

森马高洁净1000+羽绒营销战役

- **品牌名称：**森马
- **所属行业：**服装
- **执行时间：**2024.10.10-11.10
- **参选类别：**跨媒体整合类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看



<https://pan.baidu.com/s/17-FvWuSI4X2KEDYqWZa3Tw?pwd=ug3j> 提取码: ug3j

* 如有结案视频，请提供视频链接；若无，可直接删除此页



营销背景

森马品牌全新升级，以优质产品让大众家庭轻松实现品质生活

品牌定位

舒服体验 品质生活

目标人群

大众家庭 全年龄段

产品

百搭兼容 品质追求



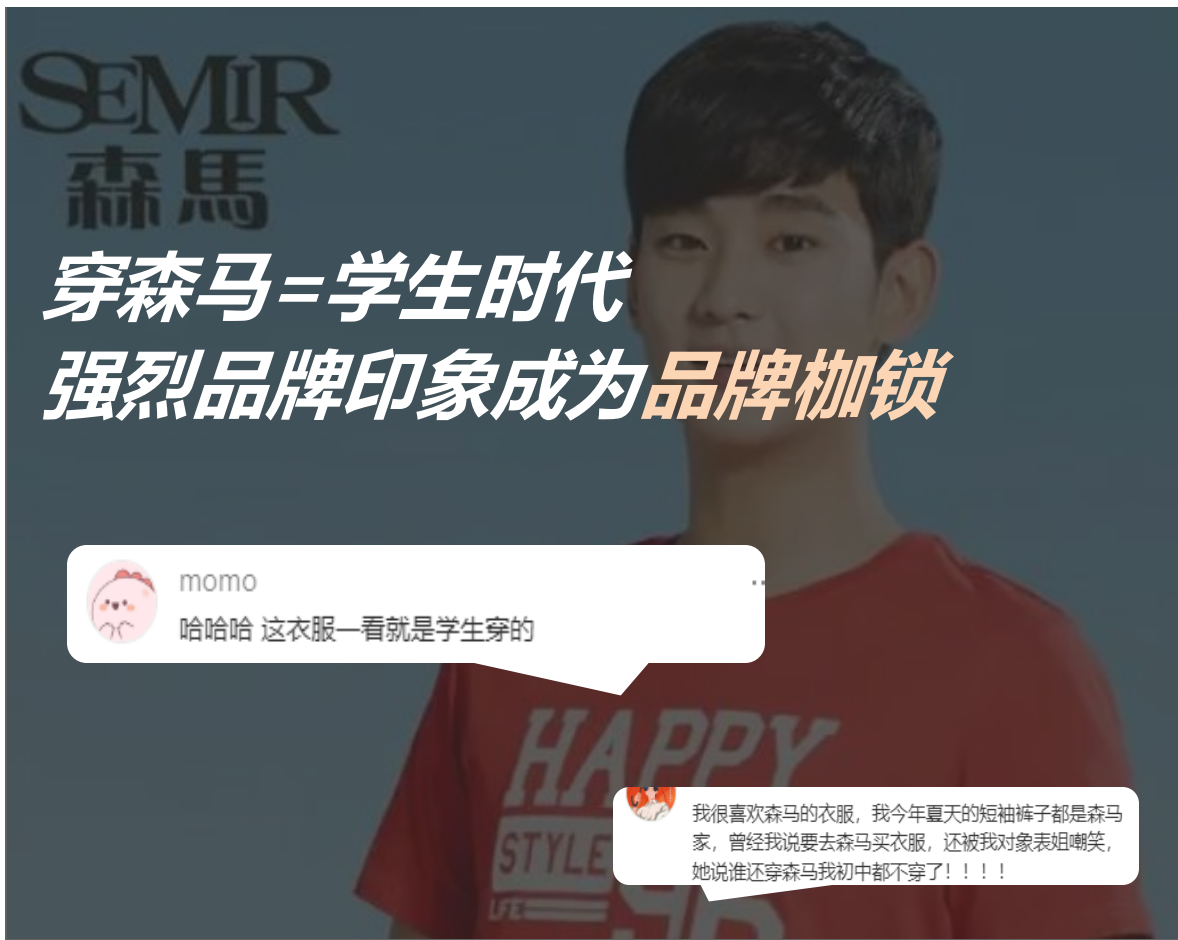
简约百搭兼容 | 核心TA25-35
大众家庭品质人群

强调高品质、耐用性和经典时尚。设计上追求精致细节和简单线条，舒服的日常氛围舒适穿搭产品适合各种场合，以满足追求品质和实用的消费者需求。



森马品牌升级后，消费者印象仍未改变，品牌认知急需扭转

是什么阻碍了消费者购买森马？



是什么让消费者重新看到森马？



羽绒市场需求多元，**清洁度指标**高需求低竞争成羽绒蓝海

消费者对羽绒服需求多元，保暖并非唯一需求

市场竞品多维突破，但无异味需求尚未被满足

消费者普遍反馈的羽绒服问题：

线头
味道
臭味
异味
太差
不均匀
有瑕疵
有味道
掉色
走线
破损
开裂
起球
很臭
有一股味道
有一股难闻的味道
有一股刺鼻的味道
有一股霉味
有一股酸味
有一股臭味
有一股汗味
有一股烟味
有一股汽油味
有一股油漆味
有一股胶水味
有一股金属味
有一股塑料味
有一股橡胶味
有一股皮革味
有一股香料味
有一股化妆品味
有一股食物味
有一股动物味
有一股人体味
有一股细菌味
有一股病毒味
有一股真菌味
有一股寄生虫味
有一股毒素味
有一股放射性味
有一股化学味
有一股物理味
有一股生物味
有一股天文味
有一股地理味
有一股历史味
有一股文化味
有一股艺术味
有一股科学味
有一股技术味
有一股工业味
有一股农业味
有一股林业味
有一股牧业味
有一股渔业味
