

# 春夏核心新品全域拉新，促进UGG品牌人群年轻化

- **品牌名称:** UGG
- **所属行业:** 鞋靴
- **执行时间:** 2025.04-06
- **参选类别:** 电商营销类

### 品牌生意季节性明显

优势品类雪地靴心智强

UGG 官旗10-12月生意占比**60%+**

### 品牌年轻人群占比不及市场

市场25-39岁

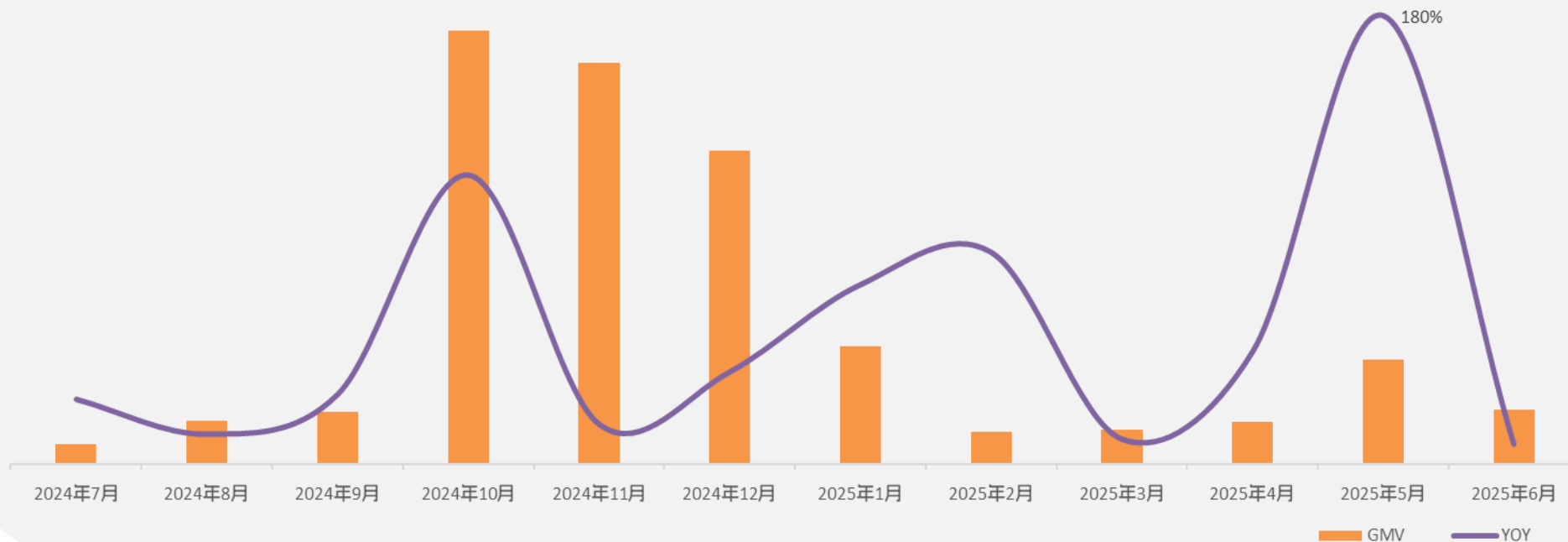
占比**60%+**

品牌30-44岁

占比**近70%**

UGG店铺近一年生意同比增长4X%，销售集中在秋冬季，雪地靴优势仍然明显

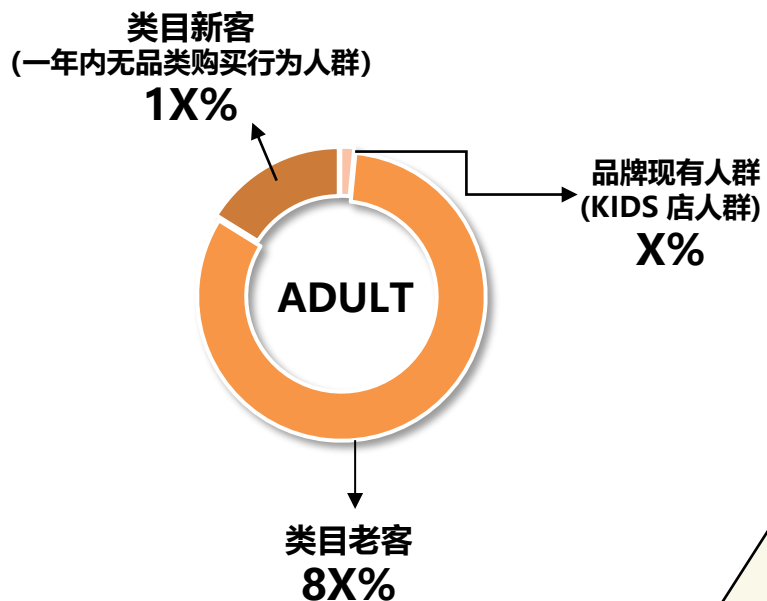
百万



## 品类人群是店铺新客的关键

## GLOW系列凉鞋凉拖，作为拉新年轻人群的核心货品

### SS24新客来源拆解



### SS25 品牌新品规划及TA



#### PINNACLE

- 时尚引领者

#25-39岁 #L5

#高阶时尚 #早期引领者 #资深白领

#### SS25 REGENERATED

- 品质一族

#30-44岁 #L4-L5

#品质生活 #精致妈妈 #小镇中年

#### 人群更年轻

#### COMMERCIAL HARDCORE

- 潮流追随者

#20-39岁 #L4-L5

#潮流人群 #先锋者 #新锐白领 #早期采用者

