

谷爱凌×波司登，共鉴轻薄羽的时尚高光

- **品牌名称：**波司登
- **所属行业：**鞋服运动/配饰
- **执行时间：**2023.09.23-10.10
- **参选类别：**大事件营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

https://v.youku.com/v_show/id_XNjM3NzU1ODAwOA==.html

时隔三年，波司登再次征战米兰时装秀，并开启今年第一场轻薄羽绒服战役，

希望借平台实现声量、认知、产品、行业向营销效果最大化。

传播目标



声量向

撬动关注
聚焦声量

认知向

传递轻薄
羽绒认知

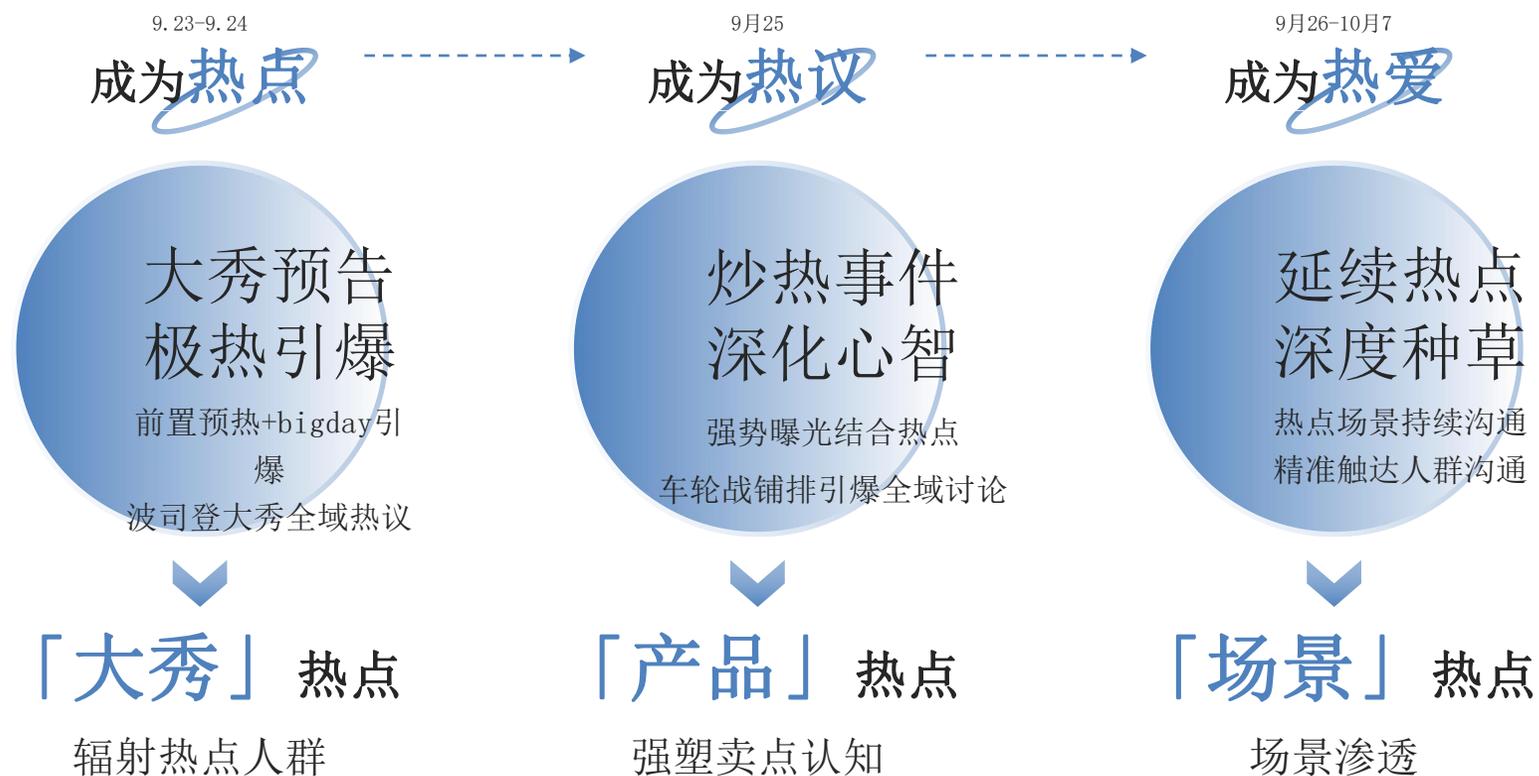
产品向

种草品牌
时尚单品

行业向

重新定义
行业高峰

借热点，造事件，波司登全周期爆点流量绑定，品牌+明星+产品+行业
热点持续在场，让波司登轻薄羽从热点到热议到热爱



执行亮点

01 用足明星热点



谷爱凌中国品牌首秀，全周期明星热点运维、精细化沟通，由明星热点聚焦至品牌+产品热点关注



02 现象级打造



现象级引爆+现象级热点双重打造现象级事件，塑造现象级TOP款轻薄羽绒，树立秀场案例标杆



03 行业标杆事件



产品价值输出，行业高度占位，从平台热点打造行业标杆事件，让中国时尚、中国科技成为世界焦点



现象打造前置规划

首用**创新资源**，**现象级引爆**全域关注直击大秀

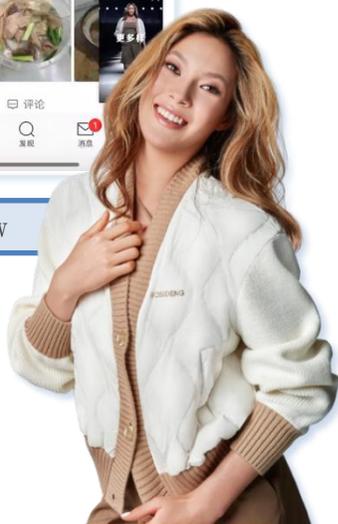
现象级热点前置预埋，全周期**多维度内容矩阵沟通**，多话题助推大秀引爆



9.24 bigday



9.25 开机longview



热点强势曝光
引爆观秀热情

9.24 大秀预热

#今年时装周有哪些看点#

悬念预告

行业向

#波司登达芬奇妙奇妙开秀#

官宣开秀

品牌向

#波司登达芬奇妙开秀#

官宣开秀

#胡兵跑着跟谷爱凌合影#

#谷爱凌波司登走秀#

氛围造势

明星向

#谷爱凌米兰时装周准备好了#

#胡兵谷爱凌米兰同场走秀#

9.25 大秀引爆

#波司登大秀#

#大秀直击#

品牌定调

品牌向

#国货去米兰时装周炸场子了##

#为什么运动员穿衣那么好看#

#听说今年流行轻薄羽绒服#

产品热议

产品向

9.26 秀后沟通

#谷爱凌米兰大秀全纪录#

热点延续

明星向

9.27 高度奠定

#波司登新品展示中国时尚力量#

高度定调

高管向

预热期

明星+行业事件提前预热，拦截星粉关注，时装周兴趣人群调动，持续聚焦大秀期待。

