

天虹数科



天虹

- **所属行业：**零售商贸
- **参选类别：**数字营销最具创新精神品牌

天虹数科商业股份有限公司的品牌市场定位、目标人群、行业地位及近1-2年发展状况概括如下：

一、品牌定位与目标人群

天虹数科致力于成为“全国领先的数智企业”，核心围绕零售主业进行深度数字化与智能化升级。品牌以“创造分享生活之美”为核心价值，旗下拥有“天虹”、“君尚”、“sp@ce”三大品牌。目标顾客以家庭客群为主，聚焦追求品质生活、注重情感化与体验式消费的中产家庭及年轻消费者。

二、核心业态与行业地位

公司成立于1984年，是国有控股上市公司（股票代码：002419），已连续多年入围中国连锁百强企业。主营业务涵盖百货、购物中心、超市三大业态，通过线上线下融合的数字化、体验式新零售模式运营。在行业内率先转型，数字化已实现全门店覆盖，形成“到店+到家”的融合零售模式，成为科技零售的领先者。

三、近1-2年发展状况

2026年公司先后收到深圳市商务局及南山区人民政府发来的感谢信，对公司的贡献给予肯定。市商务局对在促进消费升级、配合商圈数据监测等方面发挥的积极作用给予肯定。南山区委区政府则感谢公司坚守南山热土、深耕主业，成为区域高质量发展的重要伙伴，共同见证南山GDP突破万亿、荣获“中国百强区九连冠”等成就

1.战略升级：2026年明确“十五五”规划，聚焦AI驱动的数智科技转型，重点培育“灵智百灵鸟AI大模型”智慧零售解决方案及“小活儿”智能用工平台，构建新增长引擎。

2.经营策略：聚焦战略机会、核心能力、顾客价值，推动百货向社区生活中心转型、超市sp@ce3.0升级。

3.品质与供应链：2026年1月获深圳市“农产品质量分级示范企业”等三大授牌，品控体系获官方认可。持续整合全球供应链，发展自有品牌及“千万级、亿元级战略大单品”。

4.业绩表现：2025年营业收入115.59亿元

- 品牌在数字营销领域的创新性表现及突出成绩（仅参选“数字营销最具创新精神品牌”奖项填写）。

1、本次数字营销案例以“科技拥抱温暖年味”为主线，巧妙融合了两种截然不同的“流量”：一是来自云南、凭借极致真诚风靡全网的现象级男团“蹦山咔拉咔”所带来的文化热度；二是众擎机器人所代表的、处于国家战略前沿的具身智能科技高度，三是结合人民群众高频消费的天虹门店消费场景，传递传统春节文化和节日的烟火气。在本次打造的春节创意内容中，“蹦山咔拉咔”成员与众擎的通用智能机器人PM01同框互动，共同演绎年货采购新场景。传统年俗与未来科技、乡土情怀与赛博体验，在这种充满戏剧张力的碰撞中，产生了奇妙的化学反应，为消费者呈现了一个既熟悉又新奇的“未来新年”图景。以“山海科技年货”为主题打造创新营销。人形机器人化身“一日店长”和“直播福利官”，通过创意短视频展现智能导购能力，并空降直播间与消费者实时互动，将前沿科技融入传统年俗。此次跨界合作成效显著，直播累计GMV突破500万，抖音直播间单小时曝光量从数万增长至超百万，放大逾20倍，验证了人机协同在零售场景下的商业势能。

2、本次数字营销案例响应了拓展机器人应用场景的号召，为实体商业数字化转型树立新标杆，共同探索的远不止于卖场内的导购，更是关于如何用最具有想象力的技术，重塑人与人、人与货、人与场、人与赛博科技的关系，共同探索下一代商业体验的未来。未来，公司将继续携手顶尖科技伙伴持续探索，共同书写智慧零售的无限可能。

