**爷爷不泡茶品牌命题**

1. 品牌背景

爷爷不泡茶是来自中国武汉的新中式茶饮品牌，将中国茶文化与创新工艺相融合，打造新中式——东方香茶，以牛乳茗茶为基底、碰撞天然花香果香、融合地域特色风味，让中国香引领中国茶。致力于让世界爱上东方香茶。

1. 命题目标

运用AI技术，以标志性胡子LOGO为创意原点，结合夏日热点，以打造「好吃好喝好玩」的轻松体验为目的，设计趣味性产品、互动玩法、视觉亮点及营销方案，颠覆传统茶饮认知，打造年轻化社交爆点，从不同维度吸引更多年轻消费客群。

从以下3款主题中任选1款作为发散：

1. 桂花
2. 柠檬
3. 椰子
4. 主题关键词
5. 胡子魔改计划（品牌符号再造 把品牌玩起来）
6. 冰爽社交力（场景与情绪锚点）
7. 好吃好喝好玩（品牌为消费者提供给的体验）
8. 香片新生（传统茶文化创新）
9. 情绪价值（奶茶即社交货币）

1. 创作方向建议

围绕打造「好吃好喝好玩」的轻松体验为目的，不空谈文化赋能，只做年轻人的解馋搭子

让一杯好奶茶，解渴、解饿、解“emo”。无论是从品牌符号出发、热卖东方香茶系列还是即将推出的夏日果蔬主题饮品，都可以成为“有趣”中的一个部分，可以通过线下活动、体验装置、线上营销等方式，多维度多链路吸引年轻消费者，将品牌玩起来。   
1）平面类：设计“社交货币杯”，如互动插画杯（刮刮乐、AR触发图案等）、盲盒杯（隐藏款标签等）、多功能杯套（变身小游戏道具等）。

2）视频类：15秒内突出“一秒吸睛”，例如奶茶杯变身动画角色、胡子Logo引发奇幻剧情，强化“异想天开”的碎片化传播。

1. 必须包含元素

必须结合品牌本身进行延展，找到仅爷爷不泡茶品牌所独有的特色及卖点，做到无法复刻的创意心智（例如武汉地域特色？品牌logo以“胡子”图形为主？品牌奶茶杯，可拓展杯套/纸袋等？品牌系列延展等）

1. 禁忌与限制
2. 不可脱离“爷爷”IP的亲和力，IP形象不得老头化黑暗化、恐怖化或低龄卡通化。
3. 禁止扭曲/娱乐化中国茶文化核心精神（例如将茶道仪式恶搞、贬低茶文化价值）
4. 所有线上线下创意玩法及营销文案等内容不得涉及地域歧视、性别对立等敏感话题。
5. 禁止完全套用模板，需体现原创性，AI生成后需人工优化并注明修改点。