波司登

波司登
BOSIDENG

- **所属行业：**服饰
- **参选类别：**数字营销最具影响力品牌

波司登—全球领先的羽绒服专家，业绩再创新高 全渠道数字化布局打开成长天花板

集团中期营收利润持续高质量增长

- 2024/25上半财年，波司登业绩表现略超预期。**集团整体收入同比上升17.8%至约人民币88.0亿元**；集团中期营收和净利润**创同期历史新高**，中期利润增速连续7年高于收入增速
- 羽绒服业务**持续高质量增长，收入达人民币60.6亿，头部效应明显**。其中，波司登品牌收入同比上升19.4%至约人民币52.8亿元

强化科技研发创新 持续打磨品牌新高度

- 24年，**首创动态御寒科技，全新推出极地寒系列羽绒服**，保暖性能突破-50℃，打造“极地守护者”人设
- 携手哈尔滨官方共同**打造“尔滨”系列品牌IP**，赋能冰雪经济新质生产力发展

前瞻布局全渠道发展 巩固行业地位

- **线上渠道：**积极布局新零售业务，在天猫、京东销售平台重点发力；**重点关注发展自营建设和内容升级，布局抖音等社交新电商**，如联动抖音平台新潮焦点IP推广轻薄羽绒服，实现品牌羽绒服线上销售收入同比上升24.1%
- **线下渠道：**进一步优化渠道质量，**聚焦Top店及单店运营能力提升，不断扩大打造Top店体系**

