



Top
Mobile
Awards

上海滩爱上上海滩

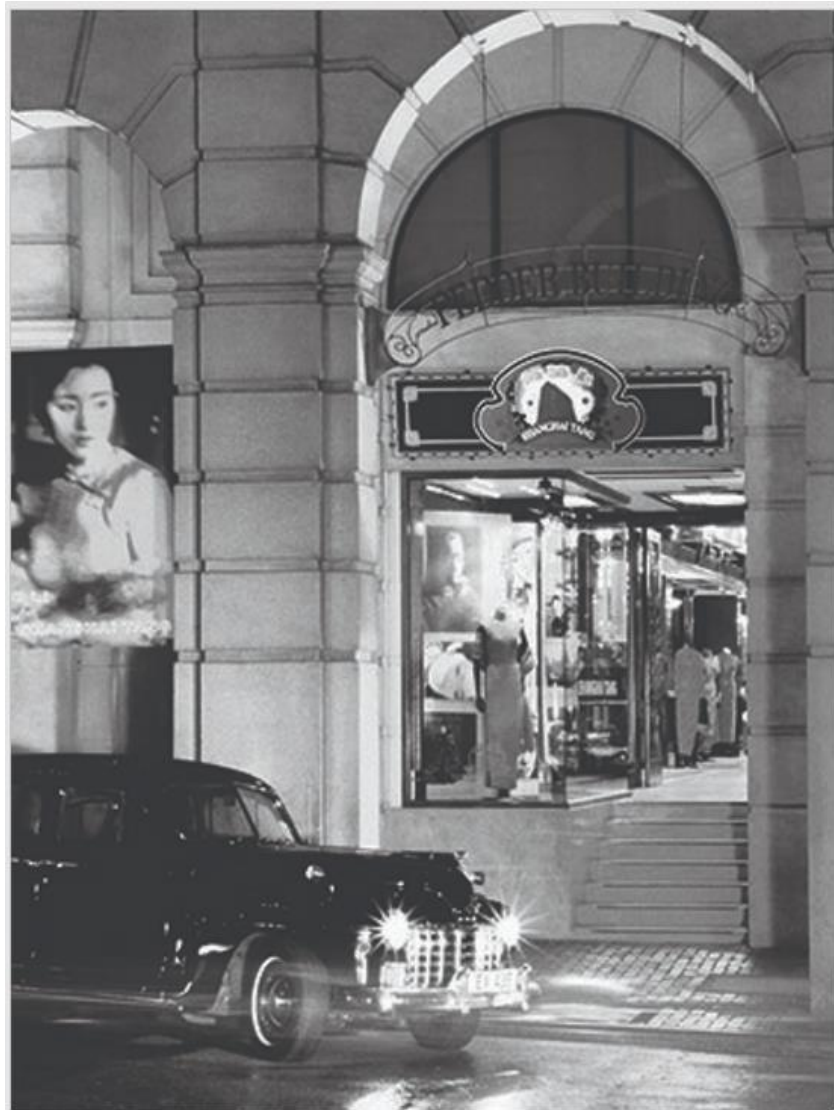
品牌名称：上海滩

所属行业：奢侈品行业

执行时间：2021.06.23-07.11

参选类别：效果类-品牌传播





SHANGHAI TANG

上海滩

SHANGHAI TANG
LOVE SHANGHAI TANG

上海滩爱上上海滩

KeepAD
June 2021

- **背景和目标:**

上海滩创立于1994年，是中国知名奢侈品牌。一直以来，上海滩在弘扬和塑造中国当代文化艺术的道路上不断前行。2020年，品牌推出全新的简约年轻的设计风格，并与KeepAD合作在青年消费者中进行一系列营销推广活动让我们的上海滩品牌活力重现。