有一股畜牧业味
有一股种植业味
有一股采矿业味
有一股制造业味
有一股建筑业味
有一股运输业味
有一股信息业味
有一股服务业味
有一股金融业味
有一股保险业味
有一股房地产业味
有一股公用事业味
有一股其他行业味

绒种

高梵

专研高端鹅绒

充绒量

波司登

150-170g高充绒

绒子含量

鸭鸭

90%-95%含量

蓬松度

优衣库

750+高蓬松

清洁度/浊度

无品牌强力竞争

又轻又暖

没有异味

A group of five people, three men and two women, are walking across a snowy, mountainous landscape. They are all wearing winter clothing, including puffy jackets, hats, and boots. The group is smiling and appears to be enjoying their time in the snow. The background shows a vast, open snowy area under a clear sky.

羽绒服新重要指标

森马 高洁净1000+

上一代羽绒看保暖 新一代羽绒看健康

打造一场颠覆行业的现象级战役

品牌重回巅峰

超级曝光提升品牌认知
无限放大品牌影响力

领先行业标准站稳鳌头
打造行业标杆形象

产品建立心智

抢占高洁净羽绒心智
打造高洁净羽绒6大爆款

建立新一代羽绒选择标准
带动全线羽绒销售

核心策略

洁净羽绒

清洁度1000+的羽绒服

领先性

远高国标的清洁度1000为界将市场一分为二
划分为**洁净羽绒服**与**非洁净羽绒服**

引领性

提出「洁净」新指标，
引领羽绒服行业向更高质量的发展迈进

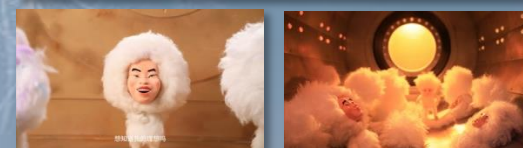
核心创意

徐志胜领衔主演《绒毛的歌》

借绒毛第一视角历险记，演绎「森马高洁净1000+」的严苛标准



“我有一个朋友，
它是一根绒毛……”



“它认为毛，也可以
有很美好的理想”



“它的使命，就是陪
着您啦~”

