达利食品
DALI FOODS

2020年9-10月经营情况月报

Monthly Update - September and October 2020

ir@daligroup.com

扫码加入达利食品 IR 沟通群
获得投资者沟通最新资讯

9-10月月报

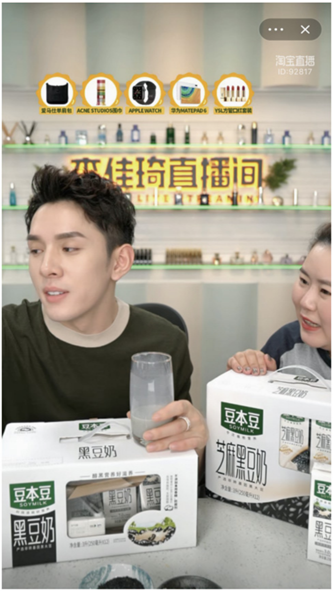
Monthly Update - September and October 2020

家庭消费板块：
Household Consumption Segment

○ 豆本豆线上线下配合，推进建设品牌的全面立体形象
○ *Doubendou Strengthened Brand Image Through Online and Offline Marketing*

线上方面，豆本豆联动各大电商平台头部主播展开消费者互动，借势淘宝、快手、抖音等各大主流电商直播平台的流量优势，联动李佳琦等头部主播，以平台流量优势叠加主播粉丝优势的双重驱动力，培养消费者对于品牌的好感度。

In terms of the online marketing, Doubendou partnered with large e-commerce platforms to increase engagements with consumers. The fan resources from leading KOLs such as Jiaqi Li and traffic resources from mainstream live streaming platforms such as Taobao, Kuaishou and Tik Tok further increased brand loyalty from consumers.


淘宝直播
ID:92817
ACNE STUDIOS围巾
APPLE WATCH
华为MATEPAD6
YSL方管口红套装
李佳琦直播间
豆本豆
SOYMILK
黑豆奶
芝麻黑豆奶

线下方面，豆本豆把握市场契机，结合双节营销档期，加深消费者终端场景化互动，突出豆本豆创造豆奶产业营养新高度，专注植物营养的品牌形象。双节期间，豆本豆终端形象布建超1,800家; 博饼活动总共超过1,000场。

In terms of the offline marketing, we identified sales opportunities during the holiday season and further enhanced engagements with consumers. We highlighted Doubendou's leading position in establishing high standards in soy milk industry and its brand image of plant-based protein beverage. We completed more than 1,800 terminal displays and carried out more than 1,000 traditional dice games.

豆本豆
SOYMILK
专注植物营养

休闲食品板块：
Snack Food Segment

○ 可比克赞助说唱音乐纪录片《地表 8 英里》
○ *Copico Sponsored the Rap Documentary Eight Miles above Ground*

说唱文化在中国不断出"圈"，在说唱风逐渐成为流行的大环境下，可比克紧跟潮流热点，以行业赞助身份加盟中文说唱音乐纪录片《地表8英里》，通过音乐带来愉悦听觉感受与可比克的品牌调性“快乐每一刻”的共鸣，全方位释放产品的品牌价值。

As the rap culture is becoming increasingly popular in China, Copico quickly responded to the trend by sponsoring the rap documentary Eight Miles above Ground. By connecting the aural pleasure from the music with Copico’s image of “Happy every moment”, Copico’s brand equity was enhanced.

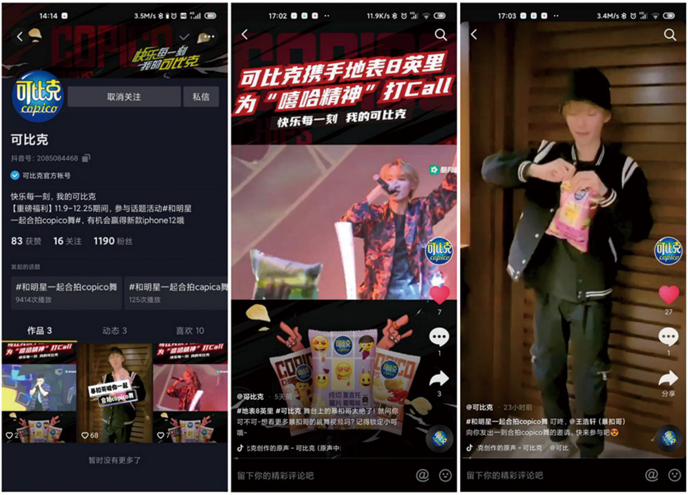
在创新营销手段上，除了既定的赞助权益以外，可比克以消费者喜闻乐见的方式，包括抖音话题、明星互动和定制歌曲等，线上线下强覆盖，与消费者进行互动，倡导快乐的生活态度。