- **第一阶段想要实现的目标:**

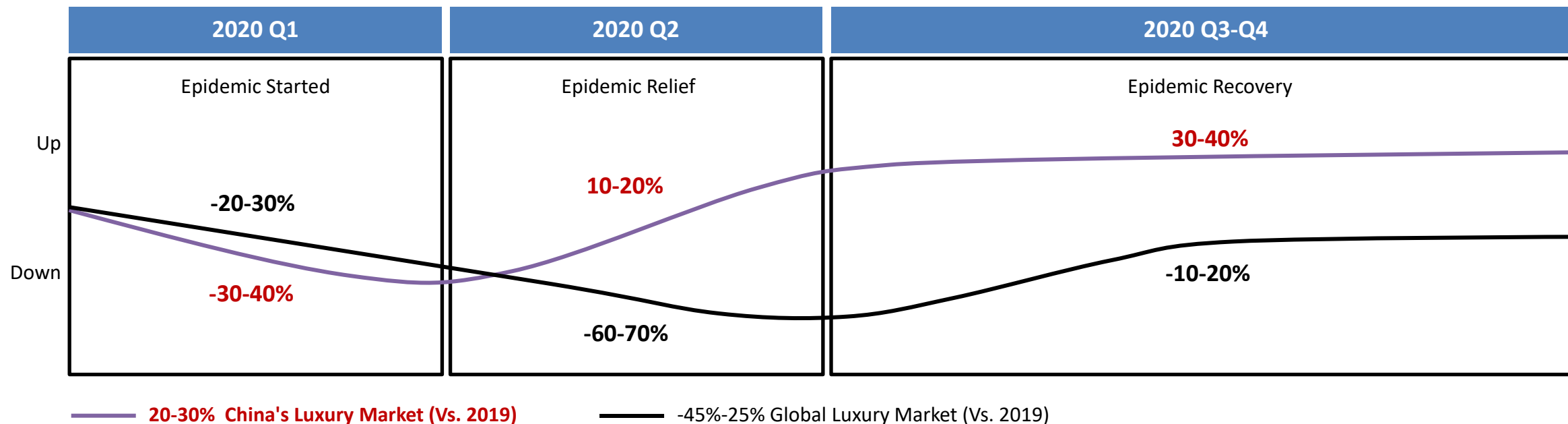
在青年消费者中建立营销阵地，捕获消费者成为上海滩品牌的粉丝，为后续的数据库营销做持续营销的准备。

- **目前面临的挑战和困境是什么:**

年轻人知道有上海滩这个品牌的人较少，知道上海滩品牌的消费者已是前辈们。

2020年 奢侈品行业市场洞察

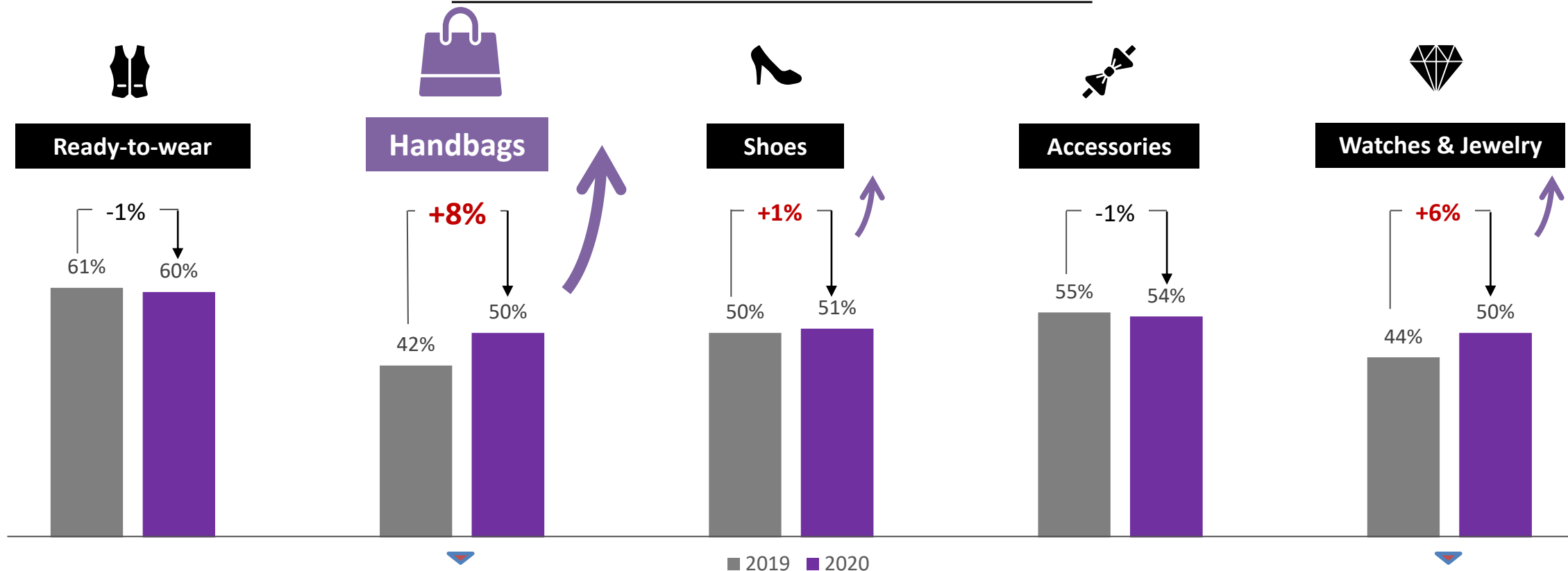
受疫情影响，中国奢侈品市场仍保持快速增长



- 疫情对全球奢侈品市场产生了影响**
 贝恩公司估计，2020年全球奢侈品市场的增长率将为-45%至-25%
- 中国继续推动奢侈品市场**
- 中国奢侈品市场率先复苏，2020年的年增长率为20%-30%。中国消费者将巩固其作为奢侈品行业关键驱动力的地位