核心创意

森马 高洁净1000+面向行业的一场发布会

绒毛净化论 研究所

高洁净1000⁺ + LAB

Hi, 来自世界各地的高“净”值研究员们

欢迎来到这里和我们一起探索高洁净品质生活的新可能

跟随森马的陪伴与导览, 在这个专业感与时尚感交织的空间中

感受每一朵绒毛所经历的高洁净之旅

脱口秀演员徐志胜强势加盟

26道工序科技展示

《绒毛的歌》现场观影

森马高洁净1000+ 羽绒营销三部曲

10/11-10/21

10/22-10/28

10/29-11/4

11/11

阶段一：创意TVC打响声量



《绒毛的歌》全网上线

阶段二：新品发布会提升品牌影响力



森马高洁净1000+发布会 全网直播

阶段三：趣味快闪活动赋能门店



上海环球港快闪活动



天猫会员日



微博自然热搜



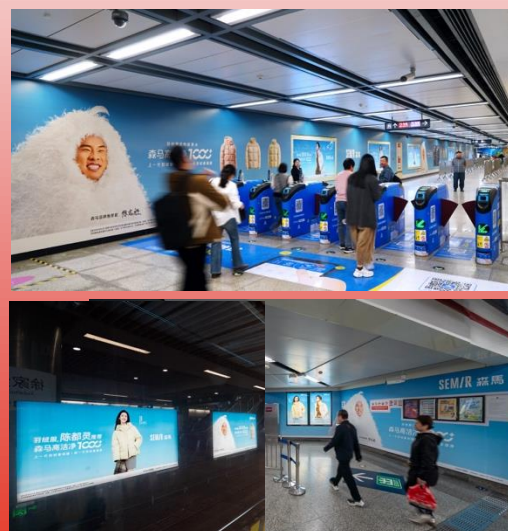
朋友圈广告



微博商业热搜



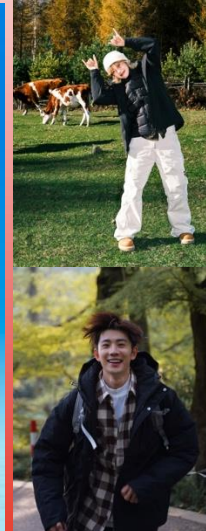
央视等百余媒体报道



5城地铁广告覆盖



小红书IP上线



达人持续种草

核心物料《绒毛的歌》亿级曝光，获全网好评无数



#徐志胜卖羽绒服一定是销冠# 登榜热搜 TOP 16
话题阅读量**2亿+**，高出行业水平**3倍+**



TVC 广告CTR **0.99%**
刷新历史新高，高于Q4大盘**0.6pts**

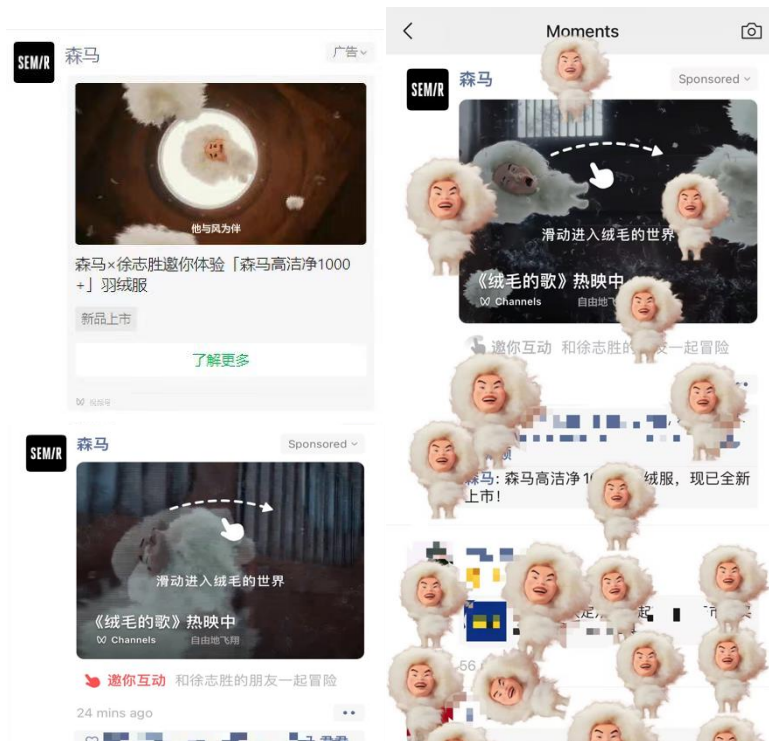
徐志胜1995 与 森马 的共创微博
10-11 10:00 来自 微博视频号

嗨！我又找了份新工作~
我可太高兴带着新角色跟大家见面了
这次不讲脱口秀
我改行在@森马 当导购啦！
老板都夸我：志胜啊，你可太全面了！
很荣幸成为森马品牌推荐官
毕竟卖羽绒服我是专业的，换羽绒先看森马高洁净1000+，26道洁净工序，上一代羽绒看保暖，新一代羽绒看健康！
想知道更多我在森马当导购 ... 展开



