

苏泊尔 “30年，向新出发”

- **品牌名称：**苏泊尔
- **所属行业：**家电
- **执行时间：**2024.10.15-2025.01.15
- **参选类别：**跨界联合营销类

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://www.xinpianchang.com/a13294345>

项目背景:2024是苏泊尔品牌30周年，对于苏泊尔来说，无论是市场的变化，还是内部的变革，都是非常重要的一年。借此，苏泊尔决定向市场发出一个新的信号“30年，向新出发”。

行业挑战：市场内卷严重

传统家电行业纷纷打出低价、赠礼、多重售后的手牌，整体内卷已经成为常态。如何在众多家电品牌中脱颖而出，找到合适的赛道，提升盈利成为急需解决的问题。

品牌痛点：标签化严重

产品线单一：对产品认知集中于几款传统产品，对其他品类了解甚微；

形象老派：年轻消费者认知固化，难以争夺年轻消费群体市场，加大拓新难度

全“新”形象展示：通过跨界营销的形式，让品牌形象年轻化，输出全品类概念

品牌更新：营造苏泊尔“**时尚、年轻**”的品牌新形象，满足当下的消费者的情感需求。

品类上新：通过多样化的场景打造，输出“**全品类**”的产品特色。

技术革新：核心产品的技术露出，展示“**新技术**”的优势。

苏泊尔30周年营销主题—— 30年，向新出发

核心宣导苏泊尔三大“新”，新品牌印象、新品类布局、新科技技术

我们将围绕

新

这一关键词，打造

新生活潮流街区

结合**30为视觉锤**，以**创意潮玩新形式**，打破传统家电展示方式，
打造一条苏泊尔创意生活街区，展示品牌30周年全新形象，
让消费者解锁苏泊尔**新生活**，**新科技**，玩出**新乐趣**。