2020年奢侈品品类消费洞察

消费者倾向于保守，购买经典和入门级产品

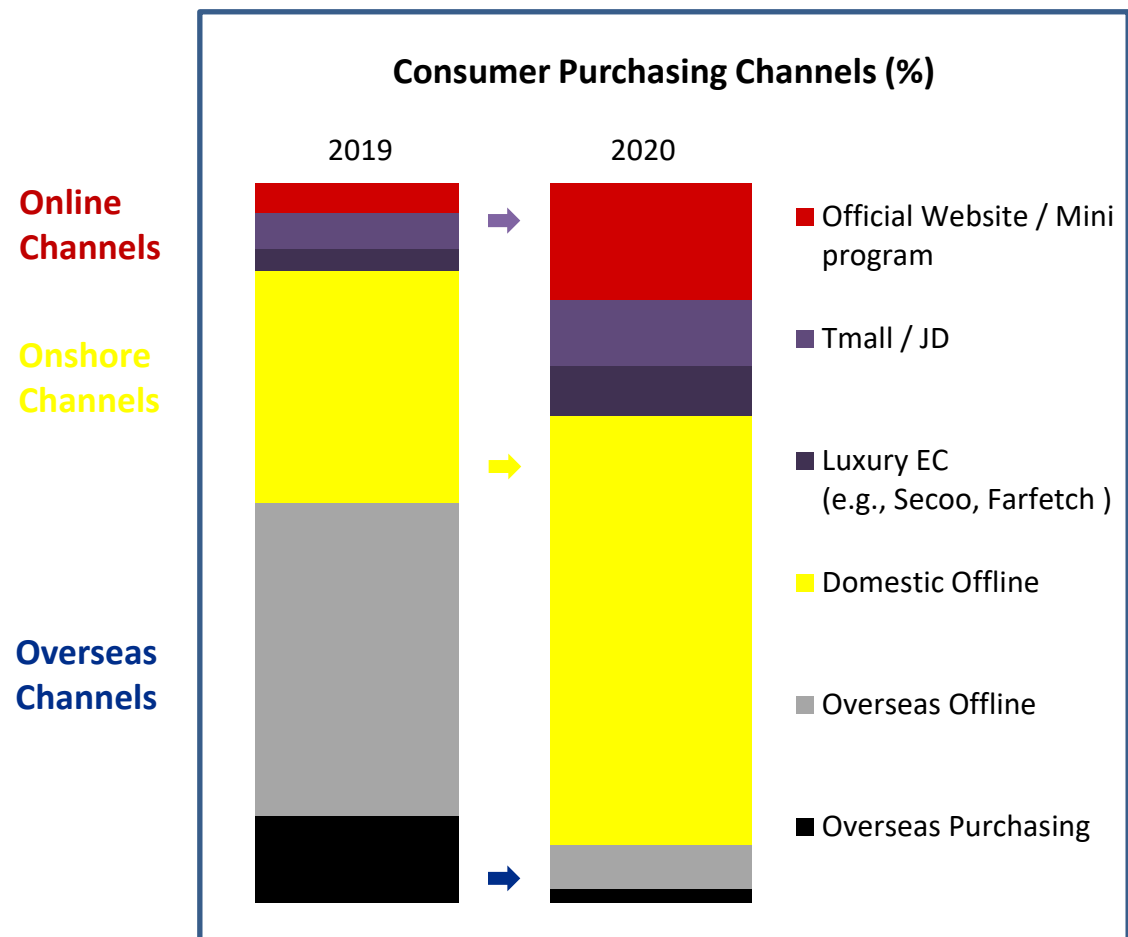


疫情对消费者的收入预期产生了影响。因此，他们更有可能购买波动性较小的产品，如经典手袋

消费者更喜欢购买具有良好保值性的入门级产品

2020年奢侈品销售渠道分析

本地化和在线转型加快



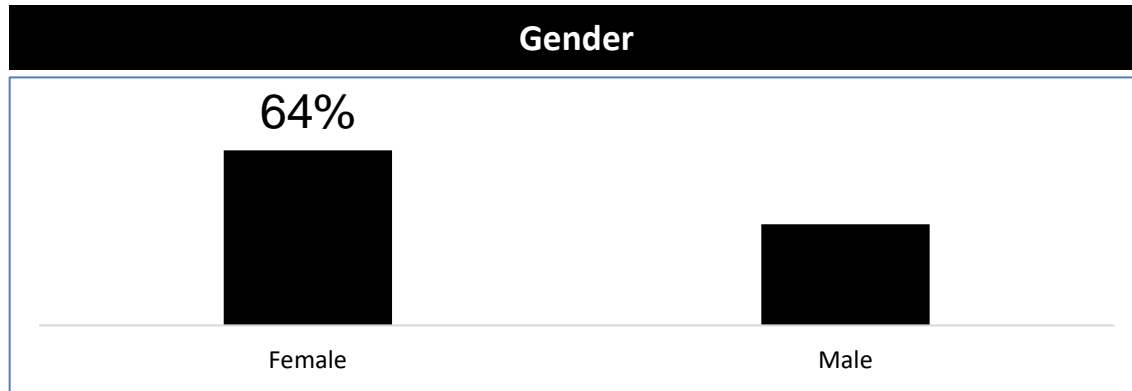
疫情下电子商务加速发展

- 在线渠道份额从12%增加到33%
- 20世纪上半年，线下零售业出现了重大中断奢侈品品牌，疫情原因加速线上渠道建设

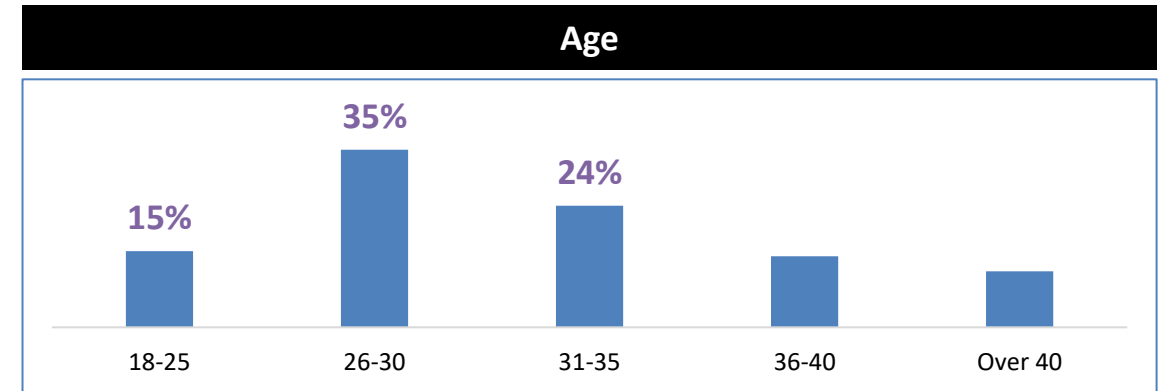
疫情国内控制的好，消费回流

- 国内线下渠道份额从32%增至59%
- 中国消费者的购买转向了在岸渠道，而不是海外购物
- 中国奢侈品消费者的补偿消费推动了国内线下奢侈品商店的销售

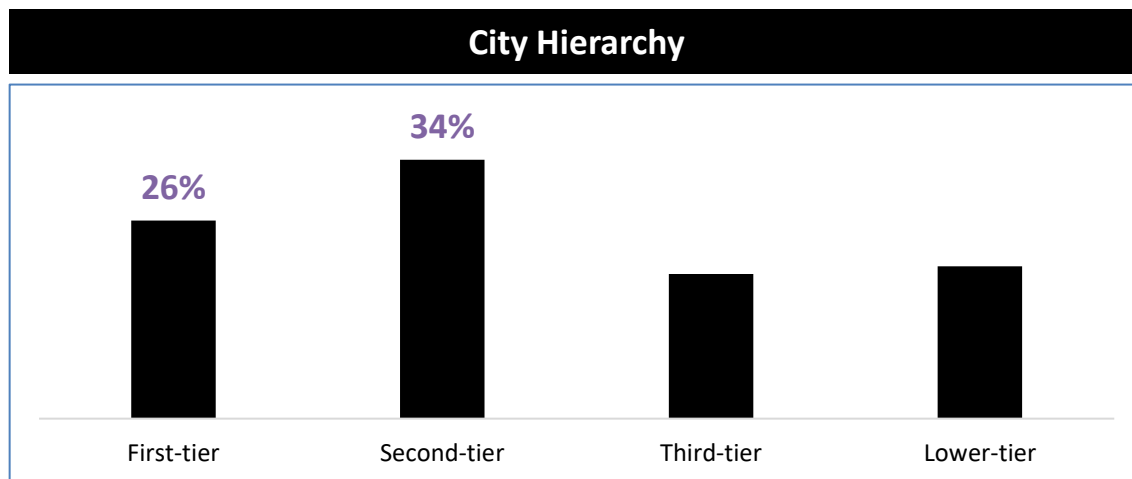
