



### 背景故事

Kraft Mac & Cheese (KMC) 的使命是：摆脱“儿童”食品的形象，成为所有年龄段的首选慰藉食品。为了实现这一使命，KMC已经做了很多尝试，包括发起新的宣传活动来提醒人们KMC所提供的独特生理和情感满足，以及推出各种创新产品，比如更多的包装尺寸和形式等。

但KMC想做得更多。那么，谁才是需要KMC产品并能够从中获得愉悦感的完美受众？答案是游戏玩家。

数据显示27%的美国人每周花11个小时或更多时间玩游戏，这还没有考虑到他们在流媒体平台上观看其他人玩游戏的额外时间。其中，54%的游戏玩家会在玩游戏时吃零食。当游戏进行到一半时，突然而来的饥饿感很可能会带来一些灾难性的后果。还有谁是比较游戏玩家更好的受众呢？尤其是，KMC的“大杯装”只需3.5分钟即可食用。

### 挑战何在？

创建一种体验，让游戏玩家相信KMC“大杯装”是能够满足他们需求和渴望的最佳手持零食选择。

对于游戏玩家来说，您的回应需要具备真实感。您还需要找到某种方式来展示微波炉的好处，让游戏玩家克服对薯片等传统零食的便利性的依赖。无论您的回应为何，您都应该建立可交谈性；因为游戏玩家是一个社区为王的受众，正确的想法可以很容易地在社区内有机传播。

### 谁是我们的受众？

身在美国的游戏玩家、流媒体人、以及他们的观众。请记住，游戏玩家包括不同的等级和类型，从第一视角射击游戏爱好者到“舒适性”游戏玩家。您如何创造一些能够让更多人参与的内容，即使他们不一定把自己看作是“典型”的游戏玩家？

### 需要考虑的事情

#### 便利性

目前，游戏玩家首选的零食是薯片和薄脆饼干，这主要是出于这些产品的便利性。虽然KMC“大杯装”需要等待3.5分钟的准备时间，您如何通过您的创意说服受众该产品仍然是方便、且能够提供额外好处的？

#### 翻转脚本

薄脆饼干/薯片可能是市场上的首选零食，但超过三分之一的游戏玩家对耳机里传出来的咀嚼声感到厌烦，至少这些令人分心的噪音会对他们的游戏表现产生负面影响。某些品牌已经在试图对抗这种情况，那么您能做些什么让KMC以不同的方式呈现自己的产品呢？杯装泡面和其他货架上常见的温热零食也可能是游戏玩家合乎逻辑的选择，您是否能创建一些内容让KMC成为传统零食的终极对手？

另外，KMC经常与“儿童”食品联系在一起，您是否能在不疏远品牌核心受众（千禧一代家庭）的前提下做些什么来改变这种认知呢？或者，也许您可以利用这种怀旧情怀来发挥您自己的独特优势……

### KMC的独特性

KMC的竞争对手越来越多，他们咄咄逼人、善于模仿。KMC的亮点在于其简单、平衡的味道，温和的黄油奶酪口感，以及它在人们记忆中作为优选也是最可靠的慰藉食品所拥有的情感空间。那么，您如何确保您的创意能吸引人们达成真正的购买行为？此外，KMC永远不会表现出攻击性、刻薄或争议性。该品牌想要发挥的作用是通过提供舒适感向人们提供慰藉，并以积极的方式将人们聚集在一起。

### 社区

游戏社区是非常巨大的。您是否能提供一个自然的空间让游戏玩家真正以这种社区优先心态为荣并从中获得良好体验？想想游戏玩家出现在游戏之外时的样子，比如在Discord、Twitch、YouTube等等……

### 重要事项

无论您打算创造什么样的体验，都必须与更广泛的KMC品牌体系（颜色、字体、独特资产等）相联系（请在简报包中查找更多信息）。

### 请呈现以下内容：

您的解决方案。清楚阐明您的创意及其运作方式。

您的创建过程。您是如何从调研中得出您的解决方案和关键见解的；请为您的核心关注和设计决策提供令人信服的理由。

### 提交的内容和方式

在获取完整的格式指南之前，请首先阅读“准备您的参赛作品”。

### 主要内容（必需）：

用于展示您的解决方案的演示视频（最多2分钟）或JPEG幻灯片（最多8页）。

### 可选内容（评委按个人意愿观看）：

互动作品（网站、应用程序等）；如果您的主要作品为JPEG格式，您还可以提交视频（最多1分钟）；如果您的主要作品是视频，您还可以提交JPEG（最多4页）。

## 简报

由Kraft Mac & Cheese提供

# 让KMC“大杯装”成为终极游戏零食

## 截止日期

2025年3月20日，格林威治标准时间下午5点



简报

由Kraft Mac & Cheese提供

更多信息

**KMC“大杯装”**

与原来的微波快餐杯相比，KMC“大杯装”的食物含量是其两倍以上。和原来的包装一样，“大杯装”在3.5分钟内即可食用。

**需避免的事情**

您应该始终强调产品对食欲的吸引力；产品不得看起来凌乱、干瘪、仿冒、变色或破损。

**链接：**

美国成年人每周玩游戏的时间，基于Statista数据  
[statista.com/statistics/202839/time-spent-playing-games-by-social-gamers-in-the-us](https://www.statista.com/statistics/202839/time-spent-playing-games-by-social-gamers-in-the-us)

“薯片的咀嚼声令人厌烦”，《华盛顿邮报》  
[washingtonpost.com/lifestyle/2023/11/27/doritos-silent-gaming-crunch-cancellation](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/2023/11/27/doritos-silent-gaming-crunch-cancellation)

---

## 让KMC“大杯装”成为终极游戏零食

---

**截止日期**

2025年3月20日，格林威治标准时间下午5点

---