



中国老字号破冰之旅

百年桂发祥 · AI 开新局

2027 春节美国全球文化破冰行动

文旅率队赴美文化节 × 美国旗舰店 × 欧美全球达人 × Xavvi AI

从天津十八街出发

让一百年的中国味道，被全世界看见

2027.02.06 · 农历正月初一



百年 + 春节 + AI：一次不能错过的全球开局

2027 年春节是 2 月 6 日；与桂发祥百年节点叠加，形成天然传播高潮。

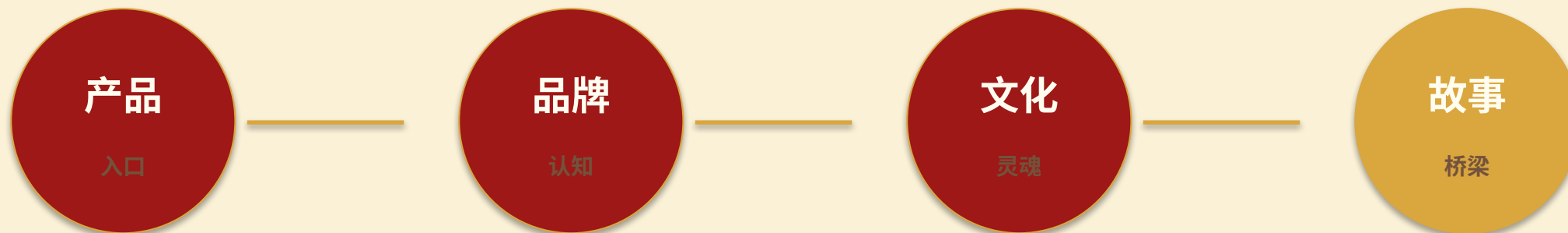
100 周年	春节	AI 新时代	美国市场
1927 → 2027 百年品牌资产	2 月 6 日 全球华人文化窗口	全球表达重构 内容规模化能力	第一破冰场 全球品牌试金石

不要只做“百年庆典”。

把 100 周年升级成桂发祥第一次真正走向全球消费者的品牌事件。

不是把麻花卖到美国，而是把中国故事讲到世界

产品只是入口，文化才是灵魂，故事才是跨越国界的语言。



桂发祥真正要出海的，不只是一盒麻花。

是 100 年历史、十八街非遗技艺、天津城市记忆，以及一份中国人的味觉记忆。

文旅率队赴美：把桂发祥放进一场“中国文化盛会”

建议以文化代表团、非遗传承人、老字号、媒体与全球创作者共同形成现场阵容。

① 中国文化主舞台

非遗技艺
传统艺术
春节民俗
中国美食
城市文化

② 桂发祥百年专区

1927—2027
十八街麻花技艺
现场制作
百年故事
全球第一口

③ 全球达人现场

欧美大网红
现场探店
直播挑战
街采体验
中美内容共创

文化节负责“造势”——让桂发祥从一个食品品牌，变成一个中国文化事件。

美国旗舰店：把一次文化事件，变成 365 天品牌阵地

首店同时承担文化体验、内容拍摄、达人接待、直播与长期零售。

1

百年墙

1927—2027

2

非遗台

现场制作

3

第一口

试吃体验

4

百年礼盒

春节礼赠

5

数字入口

GFX 100 YEARS

文化节 → 旗舰店 → 达人探店 → 社交传播 → 持续消费

把“春节流量”留下来，把“百年品牌”留下来。

欧美大网红：不做广告，做“发现百年中国”的人

让美食、旅行、文化、生活方式、家庭与测评创作者亲自体验。



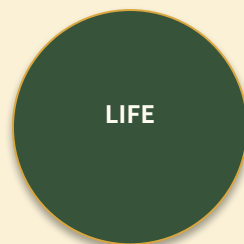
美食达人



旅行达人



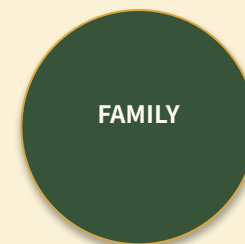
文化达人



生活方式



测评达人



家庭达人

THE FIRST BITE · 全球第一口

打开礼盒 → 看到 1927 → 闻到香味 → 第一口 → 真实反应 → 分享

真实反应 > 硬广；消费者故事 > 品牌自说。

Xavvi AI：把一天的文化节，变成 365 天的全球传播

AI 负责内容规模、全球表达与资源协同；品牌负责真实历史与文化底线。



Xavvi 不是单一渠道，而是一套“文化内容 → 全球创作者 → 消费增长”的 AI 机制。

2 月 6 日为核心爆点：预热—爆发—扩散—沉淀

让春节不只是一天，而是一场完整的美股市场破冰战。

1/18—1/31	预热	百年故事发布 达人预热 文化节倒计时
2/1—2/7	爆发	代表团赴美 文化节 旗舰店 THE FIRST BITE
2/8—2/14	扩散	达人探店 用户 UGC 春节礼赠
2/15—2/28	沉淀	复购 企业礼赠 达人接力 数据复盘

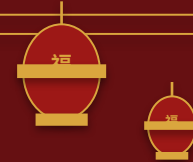
核心爆发日：2027 年 2 月 6 日 · 农历正月初一

文化节负责“人”，旗舰店负责“货”，Xavvi 负责“持续增长”

一次文化事件，最终沉淀为一个可以长期经营的全球品牌系统。



文化 → 内容 → 达人 → 体验 → 购买 → 复购 → 新内容



中国老字号破冰之旅

百年桂发祥 · AI 开新局

2027 春节美国全球文化破冰行动

文旅文化节 × 美国旗舰店 × 欧美全球达人 × Xavvi AI

百年只有一次。

让 100 周年，从“庆典”变成“全球品牌开局”。

从天津十八街，到全世界。

让一百年的中国味道，被全世界看见。