中国的奢侈品消费者主要是都市女性，尤其是时尚的白领



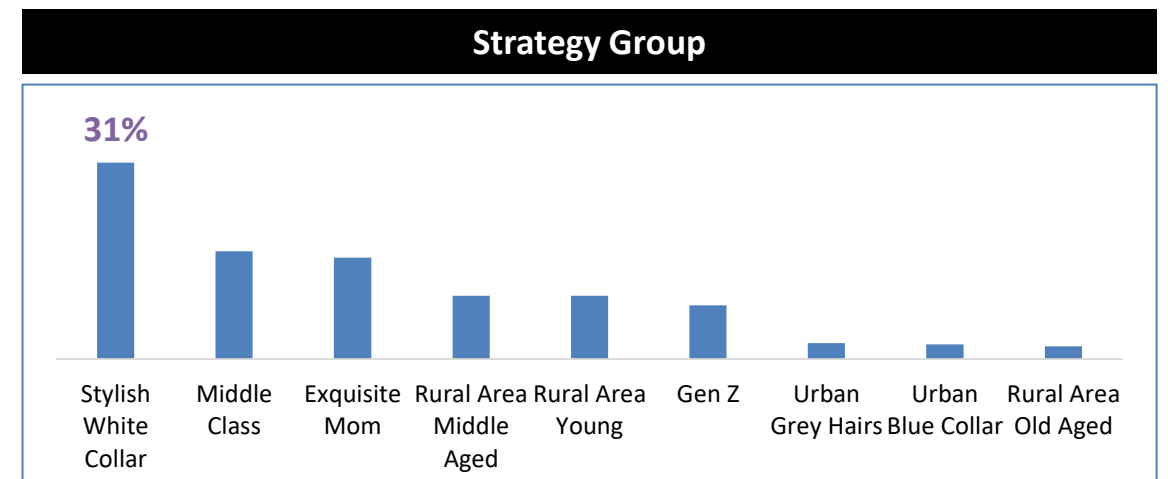
64% are female



74% aged under 35



60% live in first & second tier cities



31% are stylish white collars

三大核心消费群体特征



Elegant Office Ladies



Married With Kids

25-35 Years Old

Quality Life

First & Second Tier City

Higher Educated



Chic & Lux-lover Ladies



First & Second Tier City

Fashion Lover

25-35 Years Old

Trendy

Shopaholic

Euramerican Style



Chinese Chic Lovers



KOL Followers Retro Style

