营店和一家加盟店。Carrabba's 在2011年度全美意大利风味的full-service 饭店占第二的销售份额。



Bonefish Grill

一个高档休闲海鲜餐厅，拥有特色新鲜烤鱼，高端但是平易近人的服务和轻松明快的热闹酒吧。截至2012年3月31日，Bonefish Grill 在国内28个州拥有151家直营店和七家加盟店。在2011年度全美海鲜类full-service 饭店的销售份额的排名为第二。根据Zagat调查显示，Bonefish Grill 荣升2010年度和2011年度 full-service 连锁餐厅 “Top Overall” 排行榜，并在2011年度 Nation’ s Restaurant News上位列休闲连锁餐厅第一。

The screenshot shows the Bonefish Grill website with a red header. The main navigation bar includes links for 'TODAY'S SPECIALS', 'OUR MENU', 'LOCATIONS', 'THE EXPERIENCE', 'BEHIND THE SCENES', 'GIFT CARDS', 'STAY IN TOUCH', and 'ABOUT BFG'. Below the navigation bar, there's a social media section with a play button icon, the text 'Harold Melvin & The Blue Notes | Collectors' It', and icons for Facebook and Twitter. The 'HAPPINESS HERE' logo is on the right.

The main content area features a large promotional banner for 'BANG + BUBBLY' on Monday, December 30th only. The banner includes an image of shrimp and a glass of bubbly. The text reads: 'FINISH THE YEAR WITH A BANG + BUBBLY MONDAY, DECEMBER 30TH ONLY! \$6 BANG BANG SHRIMP –and– EXCITING SPECIALS ON BUBBLES Ask your bartender or server for details.' Below this, there's a section titled 'HAPPINESS HERE:' with the text 'Your nearest location seems to be: South Tampa 2463 Henderson Blvd, Tampa, FL 33609 (813) 874-2525'. It also includes a question 'Is this correct? Please choose one of the following options.' with two radio buttons: 'YES, SAVE THIS AS MY LOCATION' and 'NO, LIST ME ANOTHER LOCATION'.

On the right side of the 'HAPPINESS HERE' section, there's a promotion for 'GIVE \$100 IN GIFT CARDS GET A FREE \$20 BONUS CARD' from November 1 to December 31. It includes an image of a gift card and a 'GO GET THE DETAILS' button.

At the bottom right, there's a small logo for '第七城市' and the website address 'WWW.TH7EN'.

Fleming's Prime Steakhouse and Wine Bar

一个为追求时尚的当代黄金牛排美食和葡萄酒爱好者，提供美妙的美食体验。截至2012年3月31日，Fleming's在国内28个州拥有64家直营店，是2011年度全美正餐牛排类品牌第四销售巨头。



台湾苏氏牛排

台湾苏氏牛排系志腾餐饮管理公司旗下连锁加盟品牌之一，起源于“台湾夜市牛排”。台湾苏氏牛排所有牛排均100%采用黄牛肉纯手工制作而成；本店所有出售牛排从公司采购配送至门店不超过18小时，不冷冻，以保证牛肉的新鲜和口感。从而进一步减少仓储与中间环节，降低运营成本，让利于顾客。



王品台塑牛排

中国台湾知名企业台塑集团董事长王永庆先生招待贵宾的名菜，缘由王董事长经常出席各种宴会，却不习惯血淋淋的牛排，于是王太太和主厨精心研制出一道全熟牛排，精心研发之后，发现一头牛只有第六至第八对肋骨，经72种中西香料腌浸2天2夜，在250℃烤箱烘烤半小时，还能保持100%鲜嫩度、独具中国口味的牛排，因此，一头牛只能供应六客王品台塑牛排！



王品 台塑牛排

一头牛仅供六客
传奇全熟牛排



指定饮品尊享券

2012年1月31日前，凭此券至王品各店消费，
每桌赠送指定饮品一份。凭券赠送指定饮品一份，每桌最多可获赠两份指定饮品。

北京 王府井店 010-65050562	深圳 罗湖店 0755-22666771	上海 虹口店 021-40288712	烟台 莱山区店 0535-61224988
重庆 解放碑店 023-64950742	天津 津南店 022-64767079	无锡 滨湖店 0510-85048218	西安 雁塔店 029-81295558
南京 河西店 025-84665126	广州 天河店 020-86722488	佛山 禅城店 022-84666820	成都 武侯店 028-85990712
常州 武进店 0519-88813338	香港 尖沙咀店 00852-24722724	珠海 横琴店 022-84666776	昆明 盘龙店 0871-68017914
杭州 武林店 0571-87888888	武汉 江汉店 027-87777717	长沙 芙蓉店 081-62525851	拉萨 城关店 0891-68215278
成都 春熙店 028-33367871	北京 鸟巢店 010-59855762	厦门 鼓浪店 0592-61666639	烟台 莱山区店 0535-61224988
青岛 市南店 0532-2367676	烟台 莱山区店 0535-61224988	沈阳 中街店 024-23333333	大连 中山店 0411-82522118