年度数字营销影响力表现

01

抖音
—重攻曝光场，提认知积人群
重引流
小红书
—辅抢内容场，拖人群，打内容 重占位

02

- **结合节点场景，携手抖音进行冰雪季IP合作**

主会场#我在尔滨过冬天 话题曝光近10亿

- **红书稳抓赛道热点，超低成本获得赛道声量份额**

总曝光近1000万，点击量共近100万

03

结合新年节点场景
携手抖音IP推出暖心微电影《温暖的守护》
项目整体曝光共计近10亿

营销洞察

已经是行业TOP的波司登，需要新的生意增长点

背景

作为羽绒服赛道的行业老大，已经触达品类赛道天花板的波司登，在现有状况下，持续保持高增难度越来越大

波司登 BOSIDENG

品牌层

始终坚持“羽绒服=波司登”的战略目标，顺应行业趋势不断拓展新的场景，更新品牌认知，打造专属 波司登的品牌壁垒

产品侧

持续坚持产品创新，羽绒服品类系列功能点持续创新升级，在细分场景、细分功能上迭代

—推出极寒系列、尔滨系列等新品

目标

① 稳住冬季主战场TOP声量

② 品牌认知迭代

③ 实现人群&生意的双收割

细分场景X细分人群X细分产品

撬动品牌全网影响力

核心策略

波司登品牌紧抓**冬季主战场**，强势推出品牌**“三大核心战役”**

以当下平台潮流内容为沟通主阵地，撬动核心群体进行情感链接与兴趣认同，助推热度品线出圈

三大热门品线

极寒品线、尔滨联名款、新年联名款
IP助力热门品线火爆出圈

货

（推货）

基于货品风格
锁定高匹配度场景

借IP热度
为货品带来大曝光

高热平台

紧跟抖音/红书等年轻潮流平台趋势
搭建品牌沟通新货场

场

（借势）

借站内高热话题
吸引核心群体注意力

IP效应再次抬高热度
打造尔滨同款/新年的时尚穿搭

高品质用户

借IP影响力
撬动高品质人群的穿搭心智

人

（抢人）

创意策略实施

三大核心品线，围绕**IP造势+硬广聚势+热点传递**的核心策略

打造波司登**全景式冬季破圈营销盛宴**

极寒品线-有温度的科技

抖音

硬广饱和式攻击
释放明星影响力
信息流、feedslive、topview、内容热推、开屏、品牌榜banner

小红书

FS承接流量
加码专业标签

尔滨联名款-借势冰雪经济

抖音

<冰雪季>IP强势捆绑大势旅游地

搭配S级IP内容精运营渗透心智
信息流、内容热推

小红书

FS承接流量
花式打造尔滨种草场

新年联名款-温暖中国年

抖音

<杠杠新年味>IP传递情感/非遗文化

捆绑年末节点IP打造标杆形象
信息流、内容热推

极寒战役·解锁更多种草场景，传递【有温度的科技】的产品理念

项目背景

【极寒系列】

冬季旺季节点，打造品牌主战场

【双平台联动】

抖音：大曝光硬广资源，借明星素材吸睛 多曝光资源点位联动 引爆极寒系关注

小红书：优质爆文打造 拓圈泛化潮流穿搭人群

【核心目标】

通过多资源组合，扩大产品使用场景，提升极寒锡类声量，通过品类新赛道，拓宽核心新人群

极寒战役核心策略&执行情况

重攻曝光场
提认知 积人群 重引流

围绕目标出发 不同素材精准匹配资源点位，助攻品牌节点大曝光

辅抢内容场
拓人群 打内容 重占位

KFS组合拳式沟通 高效触达目标用户

主曝光目标

Topview

开屏

Topview+开屏

核心围绕谷爱凌TVC素材进行投放

借明星之势吸引大众对极寒的关注

主直播转化

Feedslive

Feedslive

双11关键节点投放
助力大促转化

直播间优质画面直投
引流人群进播

刷屏+种草

信息流（官方-专业调性TVC）

信息流（达人多样素材）

内容热推（达人线下打卡素材）

信息流+内容热推

第一阶段主曝光
信息流铺量调性TVC
背书品牌专业心智

第二阶段软种草
刷屏优质达人内容