Apart from the sponsorship, Copico also carried out several marketing initiatives, such as Tik Tok topics, celebrity engagement events and customized songs. With active coverage from online and offline, Copico conveyed its image of 'positive attitude towards life' to consumers.

酷狗音乐出品
猛烈
细腻
艾福杰尼
吉利帝豪GS
地表8英里
说唱无界 活出真我
出品方：酷狗音乐
独家冠名：吉利帝豪GS
行业赞助：可比克
行业赞助
可比克
快乐每一刻 我的可比克
Dee
Power6
LegioN袁乾
董大年
8 MILE live 10/31 20:00 沈阳
节目主办方：酷狗音乐 酷狗直播 酷狗音乐人
精选专题
WD王浩轩打call
欧莱雅「小金管」
防晒养肤 超赞肤感
立即购买
遇见天气晴

开机大屏广告

APP Opening-Screen Advertisement


14:14
快乐每一刻 我的可比克
取消关注
私信
17:02
可比克携手地表8英里
为"嘻哈精神"打Call
快乐每一刻 我的可比克
17:03
分享
留下你的精彩评论吧

可比克

抖音号：2085084468

可比克官方帐号

快乐每一刻，我的可比克
【重磅福利】11.9-12.25期间，参与话题活动#和明星一起合拍copico舞#，有机会赢得新款iphone12哦

83 获赞 16 关注 1190 粉丝

发起的话题

#和明星一起合拍copico舞 9414次播放

#和明星一起合拍capica舞 125次播放

作品 3 动态 3 喜欢 10

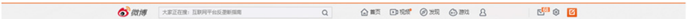
暂时没有更多了

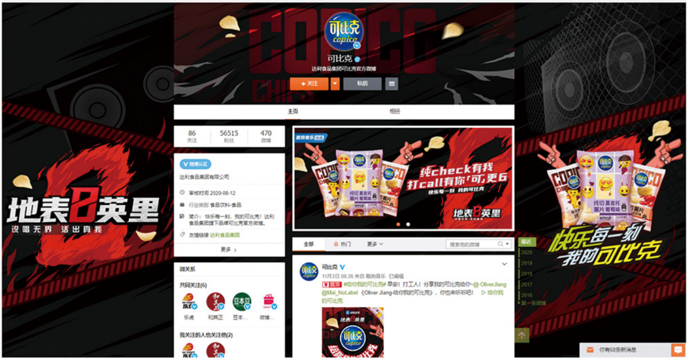
@可比克 · 5天前
#地表8英里 #可比克 舞台上的暴扣哥太绝了！就问你可不可~想看更多暴扣哥的跳舞视频吗？记得锁定小可哦~

@可比克 · 23小时前
#和明星一起合拍copico舞 叮咚，@王浩轩（暴扣哥）向你发出一则合拍copico舞的邀请，快来参与吧😍

抖音话题、明星互动

Tik Tok Topics, Celebrity Interaction


微博
大家正在搜：互联网平台反垄断指南
首页
视频
发现
游戏


地表8英里
说唱无界 活出真我
可比克
+关注
私信
主页
相册
纯check有我
打call有你「可」更6
快乐每一刻 我的可比克
全部
热门
更多
搜索他的微博
快乐每一刻
我的可比克
你有68条新消息

达利食品集团可比克官方微博

86 关注 | 56515 粉丝 | 470 微博

微博认证 达利食品集团有限公司

审核时间 2020-08-12

行业类别 食品饮料-食品

简介：快乐每一刻，我的可比克！达利食品集团旗下品牌可比克官方微博。

友情链接 达利食品集团

微关系

共同关注(6)

乐虎 和其正 豆本… 微博…

我关注的人也关注他(2)