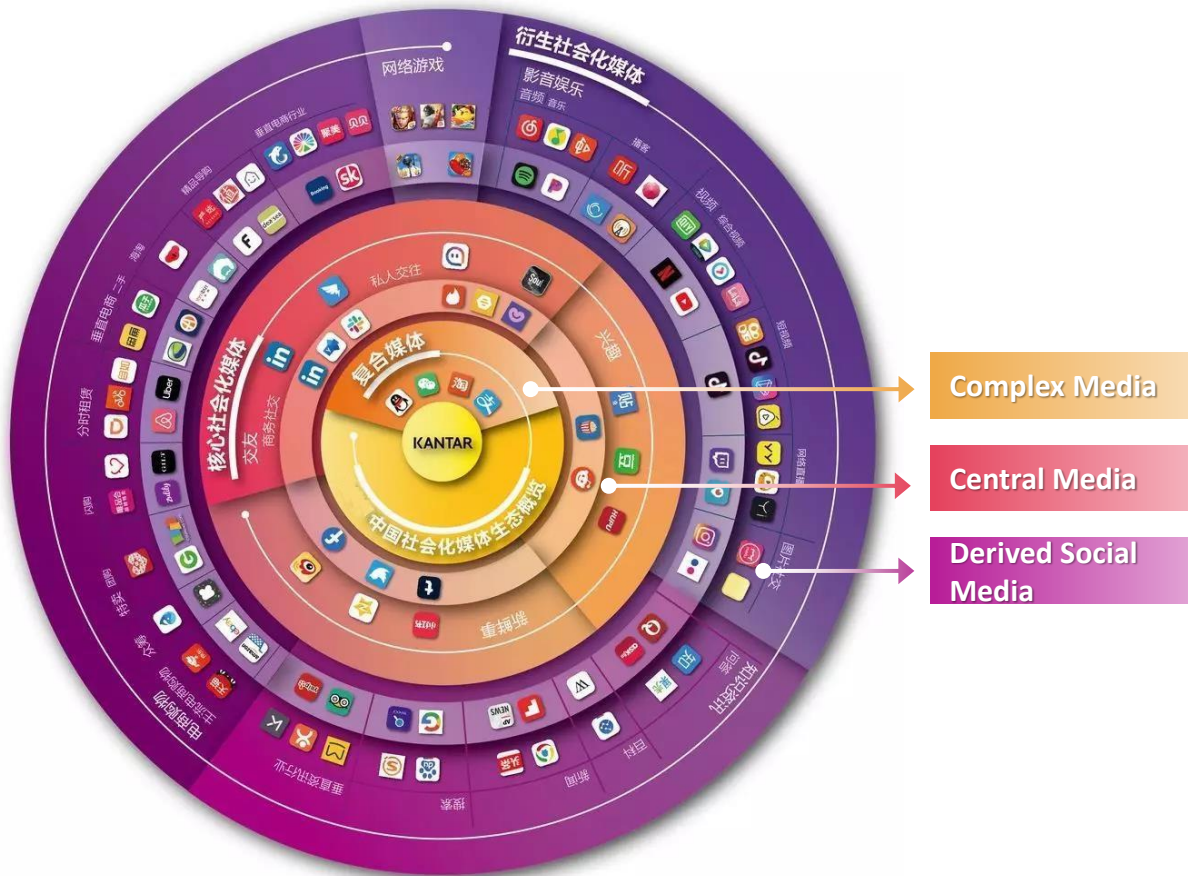
IP Fans

Gen Z

Co-branding lovers

Nation Identity

目标人群使用的主流数字媒体分析



Complex Media Top 4

The platform has search, communication, entertainment, games, shopping and social functions, and the total number of users is greater than 500 million



Central Media Top 5

Focusing on relationship, promote more user interactive content with strong relationship and strong connection



Derived Social Media Top 5