### 重点单品

### 人货匹配

### 购物偏好

### 核心竞品

### 营销推广



GOLDENGLOW



#30-44岁 (7X%) #L4-L5

#资深白领、精致妈妈、新锐白领

#高阶时尚、品质生活 #先锋者、早期采用者

#休闲风格



智能设备  
TGI:450



运动瑜伽  
TGI:400



宠物用品  
TGI:350

BELLE  
STAGGATO  
CROCS  
73Hours  
TATA  
SMFK

站外拉新  
UD  
小黑盒  
小红星



GOLDENGLOW SLIDE



#25-39岁 (7X%) #L5

#资深白领、精致妈妈、新锐白领、小镇青年、GENZ

#高阶时尚、潮流人群 #先锋者、早期采用者

#街头制燥



饰品首饰  
TGI:500



香水彩妆  
TGI:500



零食坚果  
TGI:260

BIRKENSTOCK  
BELLE  
STAGGATO  
GGCC

站内精细化运营  
特秀  
一搜即现  
TOPSHOW  
关键词推广  
人群推广

### 品牌生意季节性明显

### 品牌年轻人群占比不及市场

痛点

优势品类雪地靴心智强  
UGG 官旗10-12月生意占比**60%+**

市场25-39岁 占比**60%+**  
品牌30-44岁 占比**近70%**

应对

#### 推新品

4月上新两款春夏新品，618作为主推

#### 加预算

大幅加码618整体预算 (YOY+1xx%)