多元种草 狙击心智

优质素材筛选

场景种草、户外出行、穿搭分享类笔记为主

精准人群投放

人群圈选除常规核心人群外
破圈尝新多特色人群进行心智沟通

有效拦截卡位——关键词以进攻词为主其次是场景词；防守词

双11以首位占位为主
搜索强势卡位
抢占赛道承接用户搜索

双12实时调整优化
除品牌词外，其他词类采用低价
获得更大的曝光及点击

极寒战役·抖音平台执行&效果

实现极寒品线抖音冬季TOP1行业声量

19%CTR 刷新行业新高

3亿+ 超额曝光完成率

开屏CTR均值 30%+

TOP1 行业品类声量

服饰行业投后品牌声量
第7位上升排名登顶 TOP1

羽绒服品类关联心智
上升至TOP1

200%+ 5A增量

投后人群拉新： 近1亿

品牌新客占比： 近100%

极寒战役·红书平台执行&效果

长线投流蓄爆 大促搜索卡位 助力波司登极寒”正当红“

优打爆

双流并进饱和式攻击
万赞爆文高产出

- 万赞爆文率 70%+
- 视频流爆文率 20/22篇
- 信息流低成本流转

强渗透

大促节点心智强渗透
极寒排位速飞升

- 双12羽绒服+品类词词包 SOV及SOC 均排名第一
- 极寒双11阅读渗透率 由投前上升至TOP3
- 极寒双12阅读渗透率 由投前上升至TOP2

抢心智

拓圈层大投放卡首位
全面布局人量场

- 时尚潮流人群 渗透飞速增长
- 极寒节点搜索指数 最高达630%
- 投放期间搜索场域 首位卡位

尔滨战役·紧跟冰雪经济政策，打造“冰雪+”新样本

项目背景

【尔滨联名款】

冰雪经济“热”潮涌动，波司登和哈尔滨达成战略合作，深度融入冰雪经济产业链，助力冰雪经济高质量发展。**首创城市联名款**

【双平台联动】

抖音：结合节点场景，**合作冰雪季IP，打造冬季营销大事件**

小红书：稳抓**文旅赛道尔滨热点**，以低成本获得赛道声量份额

【核心目标】

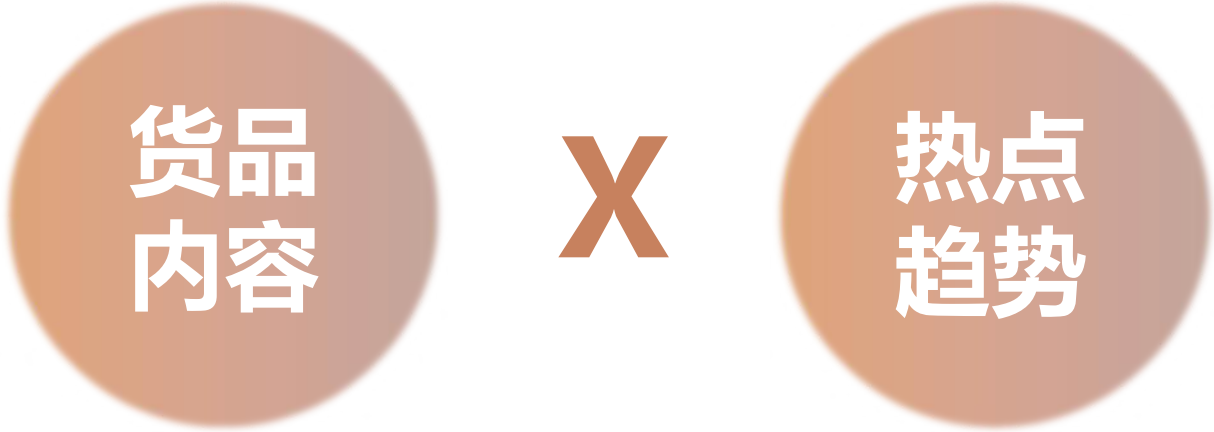
借势平台热点打造专属标签，打造尔滨花式种草场域

共绘冰雪经济新蓝图

尔滨战役核心策略

基于冰雪经济赛道热潮，放大尔滨系列首个***城市联名属性***，响应年轻群体的文化和审美诉求

搭建尔滨冰雪世界的沟通阵地，带给<冰雪用户>兴趣认同与情绪共鸣



抖音平台IP深度捆绑，红书平台FS承接热点
双平台联动，撬动核心用户，助推尔滨联名款出圈

尔滨战役硬广资源执行&效果

高流量入口 × 电商信息流 × 内容热推

携手多位达人开启尔滨“温暖”之旅，尔滨联名爆款，强化温暖主题心智

总曝光
2500W+

曝光完成率
100%+

总点击
27W+

CPM
低于30

尔滨战役红书资源执行&效果

通过大曝光资源属性，帮助品牌获得“尔滨”赛道高声量

视频流　信息流　搜索流

共计触达900w+人次

CPTI：<8元

高曝光属性强势击穿出游人群心智

精搜用户首位承接极速渗透

2篇万赞爆文
（截止13日）

尔滨战役IP资源执行&效果

➢ **携手抖音生活应季IP冰雪温泉季，冠名#我在尔滨过冬天，与抖音平台共同打造冬季营销大事件。**

#我在尔滨过冬天 主会场曝光近10亿

应季ip超级 公域流量引入
-- 品牌热点事件强势蓄热 --

文旅联动tvc预热官宣

官方发布城市宠粉地图

截止1.10，#我在尔滨过冬天主会场 近10亿曝光

城市热点内容共创
抢夺本地化流量池

品牌大事件共创同城热点

#哈尔滨有自己的时装周 同城榜 最高第5

分层达人团共创发布
广铺拳头产品提升内容浓度

波司登达人团 带你打卡尔滨吃喝玩乐好去处

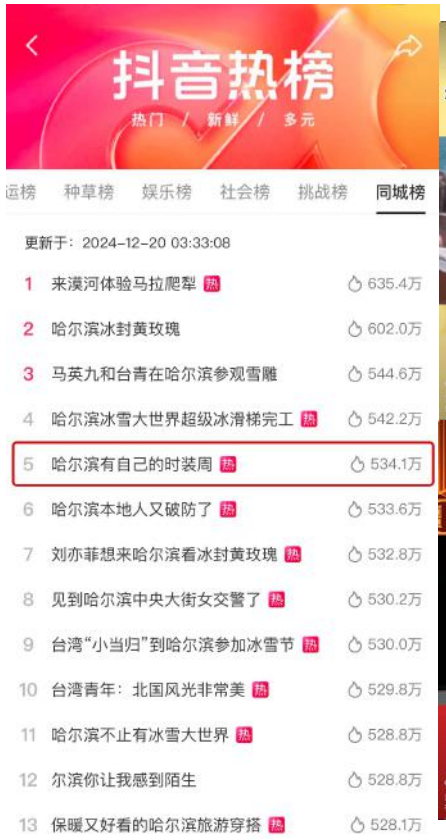
#穿上波司登温暖逛尔滨 话题曝光8000万+
#太好了去尔滨我们有救了 话题曝光7亿+

