

从中国到世界-北斗ASTROLINK S新品上市整合传播

- **品牌名称：**北斗ASTROLINK
- **所属行业：**数码电子行业
- **执行时间：**2024.06.01-11.30
- **参选类别：**数字媒体整合类

当前中国腕表现状的困局与创世代新形态腕表

- 1、当消费者提起高端腕表,认知还停留在国外品牌阶段,中国腕表在高端腕表领域没有一席之地,我们在打破成见、走出国门的道路上任重道远。
- 2、北斗ASTROLINK S集合了中瑞智慧,打造了不同于传统机械和智能的新形态手表,独立开辟了腕表新赛道,急需获取市场的认同和提升用户认知度, 树立高端腕表的标签。

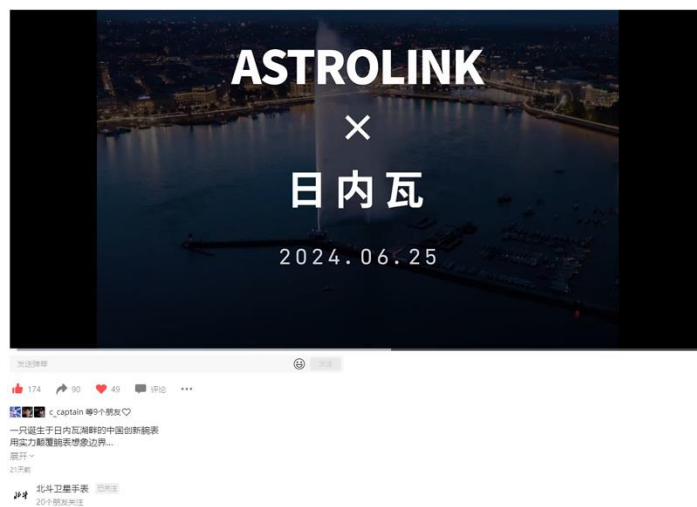


树立中国腕表行业新标杆

2024年北斗ASTROLINK S新品即将上市,作为中国创新腕表的代表,提 高市场认可度,塑造品牌高端形象认知,树立中国腕表行业新标杆,支撑品牌高溢价能力,并建立全球市场地位。



- 1、把北斗ASTROLINK 全球首店开在瑞士：树立首个在瑞士召开新品发布会的中国创新腕表品牌形象；
- 2、抓住反哺国内契机，开启品牌传播大事件：以瑞士事件为圆心，多渠道多矩阵联动讲透品牌故事与战略表达，奠定品牌高端定位，形成波纹效应分级辐射击穿消费圈层，实现口碑与销量的双丰收；
- 3、打造全球发布会向世界宣告新品登场：夯实瑞士精工与中国创新科技完美结合的品牌人设。



1、开创首个在瑞士开店的中国腕表品牌先河：「北斗ASTROLINK全球首店在瑞士启幕」

我们携手北斗ASTROLINK远渡重洋，成为首个在瑞士召开新品发布会的中国创新腕表品牌，全新ASTROLINK腕表系列悉数陈列，在海外引发轰动，吸引众多外国人排队打卡。

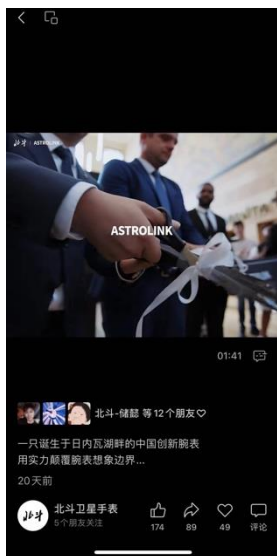
2、海外基地背书，展示品牌技术内涵与瑞士精工血液：「北斗ASTROLINK拉绍德封研发中心探访之旅」

我们团队与北斗ASTROLINK中国团队一起来到瑞士拉绍德封研发中心进行探访活动，通过海外基地的背书强调ASTROLINK袭承瑞士百年经典制表工艺，可作为品牌宣传的有力素材。



媒介策略

- 1、以瑞士事件为圆心，通过多渠道多矩阵联动讲透「一只诞生于日内瓦湖畔的中国创新腕表」的品牌故事与战略表达，奠定品牌高端定位，形成波纹效应分级辐射击穿消费圈层，实现口碑与销量的双丰收；
- 2、充分利用官方+达人素材，助力品牌长期营销；以内容生产链与分化增量投放模型，将传播素材二次剪辑传播，持续精准推流，模成ASTROLINKS新品流量销量双重引爆。



1、全网曝光量：**7439W+**;

2、全网互动量：**238W+**;

3、天猫热销腕表店铺**全站第一**；天猫腕表

新品榜**蝉联榜首1周**;

4、品牌新形态腕表的用户**认知度提升300%**;

5、品牌整体**信任度提高86%**;

6、活动期间**销售量环比提升1500%**。