春节跨界数字营销案例：跨界联动+科技创新破圈，成功打造品牌春节热点

一、项目背景与核心洞察

在年味逐渐同质化的当下，单纯的拜年视频或传统的促销广告已难以打动用户。为了打破常规，本次春节敏锐捕捉到两大趋势：

- 1、科技民俗化：大众对硬核科技（如机器人）的好奇心日益增长，但缺少情感连接点。
- 2、民俗年轻化：传统春节宣传需要新的载体来触达Z世代。

二、核心策略与创意

1、跨界对象选择：极致反差下的契合

众擎机器人——象征“智慧零售”的未来形态，具备强视觉冲击力和话题性。

@云南蹦山咔拉咔——原生、热情、极具生命力的民族创作者，代表着最质朴的人间烟火气。

二者碰撞出“科技向善，温暖助兴”的春节氛围。

2、内容共创：从“植入”到“共生”，从线上内容到直播闭环

创意视频——摒弃生硬的广告植入，策划了《云南蹦山咔啦男团+众擎机器人店长》春节年货创意短片。既保留了科技感，又融入了传统春节烟火气的红火热闹。

创新直播：打造天虹“赛博科技年货节”直播间。联动众擎机器人作为“一日店长主播”与真人互动，不仅展示产品，更通过“舞蹈表演”互动抽奖等趣味环节，调动直播间热度。

三、执行亮点与成果表现：营销效果与生意增长的双重突破

跨界合作视频全网总曝光4500w+（超目标226%），总互动5.7w；共创视频被收录抖音热点获千万级流量，机器人联动抖音单日直播GMV突破533万。同时共创事件获中国新闻周刊等官媒报道，塑造科技零售新口碑。

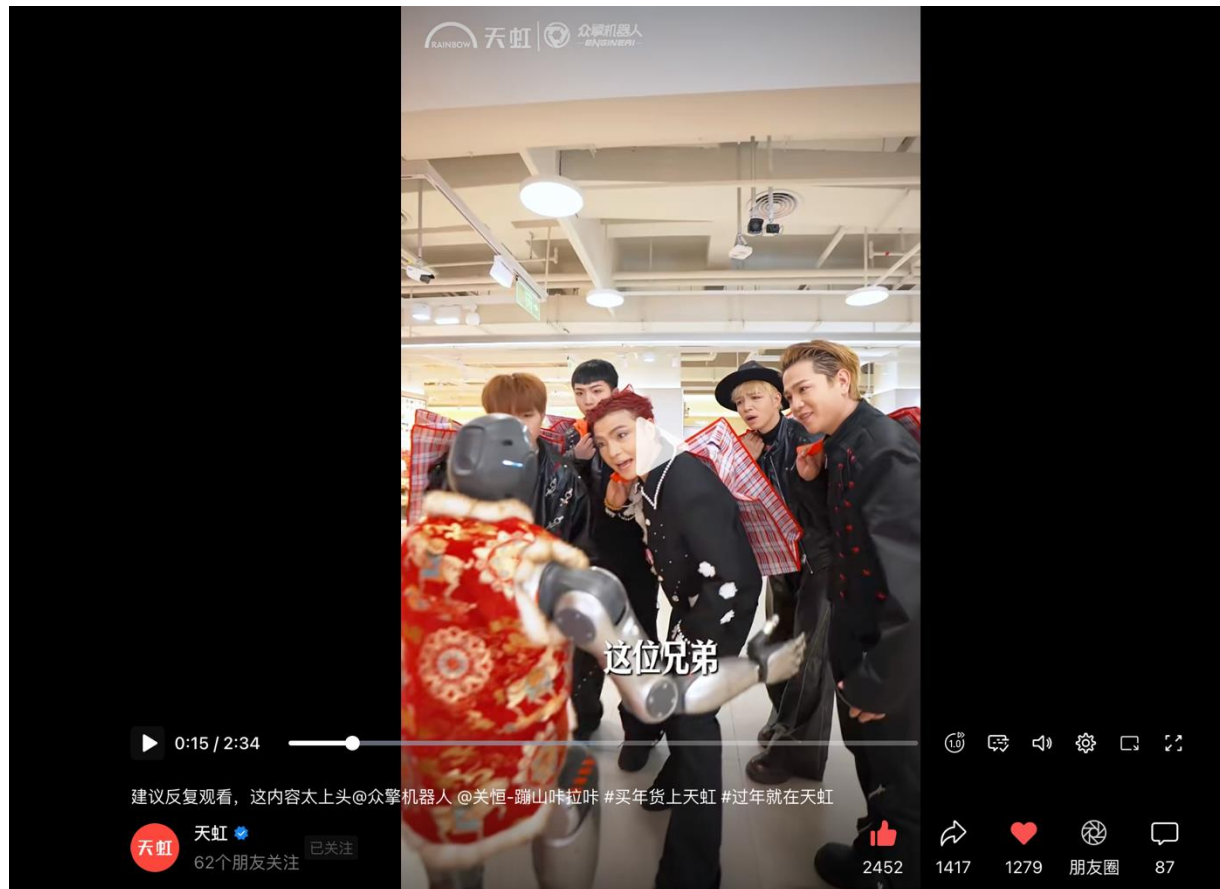
春节跨界数字营销案例：跨界联动+科技创新破圈，成功打造品牌春节热点

案例相关素材：



春节跨界数字营销案例：跨界联动+科技创新破圈，成功打造品牌春节热点

案例相关素材：天虹视频号视频及小红书链接：<http://xhslink.com/o/AA5PkkQOEGp>



春节跨界数字营销案例：跨界联动+科技创新破圈，成功打造品牌春节热点

案例相关素材：