以明星向事件为引爆点，代言人携手明星矩阵发布大秀预告信息，拦截星粉关注，充分调动星粉期待

以行业向解读为关注点，@新浪时装从时装周用户关注点出发打造噱头议题，@微博造热计划发起投票强势预热，为大秀聚焦看点

朱珠工作室官方微博

提升阅读量 1.4W+

@朱珠工作室官方微博

青蛙公主爱凌

提升阅读量 4.4W+

杨采钰工作室

提升阅读量 496W+

@杨采钰工作室

@青蛙公主爱凌

微博热搜

热搜榜第11位

最高11位在榜70min

热搜同屏 吸睛共振

阅读量: 2938.3万
互动量: 7.4万

预热期

黄金媒介资源覆盖用户社交路径，全域曝光引爆大秀热点，点燃全网观秀热情。

打开APP时



首刷开机

打开发现页与热搜



Bigday

曝光量7034万+



热搜三

曝光量3645万+



搜索词

曝光量1.06亿+

搜索浏览品牌内容



品牌号



品牌品专

引爆期

强势媒介资源高热氛围全面引爆大秀热点，多链路多场景直击大秀，打造社交场域热议大事件

打开APP

浏览内容

打开发现页与热搜



开机Longview+
浮窗跳转+摇一摇

Longview曝光量2818万



品牌大视窗-出框



品牌挚友

推荐博文两条



热点大视窗

Longview曝光量7250万



热搜3

曝光量3543万+



热点伴随

引爆期

粉丝头条+超粉精准落点，拦截用户关注，深度触达高热沟通大秀看点。

粉丝头条拦截星粉关注，直击大秀热点

超粉收割公域流量，精准收割高潜人群关注



@朱珠ZhuZhu

提升阅读量259W+



@青蛙公主爱凌

提升阅读量1510W+



@VMagazineChina

提升阅读量14W+



@杨采钰Ora

提升阅读量176W+



提升阅读量259W+

提升阅读量1510W+

提升阅读量14W+

提升阅读量176W+

引爆期

发挥内容运维力及调动力，**多角度内容热点车轮战铺排**，深度沟通品牌+产品信息并实现种草。

@新浪体育、@新浪时尚@新浪乐活+多垂类KOL直击活动，多维内容实时发布

热点内容
前置挖掘

大秀热点
实时捕捉

明星同框 | 大秀直击
产品理念 | 品牌看点
.....

明星话题策划

以现场第一视角结合现场实况策划明星话题



@新浪乐活 @八卦圈少年 @八卦圈少女

36 胡兵谷爱凌米兰同场走秀 盛典 168242 **在榜 70min**

35 谷爱凌 米兰时装周准备好了 14279

5 胡兵跑着跟谷爱凌合影 570237 **在榜 636min**