快闪创意概念

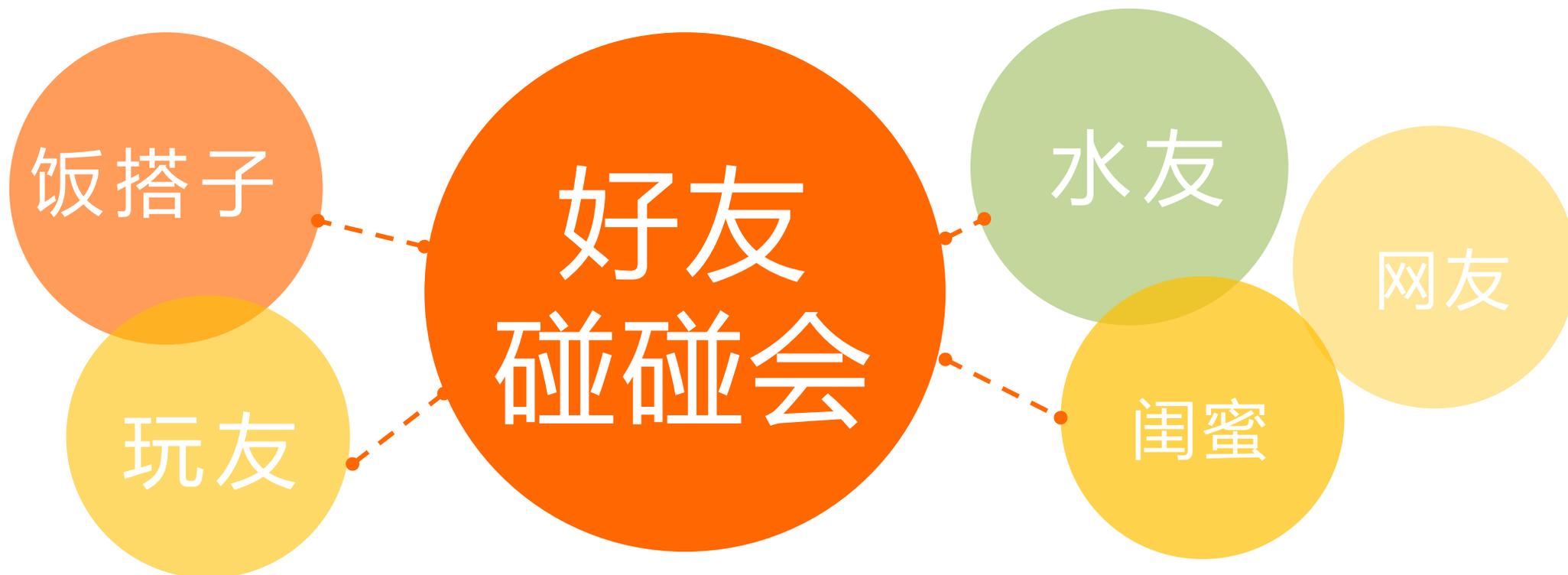
SUPOR苏泊尔 30周年

邀请新朋老友，来一次好友大聚会

【好友碰碰会】

根据【认领你的1m²】概念，整体以“任意门”的元素进行串联各区域
每个区域结合产品特性，通过趣味夸张的形式呈现 多种多元的1m²好友接头点

展现苏泊尔多品类创造多元生活的品牌印象



你是哪一种好友？

			线上营销动作		
			预热期	爆破期	长尾期
			10.15-10.30	11.1-12.30	12.31-1.15
线下营销动作	10.15-1.15	主题活动 30年，向新出发	品牌自媒体/会员中心/app/小程序		
			官媒 - 前期官宣		官媒 - 活动总结
				达人（品牌向）- 探店	
				达人（转化向）- 探店+直播	
			异业 - 品牌联合宣传		
				部分线下场次联合异业搭建	
				部分线下场次联合异业搭建	
		终端促销活动 除旧焕新，最高可抵 400元	本地生活（即时零售）：美团，抖音来客，京东到家		
		二展位展陈+终端演示 加点新鲜感	品牌自媒体/会员中心/app/小程序		
			达人探店资源提供-经销商		

PART ONE:前期线上宣传预热

联动异业品牌联合宣发，提升活动整体声量，破圈引流

联动品牌近3000w+粉丝

- 多渠道**180+**品牌联动造势
- 涵盖**35+**行业，辐射粉丝范围较广



两大核心话题曝光877w+

- 话题#30年向心而行**497w**；#城市好友碰头会**380w**；
- 累计发布**220+**内容，长周期、持续性扩大曝光



小红书：热梗&宣传环环相扣



微博：大V转发增加声量



打造爆文23篇+

- 利用热梗出圈及大V转发提升活动声量
- 多条爆文内容打造，吸引用户参与互动



互动量 **5k+**

互动量 **2k+**



互动量 **1k+**

互动量 **1k+**

PART TWO:跨界整合，全线发声

**线下跨界活动全国7城铺开，线上跨媒体传播
提升品牌曝光，促进消费者互动体验**



⑤ 个护清洁区-闺蜜接头点

⑥ 焕新区-好友焕新点

④ 厨电多品类区-玩友接头点

直播间-网友连线

③ 水饮展示区-水友接头点

远红外装置

① 品牌区-好友碰头处

② 厨电体验区-饭搭子接头点



全国7站线下活动执行，联动异业品牌合作，跨界“交友”



重庆

2场联合活动
定向邀约20+用户
3家门店联合宣发
触达5000+人

 乐刻运动





青岛

2000张现场打折卡
3位临促帮忙宣发
6辆滴滴车全城宣传
触达3000+人





西安

12家门店外卖宣发
62家门店LED大屏投放
50+现场品牌礼
触达120W+人

柠季 ningji





济南

21个充电桩投放
2家门店联合宣发
30个现场品牌礼
触达2000+人

NIO 蔚来





昆明

4家门店联合宣发
200+车友邀约到场
5个充电站进行曝光
触达5000+人



ZEEKR



异业联合：5个异业品牌，6场深度合作，线上社群/APP/朋友圈/小程序等精准人群触达



执行过程/媒体表现

482+ 区域社群,
596+ 店长朋友圈
30W3天乐刻会员
触达75W+人

2000+ 地区社群,
150W打车现金福利
2个区域公众号触达
200W+人

10+ 车友社群,
480+ 企业微信
2000+ 朋友圈
触达38W+人

300+ 区域社群,
30W 饮品福利
60+ 门店小程序
外卖植入
触达375W+人

178W 自媒体曝光
800+ 企业微信
13 车友社群
触达423W+人

乐刻运动

滴滴

NIO 蔚来

柠季 ningji

ZEEKR



线上社群+企微+异业自媒体矩阵曝光量：1200W+，异业政策福利实际价值为：210W

PART THREE:全网传播，引爆社媒

多维度流量端口调动品牌自有资源，资源最大化利用进行整体活动传播

微信公众号

微博头条/次条
活动信息宣传



微博

微博抽奖活动扩散传播
活动现场信息宣发



小红书

小红书各场次
活动亮点激发用户参与



苏泊尔APP

开屏/弹窗利用品牌好礼
激发用户预约



小程序

首屏广告位及banner
触达苏泊尔忠实粉丝



私域社群

200+社群资源
深度触达精准用户



活动整体营销效果

线上效果:

活动整体曝光合计3000W+, 覆盖200+品牌共同联合推广。
百度搜索指数“苏泊尔”整体同比增长20%。

线下效果:

执行覆盖7大一线城市, 参与人流14W+。
活动落地区域, 销售同比增长150%; 单店突破同比增长300%-550%, 峰值达600%。