策略  
&  
目标

4月新品上市与618联动

全域撬动更多流量，赢取更多年轻人群的同时，带动品牌生意增长



UD开屏大曝光，4月新品日+618全周期覆盖

### 目标人群

聚焦18-39岁,中高消费力,女性  
高阶时尚、潮流人群

#### 品类新老-6X%

- 竞品人群
- 竞店人群
- 春夏女鞋类目潜老客
- 香水/彩妆/零食/饰品等  
跨品类人群
- 大促心智人群

#### 品牌-3X%

- 品牌高价值人群

### APP选择

TA高浓度，生活场景高相关  
视听 | 拍照类型APP

视听



拍照



### 4套明星素材

开机大图&摇一摇互动，持续投放



窦靖童



HANA

### 落地官旗和PDP



# 新品强势曝光：站内积极尝试新工具，探索流量增长机会点，引爆大曝光程/媒体表现



## 首次投放

### TOPSHOW

形式：一键加购

开屏曝光，一键加购，  
直达私域新品PDP



人群定向

品牌人群

竞店

女鞋类目人群

跨品类人群

新品正式售卖期：4.7-4.14, 618续投：5.13-6.3

精准定向：全链路人群触达

### 一搜即现

特秀系列

实时追击品牌和品类核心关键词搜索  
人群，及时拦截曝光



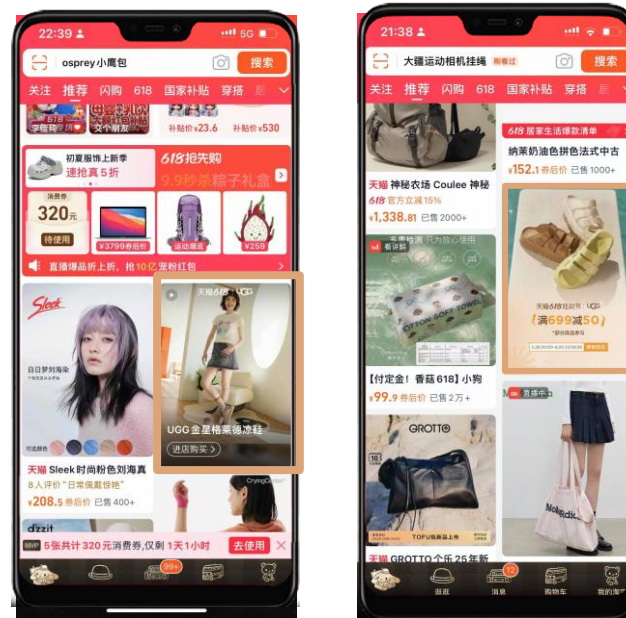
5.13-6.20 全周期持续推广

核心关键词的搜索人群



### 特秀

多点位曝光跨品类和竞品人群



新品上市预热：4.1-4.14; 618续投：5.13-6.14

主投跨品类和竞品人群 (60%+)





### 站外-小红书种草

#### 品牌官方账号 + KOL 差异化种草引流站内

UGG企业号发布新品笔记



时尚博主，穿搭博主种草推荐



### 站内-超头直播高效促转化

#### 淘宝直播

头部KOL直播转化



李佳琦  
5.14  
5.29

### 站内外曝光人群回流

UD品牌  
支付宝  
小红书

特秀  
TOPSHOW  
KOL直播  
小黑盒



### 站内二次触达，加速收割

品牌特秀  
二次触达

万相台  
人群推广



### 核心品 预算TOP2商品

• 预算占比31%



W  
GoldenGlow



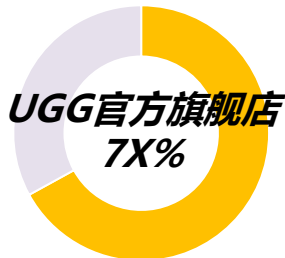
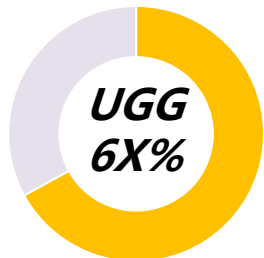
W  
GoldenGlow  
Slide



### 1) 重点关注核心品牌词

#### 核心品牌词付费触达率 (近60天)

\*渠道：直通车、万相台、多目标直投



### 2) 人群调优



<b>O - 3X%</b>
女凉竞品人群 女拖竞品人群 近30天浏览凉拖竞品人群 GOLDENGLow_SLIDE策略人群 GOLDENGLow策略人群
<b>A I - 2X%</b>
达播浏览未购高价值人群 小黑盒小红星retargeting 618支付宝人群retargeting
<b>人群超市 (黑盒) -3X%</b>
店铺核心成交人群 品牌摇摆提前争夺人群包 同类目摇摆人群

#### • 白盒人群调优

- 1、针对2双核心单品针对性圈选策高消费力策略人群；结合人群趋势，增加竞品人群拉新；
- 2、站内承接商业化人群促进流转，达播、小红星、支付宝再触达；

#### • 黑盒提效

人群超市：智能人群包提效，侧重店铺老客和竞品潜客

### 2) 短视频提效

• 多场景短视频持续测试优化



## 品牌人群资产快速增长

UGG新增AIPL 6000W+  
YOY+2XX%

站内外大曝光为品牌带来  
4600W+新增AI

## 店铺拉新及年轻化效果明显

618新客量级 YOY 1X%

其中品类新客贡献是去年同期2倍

18-34岁人群 YOY+1X%