品牌&徐志胜微博首发

官媒定调/营销号二创



百万级朋友圈竞价&合约广告组合投放



执行过程/媒体表现

全网直播高洁净1000+发布会，占据羽绒市场领先地位

携红书&明星&专家权威阵容
重磅发布洁净羽绒新主张

首次覆盖六大主流平台同步直播
在线观看数破25万+

#新一代羽绒看健康#热搜霸榜
话题破2亿引全网热议





权威党央媒公关背书，品牌美誉度显著提升

央视网独家深度报道
 央视官媒合力权威认证森马品质

行业媒体自发报道森马洁净羽绒战役 媒体及价值溢出252%



户外广告反差创意巧妙出圈，引导超10万人进店

借徐志胜人设，放大喜剧效果

吸引用户眼球，增加用户分享欲与创作欲

上海全城覆盖+城市核心商圈巨幅广告布局

长周期、高频率触达品质用户



10月

轻

松

11月

羽

绒

12月

防

护

1月

羽

绒



小红书全链路强势布局，事件营销&产品种草双剑合璧

品牌事件重磅发声

话题公关升维发酵

种草产品影响决策



联合小红书IP打造标杆快闪店 沉浸体验撬动流量

小红书上线话题内容
激发用户创作欲望

线下快闪用绒毛周边
吸引用户参与产生UGC



话题总曝光超1亿 UGC1.4万*

#我的状态净化术# 占据品牌搜索词TOP3

数据源自小红书平台结案，时间维度为11/1-11/31




客流环比 +12% 会员环比 +389.6%

让我看看是谁还没有和绒毛徐志胜合影!

速来! 这个快闪可以拿周边!

不得不说上海这个快闪真的挺好玩的!

在上海, 森马快闪, 免费领到啦!

全网超级曝光 数亿人热议 「绒毛的歌」获业内外好评无数

官号TVC互动量可达
同期竞品TVC互动量的

14倍



小红书



视频号



广告专业账号 高度评价
誉为“年度最佳广告”

全网媒体报道转载
赞扬品牌初心

消费者被创意打动
对品牌与产品兴趣提升

杨光观察:我去,这有心了啊。有种不穿羽绒服就没有他,把羽绒的羽绒服丢掉抛弃了他的感觉。
24-10-12 13:18 来自安徽

毛绒真的很好? 感觉能暖和很多, 穿马必用
24-10-12 10:40 来自陕西

不是人间富贵花:很久没看到过这么优秀的广告了 能感受到温暖的力量 几天前还在和朋友讨论 没想到能看你们这么有品牌力量的营销 选志胜很恰如其分的一点就在于 内发光的大明星“和”一个质朴的普通人 两种截然相反甚至可以说是背道而

云毓秀
从志胜嘴里讲出来的故事说服力好强! 再配上这首歌, 好感动怎么回事
10-11 山东
2 回复

富润达 Shandong 4 days ago
很久没有看到过这么优秀的广告了

青岛小凤九 Shandong 16 hrs ago
明明做的广告, 做到观众不相信是广告

世界多你而精彩 河南 4天前
被科普了, 现在市场真的很多羽绒造假, 水洗标啥的都是假的, 好的羽绒触感不一样, 保暖性区别可太大了。

光脚过雪地:森马的美好理想是用最轻的毛做最好的羽绒服
24-10-11 14:40 来自福建



森马高洁净1000+羽绒发布会 全媒体势能爆发，品牌、产品影响力大幅提升



占据羽绒健康市场领先地位
产品购买意愿增长99%



户外广告巧思出圈 3.2亿UGC狂揽流量 簇拥森马成为10月顶流品牌 微信指数攀升894%

反响巨大
引起大范围讨论

全民狂欢
二创不停 爆梗不断

无数媒体争相报道
品牌热度达到顶峰

森马品牌推荐官

徐志胜