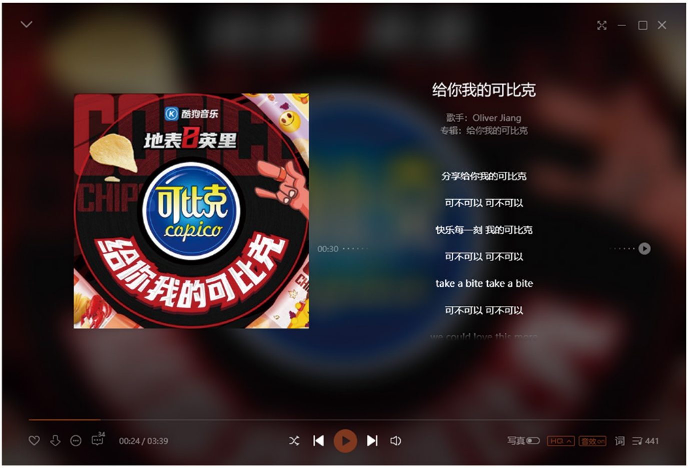
可比克

11月3日 08:26 来自 酷狗音乐 已编辑

置顶 #给你我的可比克# 早安！打工人！分享我的可比克给你~@-OliverJiang @Mai_NoLabel 《Oliver Jiang-给你我的可比克》，你也来听听吧！ ▷ 给你我的可比克

微博话题

Weibo Topics


酷狗音乐
地表8英里
可比克
copico
给你我的可比克
00:30
00:24 / 03:39
写真
HQ
音效 on
词
441

给你我的可比克

歌手：Oliver Jiang

专辑：给你我的可比克

分享给你我的可比克

可不可以 可不可以

快乐每一刻 我的可比克

可不可以 可不可以

take a bite take a bite

可不可以 可不可以

we could love this more

定制歌曲

Customized Song

即饮饮料板块：

Ready-to-drink Beverage Segment

○ SOYDO 豆乳茶上市

○ *Launched Soy Milk Tea Soydo*

据第三方数据估算，2019年中国茶饮市场总规模突破4,000亿。基于奶茶广阔的市场空间，

尤其是年轻消费者对新式奶茶强烈需求，以及牛奶基奶茶市场进入竞争红海，达利强势推出旨在满足消费升级需求的新一代奶茶产品——豆乳茶。豆奶的独特添加，满足了消费者对绿色、植物、健康饮料的需求。

According to the third party data, China tea market size exceeded RMB400 billion in 2019. Given the huge market size of milk tea driven by demand from younger generation, Dali launched the innovative soy milk-based milk tea, Soydo, to differentiate from the other milk-based milk tea products in the competitive market. The unique soy milk flavor is positioned to benefit from consumption upgrade, especially demand for green, plant-based and healthy beverages.

SOYDO
豆乳茶
NEW!
原浆豆乳
≥10%
添加量
乳茶遇上豆奶
清爽喝不腻！
清爽の新潮饮
营养轻负担，好喝不怕腻
精选优质红茶、清蒸绿茶，豆奶+乳茶の匠心调配
缔造浓醇丝滑，清爽好喝
达利园

作为一款创新式茶饮，豆乳茶以“乳茶遇上豆奶，清爽喝不腻”为核心卖点，在前期市调及上市推广中，受到消费者的高度评价。当前豆乳茶已全国铺市，销售渠道以校园、KA系统和流通便利店为主。

As an innovative tea drink, Soydo is positioned as “fresh drink and not too sweet”. It received high recognition from consumers at the initial marketing surveys and promotions. Soydo has launched on a nationwide basis and is currently mainly sold in campus and convenient stores.

豆乳茶作为奶茶新秀，虽刚面市不久，但基于达利强大的推新能力以及产品的独特卖点，相信未来将对奶茶行业带来更多变化、造就更大市场。

While Soydo was just launched recently, we believe it will bring remarkable changes to the milk tea industry and create a large market in the future, by leverage on its unique brand positioning and Dali’s strong product innovation capability.

豆乳茶
SOYDO
豆乳茶

SOYDO
豆乳茶
乳茶遇上豆奶
清爽喝不腻!
SOYDO
豆乳茶

SOYDO
豆乳茶
乳茶遇上豆奶
清爽喝不腻!
豆乳茶
乳茶遇上豆奶
清爽喝不腻!
SOYDO
豆乳茶
乳茶遇上豆奶
清爽喝不腻!
≥10%
添加量
豆乳茶