电话：021-40288712 官网：www.wangpin.com

茹丝葵牛排馆

餐廳內是超級美式風格，适宜情侣约会、家庭聚会、商务宴请、朋友聚餐，是台灣最頂級的牛排人均3000。



教父牛排

长达40年料理经验的牛排教父——邓有癸，过去曾待过国宾、维多利亚等各大饭店，而后自立门户，开设了各式各样的餐厅。在牛排迷心中，光是邓有癸的名字就是对牛排的最佳保证！而且这里还拥有全台唯一的首座美国木香烤炉木香烤炉



国宾A Cut Steakhouse

在干式牛排上同样颇负盛名的国宾大饭店，提供长65天干式熟成的牛排，搭配著五星级的精致装潢。别的不说，光是坐在这用餐也是很享受呢！



犇铁板烧

除了吃得到牛排之外，犇铁板烧近几年也致力于新店开展经营干式熟成牛排，加上定价与其他家顶级牛排相比较为平实，也成为台北饕客必吃的口袋名单之一。



『VOLKS牛排餐厅』

秉持着『让消费者随时都可以轻松地享受牛排』的信念，提供超值、鲜嫩的牛排及手工汉堡排，并在日本率先提供沙拉吧无限供应的服务，让日本民众可以随时随地轻松享用美味丰富的牛排大餐。如今『VOLKS牛排餐厅』已经成为日本牛排餐厅店数最多的どん株式会社旗下连锁餐厅，同时成为日本百年历史的牛丼专卖店吉野家株式会社集团成员之一，并继续提供超值美味的牛排料理。



Ribera牛排店

这是一家著名的摔角主题牛排店，其中店内挂满了摔角手签名的照片，而其著名的夹克也是专门赠送给摔角手们的，众多WWE选手也在来到日本巡演期间来到过这家餐厅吃饭。



伊藤牛排店

1923年（大正12年）创办的西餐厅。始终保持着创办之初外籍厨师制作的风味。
本店最为得意的黄汁炖牛肉2940日元，
黑毛和牛的炭烧牛排200克8400日元，
中午的每日一味午餐1890日元。



三、中国牛排品牌

豪客来

1993年成立于厦门市，2007年被中国烹饪协会评选为最受欢迎的连锁加盟品牌。

企业创办至今，在全国各地以直营形式建立起了覆盖全国近百个大中城市的数百家连锁分店，为社会提供就业岗位数万个。



豪享来

中国牛排专家创办于1993年，伴随着中国经济改革开放的高速发展。豪享来已经迅速成长为具有很高知名度和极强影响力的全国大型餐饮连锁品牌。企业创办至今，在全国各地以直营形式建立起了覆盖全国近百个大中城市的数百家连锁分店，为社会提供就业岗位数万个。



佳客来

1998年创于中国台湾，是一家专业从事牛排制作与销售的餐饮连锁企业。在中国，佳客来有着超过150家的直营店和超过120家的加盟店。



四、世界牛排酱汁分类

黑胡椒汁 (Sauce au poivre)

这已经是最大众的牛排酱汁了，即使是在一个卖川菜的馆子里，你可能都会在菜单上看到黑胡椒汁……但实际上，黑椒汁并不是这么“LOW”的一个种类。正宗的黑胡椒汁要以纯正的牛骨烧汁来作为基础，在此基础上再加入现磨的胡椒粒、白兰地、新鲜迷迭香等慢慢熬制。好的酱汁层次分明，浓郁的胡椒味之后，是咀嚼牛肉时感受到的白兰地香气，最后是醇厚的牛骨浓香。一些餐厅为节约成本使用烧汁粉兑水来冒充牛骨烧汁，味道就相差千万里外了。



