

# 超品集团



- 微信公众号：超品控股集团
- 参选类别：年度数字营销影响力代理公司



## • 公司简介

超品集团 (CP Group) 成立于 2022年, 由前天猫六星服务商创始人杜鹏先生带领电商、品牌、广告、直播等多领域精英汇聚而成。集团总部位于杭州, 现有全国员工人数500+, 在上海、香港设有分公司。除杭州外, 山西、哈尔滨等地拥有专业的直播基地与消费者体验中心, 并在江苏建立了自有仓储供应链, 完善的产业链布局助力品牌生意确定性增长。

集团以“数智赋能, 增长有道”为使命, 以“做百年品牌管理集团和倡导健康的消费观, 服务实体经济实现高质量发展”为愿景, 秉持“价值共创”的CP方法论, 通过品牌服务、品牌代理、品牌投资等多样化的方式, 从单点服务到价值共创, 解决服务商纯执行的问题, 协助品牌打通营销壁垒, 为消费者提供全链路、全渠道的优质消费体验, 在新消费时代中实现高效增长, 成就超级品牌。

公司运营类目涵盖健康、美妆、个护、食品、家居、服饰、家电等多个领域, 通过对消费者的需求洞察和品牌精细化的运营, 已助力多个国家的头部品牌在中国市场提升经营力与品牌的长效价值, 并与初普、海昌、雀巢、古今、同仁堂、唯宝、康巴赫等国际国内知名品牌建立战略合作伙伴关系。

- **技术优势**

超品以技术为驱动力，凭借对客户及行业趋势分析，精准的策略创意能力，我们的技术团队不断探索和应用最新的数字技术，积极借助AI、大数据分析、人工智能、云计算等，为客户提供定制化、数据化、智能化的解决方案。

公司已申请拥有多项专利软著，包括传媒行业平台服务软件、超品数据实时同步平台、超品数据看板分析预测平台、超品商品管理平台、超品订单管理平台以及超品店铺运营智能监控平台。这些平台的构建，体现了我们在数据分析、实时同步、预测分析、商品管理、订单处理和店铺监控等方面的技术专长。为数字营销赋能增效，助力品牌在激烈的市场竞争中脱颖而出，为合作伙伴和消费者创造更大的价值。

2023年度，面对市场环境变动，超品集团各板块业务在开拓中不断升级，在天猫、抖音、拼多多、京东、私域等平台均携手品牌实现越势增长，屡获行业TOP殊荣，真正开启全域经营。

● **品牌服务案例：超品x海昌深度合作，霸榜行业多渠道**

2023全年，助力隐形眼镜行业海昌品牌霸榜行业多渠道，稳固品牌TOP1地位。

天猫平台店铺排名TOP1、单店增量1亿+，入选「双十一天猫国际亿元俱乐部」，官旗店铺占全品牌渗透超77%；拼多多渠道实现品牌10-100进程跨越，跃升2023双11隐形眼镜榜单行业TOP1；抖音平台创新高，2023双11期间gmv同比增长超600%，彩片爆品跃升单日销售榜TOP1，卷动眼力浪潮。该项目案例获得2023数字营销实战大赛《年度直播电商创新营销案例》。

- **品牌代理案例：牵手全球领先的家用美容仪品牌初普TriPollar，助力中国消费者的求美之路**

2024年伊始，超品集团正式签约成为POLLOGEN公司-初普Tripollar品牌的中国总代理，合作产品为初普Tripollar美容仪器，包含超声波美容仪、RF射频美容仪、LED眼罩等射频美容仪网红产品。Tripollar初普是来自科技强国以色列的传奇射频技术，创始公司Pollogen在射频市场有超过50年的经验，母公司Lumenis 科医人是全球医美巨头，拥有数项全球领先专利技术，包括Tripollar RF、Ablative RF、Fractional RF、Oxygeneo和DMA等一系列高端美容科技，在大型专业医美仪器研发上拥有绝对的领先技术优势，并将其成功经验应用到家用美容仪研发上。作为专业级家用美容仪Tripollar初普的中国总代理，超品希望能服务千万家庭，将在天猫、京东、抖音、高端卖场、高端美容院等线上线下渠道强势入驻，预计2024年中国市场销售额10亿+，年销售约30万台，让每一位消费者在家也可以轻松享受的医美。

## ● 品牌投资案例：100%PLA 卫生巾里的成分党 菁羽乳酸卫生巾品牌0到1

一、**品牌挑战** 市场挑战-头部集中难撼动红海，用户挑战-门槛高新品进入难，品牌挑战-新材料无认知教育成本高，高溢价挑战-拉新转化成本高

二、**创新营销** 试+拓+测 构成品牌进入市场的金三角三阵地协同

天猫：试 达播拉峰值销售 以达人粉丝收割扩大用户尝新和人群测试 扩大新客池

抖音：拓 人群闭环阵地 尽可能低成本高性价比的大范围传播和人群扩张

小红书：测 做精做垂，用垂类达人、医生达人等测评方式详细的讲述品牌和产品，官方账号内容主作信任背书，官方生活账号用作拉近距离

### 三、效果数据

#### 1、销售

上线4个半月 GMV3000万+

品牌新客25万人+，新客复购率30%+

#### 2、曝光

新媒体曝光超1亿+人次，电商渠道曝光总计超过3000万+人次，

进店人群总计100万+人次

#### 3、人群增长行业前十

抖音云图显示11~2月菁羽品牌品牌人群增长1100万，位列行业前十

#### 4、传播效率：行业第一

人群资产单月TOP 7； CPE0.6（VS日化行业均值2.16）； 新客贡献50%+

## ● 市场营销案例：汉堡王 × 闲鱼 打造热门话题引爆流量

### 一、策略洞察

打造热门话题，引发消费者讨论，用话题引导消费者到线下门店转化销售。让汉堡王在圣诞营销季中脱颖而出。洞察圣诞节交换礼物已经成为习惯，挖掘消费者痛点，鼓励消费者吐槽那些弃之可惜用之可气的烂礼物，同时找到它们价值。项目包含 KV 和 TVC，闲鱼app 开机大屏及活动页面，线下活动，social kol合作。

### 二、创意执行

携手闲鱼app，推出“变闲为堡”活动。线上开设主题店，吸引网友挂出鸡肋礼物，边吐槽边换取皇堡兑换券线下可直接带上礼物直接投递到体验店的回收箱内，即获皇堡。联合各大kol在微博平台同步发声，炒热话题。

### 三、营销效果

小成本跨界吸引参与从 social端、闲鱼、线下门店等不同渠道依次引爆，免费皇堡和优惠券吸引了大量消费者来到汉堡王门店进行消费。

闲鱼APP总曝光380,000,000次；KOL视频播放8,160,000次；微博曝光量29,545,000次

闲鱼APP 参与22,200人；优惠券领取14,745人；皇堡码领取3,017人



## 服务的主要客户

初普、海昌、海俪恩、雀巢、王老吉、古今、康巴赫、同仁堂、唯宝、秀界、菁羽、5100 啤酒、样美、  
绮芙莉、哈瓦那、昔又、肌司研等