

# 快乐提前出发：屈臣氏的假期心智占位战

- **品牌名称：**屈臣氏
- **所属行业：**化妆品零售
- **执行时间：**2025.09.01-10.10
- **参选类别：**场景营销类

## 背景&挑战

国庆长假形成的“出行季”，是零售与美妆个护行业的关键营销战场。

消费者在此期间集中采购旅行用品、个护美妆产品，市场需求旺盛，但竞争也异常激烈。

屈臣氏虽拥有覆盖美妆、健康、旅行用品的完整能力，却需要一个理由，

让消费者在海量选择与同质化竞争中，在“出发前”就想到它、走进它。



## 项目目标

# 1 节点突围

打破常规促销模式，在出行消费高峰建立「出行前逛屈臣氏」独特的品牌声量，抢占消费者心智



# 2 心智深化

超越“购物渠道”的单一认知，将屈臣氏塑造成“快乐旅行的起点”与出行前准备的灵感来源



# 3 转化闭环

有效提升消费者到店意愿及对品牌的喜爱度与粘性，尤其触达18-29岁的年轻核心客群



用户洞察

旅途的快乐，不在出发那一刻  
而是从 **准备的时候** 就开始了



聚焦假期前准备场景  
放大出行的期待感  
**让准备本身  
成为快乐出行的第一站**

策略核心



敏锐抓住“出发前的准备最快乐”这一情绪高点，将营销节点从“出行期间”提前至“出行准备期”

沟通主题



将品牌与“为出行做准备的快乐”深度绑定，打造一场为期一个半月的、全程陪伴式内容盛宴

场景聚焦



具体化“准备期”场景，全程涵盖旅行中小样、旅途即时补货、节后修复等出行需求，提供一站式解决方案

## Key Actions

### 核心创意引爆

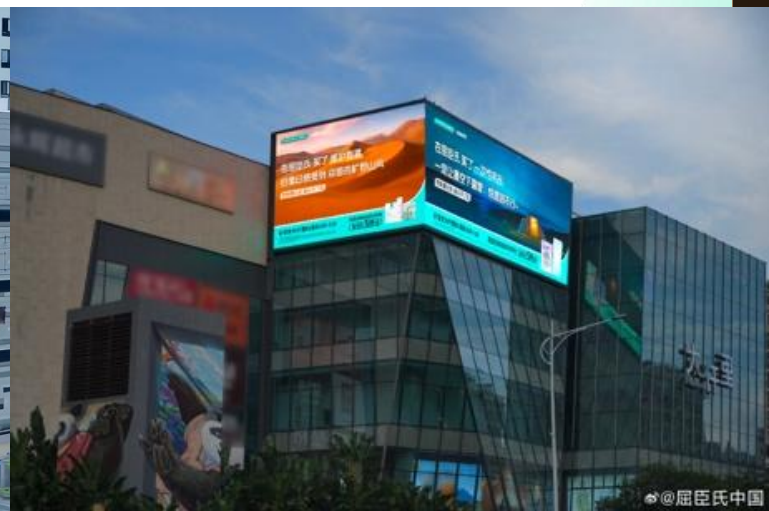
核心商圈投放“放飞广告牌”创意大屏，率先唤醒消费者的出行期待

### 精细化内容运作

聚焦“出行准备的快乐”，持续提供全程陪伴的情绪价值

### 多渠道体验融合

构建“最后一公里”的消费闭环，直接提供一站式解决方案



Key action 1: 核心创意引爆

# “提前放飞”系列创意事件 唤醒出行期待

线下

在国庆放假前夕，巧用AI技术，让城市核心商圈的户外大屏“原地飞走”，动态呈现**“想出去玩的心已经提前起飞了”**

屈臣氏将抽象的“期待感”具像化，唤醒消费者**在准备期间就感觉快乐**的强烈情感共鸣，极大提升了品牌的辨识度和传播度



线上

在社媒平台，屈臣氏同样通过“放飞写字楼”系列AI视频，巧妙激活用户“等待放假”这一最具集体共鸣的情绪场景

屈臣氏借助抽象趣味性表达，让每一次互动都成为“出行前”情绪预热的一部分，真正替消费者说出心声：**出行的快乐，从准备期就已开始了**



## Key action 2: 精细化内容运作

# 全平台玩梗共创 持续共鸣准备期的快乐

### 玩梗放大出行快乐

通过**猫meme**、**P人出行**、**放假前的精神状态**等网感内容，玩梗各种出行场景，让等待放假的集体情绪发酵为可分享的快乐



### 干货教程场景化种草

侧重推出出行前护肤护发、出游妆跟练等**干货教程**，将行前准备拆解为实用技巧，提供解决方案的同时，共鸣消费者为变美做准备快乐



### 全域协同渗透

跨界合作超级课程表、滴滴打车等APP，让为出行做准备的愉快心情，提前融入大学生与白领两大核心群体的生活节奏，渗透TA心智



### Key action 3: 多渠道体验融合

## “最后一公里” 导流门店 落地准备期的快乐

聚焦消费者决策链路的“最后一公里”：核心商圈与购物中心，投放系列产品大屏海报——

“在屈臣氏 买了户外防晒 仿佛已经看到了沙滩大海”  
“在屈臣氏 买了秋日彩妆 就像古镇落日洒在脸上”

.....

通过充满共鸣的文案，把消费者对出行目的地的美好想象和准备过程的快乐，直接关联到屈臣氏的实际消费，激发即时消费需求



## 项目成果

## 商业效果

- 品牌辨识度提升：后测数据显示，独特的“放飞广告牌”创意大屏，有效助力品牌曝光与辨识度的大幅提升
- 消费者认可度高：调研反馈，本次 campaign 内容的独特性、喜爱度、品牌关联度、吸引到店意愿等各维度均获得消费者积极评价，整体内容获得广泛认可
- 核心人群渗透加深：在屈臣氏会员及18-29岁年轻人群中，本次活动带来的品牌认知率高于去年均值，成功强化了目标客群中的影响力与粘性
- 消费意愿激发：项目有效刺激了消费者的到店意愿，成功将“出行准备的快乐”转化为对屈臣氏产品与服务的具体需求，为销售转化奠定了坚实基础

## 传播效果

- 微博平台：项目核心话题累计获得超9000万的阅读量，互动量超70.4万。档期内发布的博文多项数据远超其他档期Campaign均值
- 小红书平台：档期内多篇笔记数据显著高于档期内其他常规内容。其中猫meme视频等内容成为小爆款，单篇曝光量超10万，互动量破600
- 视频传播：“放飞大屏”“放飞写字楼”系列视频，全网播放量超100万，总互动量超3000+，实现了品牌声量的有效传播