9 谷爱凌波司登走秀 465993 **在榜 75min**



结合现场明星热点，视频、九宫格内容释出，炒热大秀氛围

品牌话题策划

围绕大秀策划品牌话题，聚焦品牌



@新浪时尚 @FUNer视频

9 波司登大秀 291389 **在榜 78min**

21 国货去米兰时装周炸场子了 284405 **在榜 58min**



谷爱凌中国品牌首秀专访

秀场前线直击多图炸场

产品话题策划

结合明星、时尚潮流策划话题种草



@新浪体育 @百搭星君

11 为什么运动员穿衣那么好看 393988 **在榜 85min**

21 听说今年流行轻薄羽绒服 377491 **在榜 61min**



运动员大片盘点选择轻羽绒原因PK

4个明星热搜，2个品牌热搜，2个产品热搜，总在榜时长1306min (21.7h)

延续期

粉丝头条+热点话题，秀后热点持续沟通，树立品牌行业领导者形象地位。

粉丝持续拦截关注

秀后高光热点+高管热点打造，延续大秀高热沟通，树立品牌大国行业领导者形象

秀后热点延续 大秀精彩回顾

@新浪体育发布大秀回顾，联动时尚、旅行娱乐、体育等多垂类KOL延续大秀高光热点，炒热话题登榜热搜，深化用户沟通



@新浪体育 @陈瑜儿 @果小桃 @综艺气泡水 @娱乐圈老伯



高管热点打造 行业高度奠定

@中国青年网联动蓝v矩阵，通过创始人采访、重新定义轻薄羽绒服行业意义、米兰大秀国际视野内容等，树立品牌大国行业领导者形象地位



长尾种草期

粉丝头条+热点伴随，持续拦截关注，国庆场景热点伴随嫁接公域流量转至品牌关注

粉条长热拦截关注

国庆热点场景借势，热点伴随持续沟通，嫁接公域流量转移至品牌/产品关注



@芭莎视频BazaarV

提升阅读量11.7W+



长尾种草期

十大账号超粉联动，炒热雪屋热议，赋能国庆线下门店活动导流



@百搭星君

@超红颜值榜

@潮流生活指男

@红人第一站

@时尚insider

@微博潮流

@微博时装

@微博造热联盟

@新浪街拍

@尤物一姐

截至10月7日15时，阅读量746.8W+

数据效果印证

LAUNCH

16个

话题霸榜与伴随

39h28min

波司登伴随在榜

+8XX%

波司登品牌声量提升

营销期对比营销前



LIKE/LINK

TOP1

波司登品牌/轻薄羽占位

大秀、轻薄、时尚、全球

认知深度绑定

均衡化、年轻化、高端化

品牌人群

营销期对比营销前



LOYALTY

品牌兴趣人群扩容

1XXX%

*数据对比时间
2023.09.08-09.22 VS 2023.09.23-10.07