Focusing on content, users can get interesting information from content creators



媒介目标

- ① 影响核心消费人群
- ② 转化行业消费人群
- ③ 触动青年潜在消费人群



媒体策略

契合媒体消费碎片化习惯，使用交叉覆盖策略

- ✓ 聚焦核心媒体平台，在微信、小红书、百度上搭建传播矩阵
- ✓ 使用媒体采购和IWOM的组合来增加曝光量，从而给用户留下深刻印象，并在他们的头脑中建立稳固的品牌形象
- ✓ 在活动期间不断增加曝光量，在重要的一天引发爆炸，并通过持续不断的营销方法继续加强品牌形象

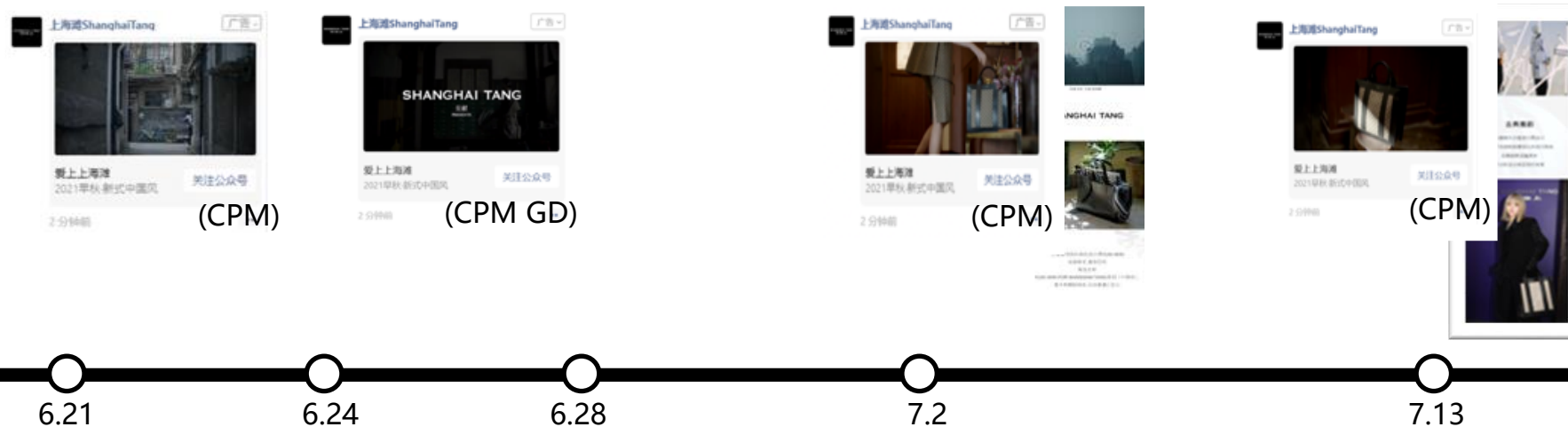
上海滩 | 微信媒介采买

微信朋友圈广告专注于品牌曝光，将线上观众引向线下店面

总曝光
20,000,000



朋友圈
广告



公众号
Banner广告



上海滩 | 小红书媒介采买+口碑营销

媒介采买

总曝光

15,408,926



开屏广告



信息流广告(千人曝光计费&点击量计费)