牛骨烧汁（Demi-glace）

黑椒汁中的基础酱汁，几乎也是半数传统酱汁的鼻祖。菜谱不难，但考验功夫，烤过的牛骨加上小牛肉汤和一些辅料，但想做好这道酱汁，需要在烤箱中每隔20分钟把牛骨翻一次面，连续烤制5小时，再放入汤中小火熬制72小时，充分挥发深入骨髓的香气，再将牛骨中所有的胶原蛋白融入汤中。有了它，各种风味的酱汁才有了“地基”。



红酒汁 (Sauce bordelaise)

颜色鲜艳亮丽，口感滑润又有回甘的红酒汁，必须要选用波尔多的红酒，并且也是以牛骨烧汁作为基底。红酒和香料加入后熬制，最后加入煮熟的牛骨髓提升口感。正宗红酒汁最最地道的吃法是要搭配法国波尔多原产的巴扎斯牛肉，可惜在国内无法实现。这种特别的酱汁搭配牛肉也有原则，就是一般不搭配和牛，它过高的脂肪会在烤熟后使得牛油的味道和红酒汁互相冲突，压制住红酒酱汁的味道。



菌菇汁 (Sauce aux Champignons)

菌菇汁是一个大类，以奶油作基底，加入不同的菌菇，体现每种菌菇所独有的味道。

奢侈版的有黑松露熬制的黑松露汁，羊肚菌熬制的羊肚菌汁等等。而评价的蘑菇汁中，白口蘑也有特别的香甜滑嫩。这种酱汁最大的魅力就在于它保留和凸显了蘑菇鲜美的原味。



波米滋汁 (Sauce béarnaise)

这是法式荷兰汁的衍生品。由于有着醇厚的蛋奶香味和十分绵密的口感，让这款酱汁成为夏天搭配牛排的绝配。

波米滋汁要在56-62度的温水中水浴制作，端上桌时酱汁的温度仅在30度左右。由于历史悠久，国外的美食评论家对餐厅中出现的波米滋汁一般也要求极为苛刻。



蓝起司汁 (Sauce au fromage bleu)

顾名思义，这款重口味的酱汁就是由发酵奶酪作为基底的，虽然很多人很难接受，但它绝对是最具法餐风情的一种味道，它的历史和各地方的风味几乎跟红酒有的一拼。

有人说它兼具天使般的容颜魔鬼般的口味，气味辛辣，口感浓郁。



五、经典世家品牌

经典世家，中西”结合的美食文化。

经典世家牛排诞生于2009年，发展至今全国已有30多家分店，已从小溪美走向全国，遍布福建、广西、广东、江西等省份，主打牛排，推崇“中西”结合的美食文化，倡导的是一种多样化、营养均衡搭配的美食理念。在这里，只要点上一份排餐，就能免费享用无尽的自助沙拉百汇，包括热菜、主食、冰激凌、爆米花、冷饮、糕点、水果沙拉……而且这里每个季度都会有新菜推出，自助菜品也会应季节变化进行更换，保持消费者的新鲜感。



秉持[物超所值]的理念，自助无限量。

经典世家牛排是堂之燕餐饮管理有限公司旗下牛排品牌店，秉持[物超所值]的理念，融合潮流美食；凡点排餐/套餐即可免费享用自助无限量沙拉吧。来到经典世家，您不能错过多达三十几款的主餐及为您精心调制的时尚饮品、休闲小吃，丰富多样、料多味美的餐点，提供您随心所欲的用餐选择，同时针对到访的小朋友，经典世家更贴心地设计了[儿童餐]，提供您一个真正适合让全家共享的用餐环境。





经典世家牛排

Jing Dian Shi Jia Steak House

六、什么样的经典更吸引年轻人

我们一直在思考

为什么西式的牛排会比较有格调

比较有活力受年轻人喜爱

我们要找到其中的共同点













仔细看看以上的牛排
我们发现几个共同点

1

西餐牛排在表现形式上下功夫
体现牛肉的品质感

2

西餐牛排善于运用香草植物的搭配，
为肉类提香，增加美感和食欲，减少肉类的油腻感。

3

牛排所有人都熟悉

但加入香草，整体出品会更加的年轻时尚

更受年轻人和年轻态的人喜欢

七、我们的品牌策略

品牌如何跳出来
关键在于发现自己的亮点

产品的味觉特点
设计的视觉特点
品牌的文化特点



这些
构成我们的
品牌符号

那么
经典世家的品牌符号是什么？

恰恰是：**经典**

这个时代，太匆忙，太急促
好像很多人都是可以马上成功

而经典不同

经典是时间的礼物

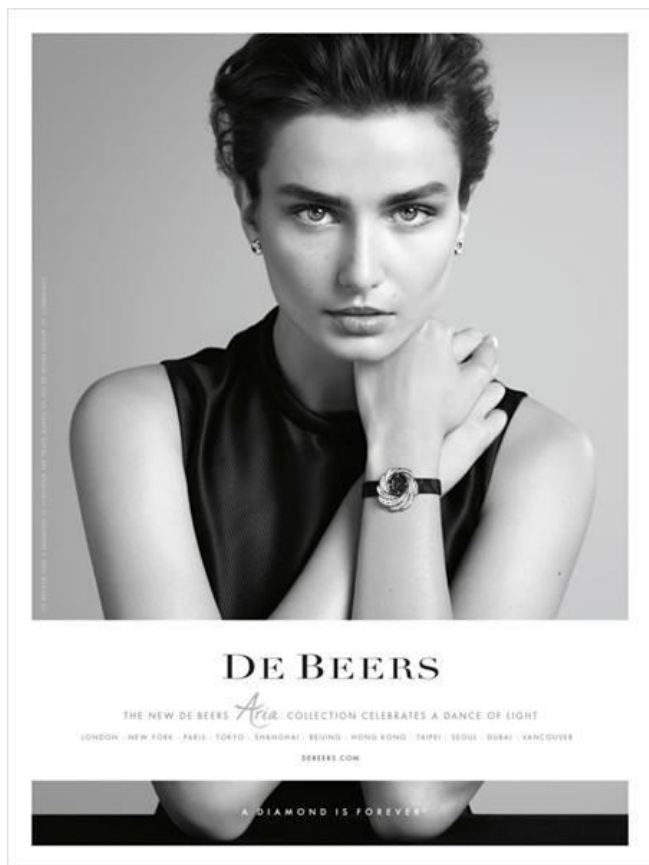
是当初那种可以慢慢地磨练
有时间、精力、尊严、从容地做好一件事
是常青的基业，是厚积薄发

正如经典世家，用9年做好一份牛排



也正如百达翡丽

“没人能拥有百达翡丽，
只不过
为下一代保管而已。”



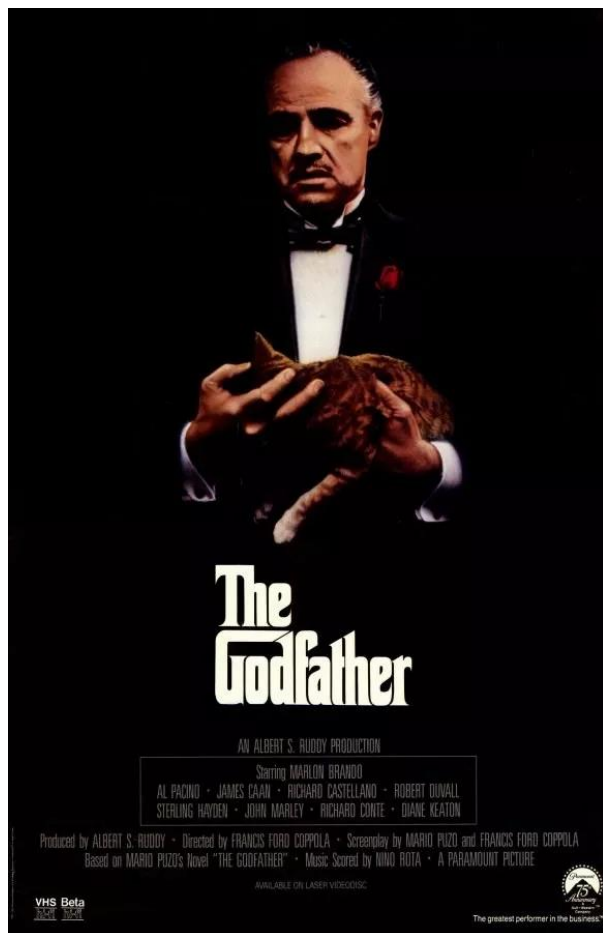
正如戴比尔斯

“钻石恒久远，
一颗永流传。”



正如周生生周大福

经典，
是传统与时尚的结合。



也正如赞美

当我们
夸一个人“经典”的时候,
其实是
对别人最大的赞美!