热搜广告

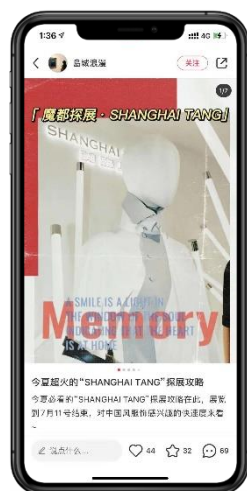


话题页

口碑营销

总曝光

467,947



UGC



SEO



上海滩 | 百度媒介采买+口碑营销

媒介采买

品牌&品牌产品词

(关键词: 上海滩, ShanghaiTang, 上海滩品牌, 上海滩旗袍, shanghai tang.....)



通用词

(关键词: 旗袍, 唐装, 旗袍哪个品牌好, 中国奢侈品品牌, 旗袍品牌排行榜, 长衫)



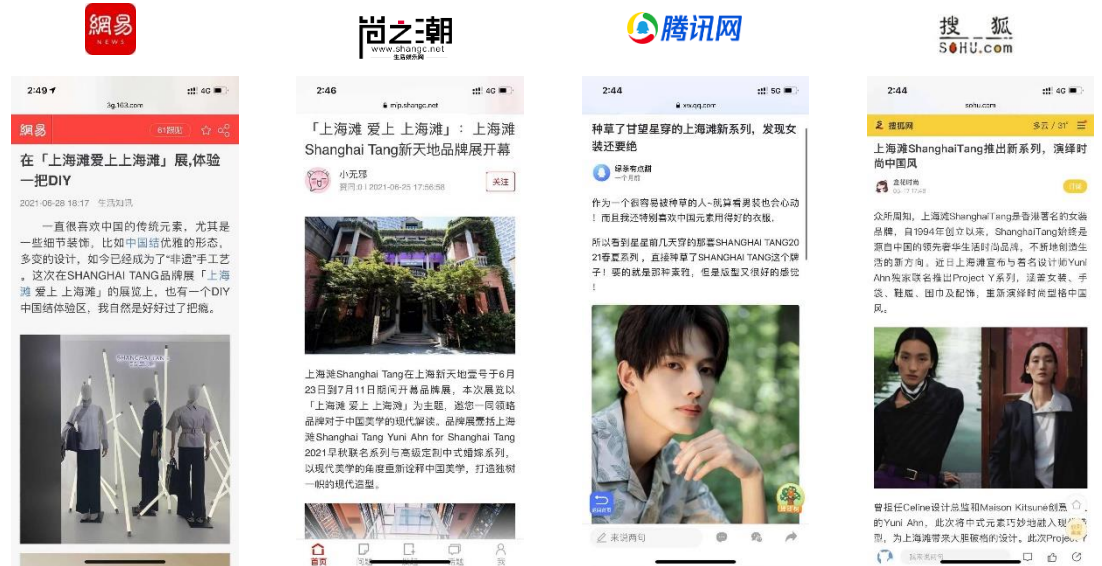
总曝光: **209,625**

口碑营销

品牌&品牌产品词

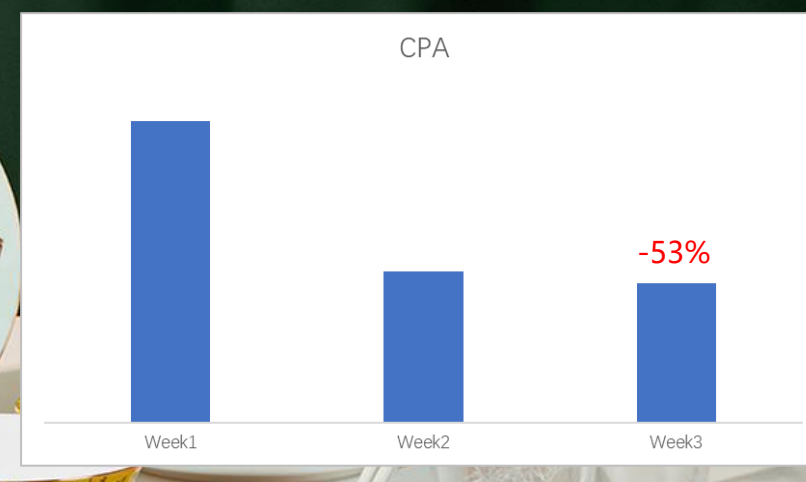
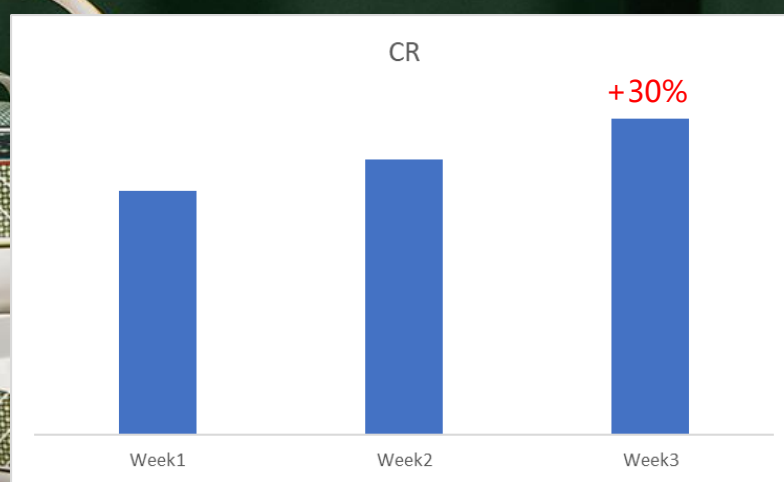
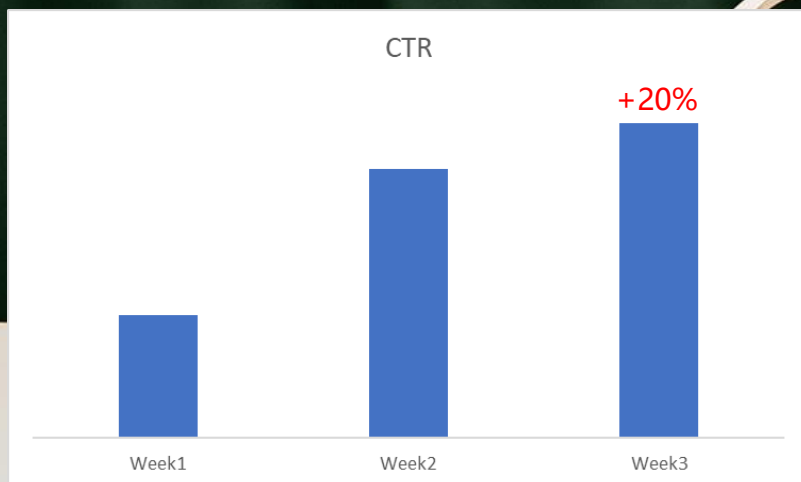
(关键词: 上海滩, shanghaitang, 上海滩服装怎么样, 上海滩新品.....)

海量媒体平台露出



总曝光: **8,143,736**

KeepAD公司设立专门的品牌服务小组，在执行过程中关注指标：CTR，CR，CPA的数据，根据锁定的目标消费人群数据反馈，做出优化与调整，保证了客户预期的广告效果。





推广方式和表现

在中国最大的社交平台吸引更多的用户关注品牌。