经典也是牛排的精神

牛排本身就是经典的食物

当人们享用牛排时

一定是对应某个特殊的心情、日子或对象

亲密而放松



牛排的经典可以追溯到5个多世纪前

——
牛排爵士。

据相传，

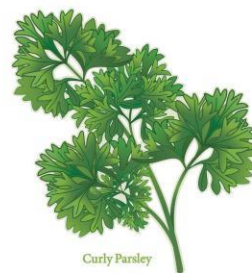
有一年英国冬天非常寒冷，国王亨利八世在品尝过牛排的美味后就不再怕冷了，于是把牛排封了爵士，

即Sir+loin，中文译为西冷牛排。

在今天，牛排成为餐桌上的经典食物，风行东西方。

澳洲新西兰进口牛肉，是食材的经典
高温而又鲜嫩的牛肉，是味觉的经典

同时我们发现，牛排搭配香草
会更为年轻时尚



当牛排遇见香草

牛排刚强， 香草柔情

牛排传统， 香草浪漫

香草， 不仅去腥提鲜， 让牛排更吃不腻
同时也让品牌更贴近年轻的经典



更动人的是 香草牛排把平凡三餐， 变成经典时光

因为牛排相比传统餐饮
更有小小的隆重感、愉悦感和仪式感
所以，经典还在于
牛排见证了很多人际关系的温暖时刻



在这里，人们感受食物的丰盛

在这里，人们感受时间的放松

在这里，人们感受情感的亲密

在这里，人们收获美好的记忆

... ..

所有相识，都有意义；所有相遇，都是经典

这，就是经典时刻

品牌要做的，就是：

让经典成为我们的符号
让每一次享用牛排的时刻
都是经典时刻



八、我们的三大定位

市场定位

中国社区牛排餐厅 领导者

产品定位

香草牛排

灵魂定位

永远

广告语

所有相遇 都是经典

产品口号

香草牛排
和你永远吃不腻

1、店招文案

经典世家

F a m i l y
C l a s s i c

香草牛排

所有相遇 都是经典

2、品牌形象墙（理性）

经典，始于2009

在中国，做一份好牛排

当大家都追求短暂的流行

而经典世家

追寻永恒的经典

香草
牛排

F
a
m
i
l
y

C
l
a
s
s
i
c

世|经
家|典

3、品牌形象墙（感性）

所有 相遇， 都是 经典。

春天和夏天相遇

旅途和故事相遇

街头和巷尾相遇

香草和牛排相遇

喜欢和爱相遇

我和你相遇

所有相遇， 都有意义

所有相遇， 都是经典

我和你， 相遇在经典世家

香草
牛排

F
a
m
i
l
y

C
l
a
s
s
i
c

世|经
家|典

4、主题海报文案

世家经典
Familly Classic
香草牛排

有多久
就有多新



9年，专注做好一份牛排
不变的是
永远创新与新鲜

所有相遇 都是经典

香草牛排

F
a
m
i
l
y

C
l
a
s
s
i
c

世家经典

有多慢
就有多快



在求快的年代
9年35店，踏实的磨炼经典
每一步，慢慢走

所有相遇 都是经典

有多远
就有多近



从澳洲、新西兰进口的牛肉
每一份，路程很远
每一份，只与亲近的人分享

香草牛排

F
a
m
i
l
y
C
l
a
s
s
i
c

世家经典

所有相遇 都是经典

有多少相遇
就有
多少经典



每年
数万人在这里
分享他们的经典时刻

香草牛排

F
a
m
i
l
y
C
l
a
s
s
i
c

世家经典

所有相遇 都是经典

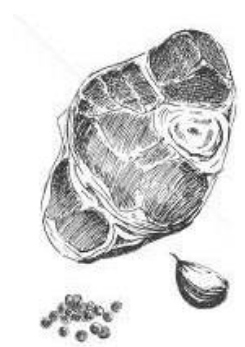
5、产品主题海报文案

香草牛排

F
a
m
i
l
y
C
l
a
s
s
i
c

世|家|经|典

食物和爱一样
都会
说情话



牛排的滋滋响
是爱的幸福宣言

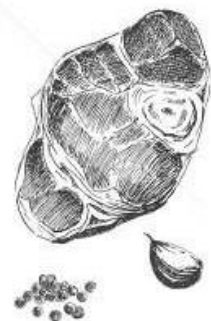
所有相遇 都是经典

香草牛排

F
a
m
i
l
y
C
l
a
s
s
i
c

世|家|经|典

不会忘记的
才是经典



我们都会忘记很多事情
但一定会记得
第一次陪你吃牛排的人

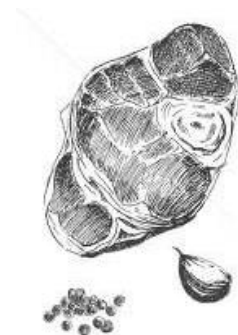
所有相遇 都是经典

香草牛排

F
a
m
i
l
y
C
l
a
s
s
i
c

世家经典

吃青草的牛 吃香草的牛排



牛肉，来自澳洲天然牧场
牛排，搭配天然香草更香

所有相遇 都是经典

流行只是一时
经典
才是永远



经典的牛排吃不腻
经典的感情是永远

香草牛排

Family Classic

世家经典

所有相遇 都是经典

6、店内喷绘文案

香草牛排
Familly
Classic
世家经典

经典的故事，
都从第一次相遇开始。

所有相遇 都是经典

所有相遇，
都有意义。

香草牛排
Familly
Classic
世家经典

所有相遇 都是经典

香草
牛排

F
a
m
i
l
y

C
l
a
s
s
i
c

世|家|经|典

遇见你之前， 我是我。
遇见你之后，
我是「我们」的 $\frac{1}{2}$ 。

所有相遇 都是经典

香草
牛排

F
a
m
i
l
y

C
l
a
s
s
i
c

世
家
经
典

有些人，只遇见一次，
就注定一辈子。

所有相遇 都是经典

香草
牛排

F
a
m
i
l
y

C
l
a
s
s
i
c

世|家|经|典

刀和叉相遇， 诞生了
经典的牛排，
我和你相遇， 诞生我们的经典。

所有相遇 都是经典

香草
牛排

F
a
m
i
l
y

C
l
a
s
s
i
c

世
家
|
经
典

一份牛排，
升温一份感情。

所有相遇 都是经典

香草牛排

F
a
m
i
l
y

C
l
a
s
s
i
c

世家经典

经典的牛排， 是原切。
经典的本色， 是原色。

所有相遇 都是经典

香草
牛排

F
a
m
i
l
y

C
l
a
s
s
i
c

世|家
经|典

每份牛排，
都从澳洲新西兰过来，
与你相遇。

所有相遇 都是经典

香草
牛排

F
a
m
i
l
y

C
l
a
s
s
i
c

世
家
|
经
典

把时间， 变成时光。
把经历， 变成经典。

所有相遇 都是经典

香草
牛排

F
a
m
i
l
y

C
l
a
s
s
i
c

世
家
|
经
典

每一个想特别庆祝
的日子，
都是因为有你。

所有相遇 都是经典

香草
牛排

F
a
m
i
l
y

C
l
a
s
s
i
c

世
家
|
经
典

经典时光，
经典牛排。

所有相遇 都是经典

7、应用文案

服装文案

所有相遇 都是经典

香草牛排

F
a
m
i
l
y

世
家

经
典

纸巾文案

我和你的经典时刻

香草
牛排

F
a
m
i
l
y

C
l
a
s
s
i
c

世
家
|
经
典

Thank You

中國小餐飲品牌文案定位公司 · 20個省300個小餐飲連鎖品牌定位案例



附：原经典世家文案升级 (大店)

大众自助的特点是

东西方融合的菜品

分享型的就餐形式

更多吸引的是 “群体顾客”