微信媒介采买
曝光率和粉丝量提升

微信粉丝量 **+45%**

微信指数 **+3487%**

在中国最大的生活方式社区散播内容以获得更多的目标用户。



小红书媒介采买
曝光率和粉丝量提升

小红书口碑营销
品牌声誉和产品偏好

小红书粉丝量
+165%

在中国最主流的搜索引擎触及用户的搜索行为。



百度媒介采买
曝光率和粉丝量提升

百度口碑营销
品牌声誉和产品偏好

百度指数
+188%

媒体反馈



Dear 恺朋的小伙伴~

我们很荣幸有机会为中国知名的奢侈品牌【上海滩】提供服务，我们在接到恺朋广告公司在专业的内容策划和媒体指标上给我们有明确的要求，这使得我们合作有清晰的目标，为客户在小红书平台推荐了合适的资源来达到推广目标。

通过我们的努力超额完成即定指标，在此感谢【上海滩】品牌方和恺朋广告同行的信任与支持！也预祝恺朋和上海滩本次与小红书合作的项目获得奖项！

大迪

小红书品牌业务部



Dear All

很高兴此次能够接到恺朋小伙伴及上海滩品牌投放微信的合作需求，我们很荣幸有机会为中国知名的奢侈品牌【上海滩】提供服务。微信作为用户首要社交阵地，值得品牌的高度重视。恺朋广告在此次项目中帮助上海滩在微信朋友圈以及公众号上的投放,深度挖掘了品牌的目标人群，通过我们的努力超额完成即定指标，在此感谢【上海滩】品牌方和恺朋广告同行的信任与支持！祝取得佳绩！

Eric Wang

微信代理商-Ecore