**这里面包括同事、朋友、同学
也包括“家庭式”的客人**

基于熟悉的群体关系
“分享” 成为聚会聚餐的重要特点

人们在这里分享食物
更分享相聚的快乐

借此特点

品牌需要打造的是具有社交属性的平台

让经典世家成为人们聚会的首选之地

不仅有西餐，也有中餐

因为一起分享

所以更加快乐

我们的定位

市场定位

中国牛排的西风东味

产品定位

自助牛排餐厅

灵魂定位

分享

广告语

广告语

快乐来自分享

1、店招文案

经典世家

F a m i l y
C l a s s i c

自助牛排餐厅

快乐来自分享

2、品牌形象墙

快乐来自分享

香草与牛排融合出经典风味

西餐与中餐满足你刁钻味蕾

甜点与水果碰撞出快乐因子

经典世家 | 自助牛排餐厅

爱上自助，更爱上我们相聚分享的时光



3、主题海报文案

家人篇

把一家人的餐厅搬到这里，
家园，就变成了乐园。

自助
牛排
餐厅

F
a
m
i
l
y
C
l
a
s
s
i
c

世|经
家|典

快乐来自分享

同事篇

爱上自助，
是因为除了谈工作，
还可以谈心。

自助牛排餐厅
Family
Classic
世家经典

快乐来自分享

同学篇

青春作伴的美好记忆，
既在课桌上，也在餐桌上。

自助牛排餐厅
Familly
Classic
世家经典

快乐来自分享

朋友篇

朋友圈，
现在终于可以坐成一圈。

自助牛排餐厅
Familly
Classic
世家经典

快乐来自分享

闺蜜篇

闺蜜的聚会，
除了聊体重，更要聊美食。

自助牛排餐厅

F C
a l
m a
i s
l l
y i
c

世|经
家|典

快乐来自分享

长辈篇

我们都错了，
父母其实爱热闹。



快乐来自分享

小朋友篇

小孩的世界比我们想象的大，
去大大的餐厅，
交多多的朋友。



快乐来自分享

4、自助菜品系列文案

自助牛排餐厅

Classic
Family

世家经典



新西兰牧场， 相遇香草的天空。

——香草牛排

快乐来自分享

自助牛排餐厅

Classic
Family

世家经典



丰盛的生活，
先把碗盛满。

——自助小吃

快乐来自分享

自助牛排餐厅

Classic
Family

世家经典



经典美食，无问西东，
正如感情，不分你我。

——自助热菜

快乐来自分享

自助牛排餐厅

Classic
Family

世家经典



认真，你就蔬了。

——自助蔬菜沙拉

快乐来自分享

自助牛排餐厅

Classic
Family

世家经典



冰淇淋面前，
每个人都是孩子。

——自助冰淇淋

快乐来自分享

自助牛排餐厅

Classic
Family

世家经典



任何时候，
碰杯都是快乐的。

——自助饮品

快乐来自分享

自助牛排餐厅

Classic
Family

世家经典



人生没有如果，
相聚就趁现在。

——自助水果

快乐来自分享

5、店内喷绘文案

无论中餐西餐，
快乐是一起用餐。

快乐来自分享

自助牛排餐厅

F C
a l
m a
i s
l s
y i
c

世家经典

不被工作填满，
就用快乐填满。

快乐来自分享

自助牛排餐厅

F
a
m
i
l
y
C
l
a
s
s
i
c

世家经典

要风情万种，
也要美食种种。

快乐来自分享

自助牛排餐厅

F C
a l
m a
i s
l s
y i
c

世家经典

用牛排款待好胃口，
用相聚款待好心情。

快乐来自分享

自助牛排餐厅

F
a
m
i
l
y
C
l
a
s
s
i
c

世家经典

够丰富的自助，
够尽兴的聚会。

快乐来自分享

自助牛排餐厅

F C
a l
m a
i s
l y s
i c

世家经典

有滋有味的牛排，
有说有笑的朋友。

快乐来自分享

自助牛排餐厅

F
a
m
i
l
y

C
l
a
s
s
i
c

世
家
|
经
典

牛排几分熟最好？
你开心就好。

快乐来自分享

自助牛排餐厅

F C
a l
m a
i s
l y i
c

世家经典

从澳洲到餐桌，
世界美食， 在于分享。

快乐来自分享

自助牛排餐厅

F C
a l
m a
i s
l y i
c

世家经典

喜欢牛排的不同部位，
喜欢的人都很对味。

快乐来自分享

自助牛排餐厅

F C
a l
m a
i s
l s
y i
c

世家经典

总有一些快乐，
想要和你分享。

快乐来自分享

自助牛排餐厅

F C
a l
m a
i s
l y s
i c

世家经典

城市再大，
有自助，不孤单。

快乐来自分享

自助
牛排
餐厅

F C
a l
m a
i s
l s
y i
c

世 | 经
家 | 典

5、应用文案

服装文案

快乐来自分享

自助牛排餐厅

F
a
m
i
l
y

C
l
a
s
s
i
c

世
家
经
典

纸巾文案

经典时刻 尽在分享

自助牛排餐厅

F
a
m
i
l
y

C
l
a
s
s
i
c

世|经
家|典

Thank You

中國小餐飲品牌文案定位公司 · 20個省300個小餐飲連鎖品牌定位案例