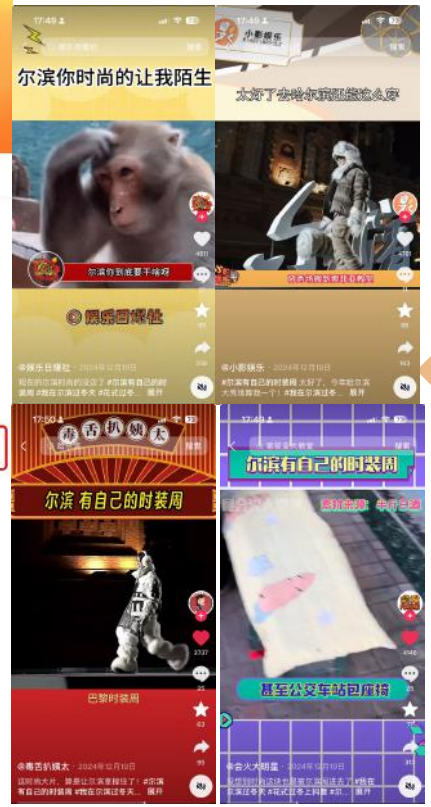
尔滨战役IP资源执行&效果

➢**王牌硬广助力，热点榜与热点品专共燃话题热度，携手助力“#哈尔滨有自己的时装周”强势冲榜，排名持续攀升最终取得同城榜第5名席位。**

➢**同时，代言人相关的热门话题也成功跻身同城榜第4名，进一步助力品牌影响力的扩大。**

热点榜&热点品专曝光量
5000W+





冲榜话题曝光量500W+

尔滨战役IP资源执行&效果

挑战赛升温，品牌影响力攀升

双话题播放量8亿+

（截止2025年1月13日）

挑战赛全民任务12月23日上线1月6日结束，**播放量近7亿**

多类型宣推资源，全面赋能助力

总曝光4000W+

额外争取溢出资源-开屏-12.25

品牌榜banner-12.25-12.27

发布页添加话题推荐-12.25-12.27

新年战役·捆绑年末节点IP，打造品牌温暖的标杆形象

项目背景

【新年联名款】

结合新年节点场景，携手抖音IP推出品牌暖心微电影《温暖的守护》

通过整合平台强势资源，助力品牌CNY内容传播

【核心目标】

【穿波司登 过中国年】+优质情感内容+节点共鸣

传递品牌主张：**“温暖中国家庭48年”**

新年战役执行效果

品牌声量突破，人群资产有效蓄水

总曝光 9.8亿+

微电影正片上线12天曝光共计近2000w

活动主会场

#杠杠新年味 话题曝光7.8亿+、#波司登温暖中国家庭48年 话题6000万+

投后A3人群增长200%

王牌硬广助力品牌新年爆款出圈

硬广曝光 1亿+

曝光完成率↑100%+

亮点1

名导x明星x平台x品牌共创

联合热门电影《消失的她》导演「崔睿」，由明星「文咏珊」主演，共同创作抖音温暖微电影《温暖的守护》

诠释品牌主张—“温暖中国家庭48年”

亮点2

整合强势宣发资源 创新模式助力品牌变出圈

多资源联动，多角度助力波司登微电影传播扩散

站内H5&主话题页、抖音站内全域硬广资源、外部PR联动宣推、导演线下站台品牌助力等

亮点3

精准狙击高潜人群 兴趣内容撬动传播

聚焦新春节点趋势，以IP资源为矩阵，通过情感向优质内容引发用户共鸣，强互动玩法增强粉丝粘性

春节场景 + 全民互动 + 硬广助力全场景式春节营销，打造全网热点大事件

内容资源项目执行

新年战役·借势抖音春节内容营销IP杠杠新年味

通过**“春节微电影+抖音王牌宣发+互动会场”等组合营销方式**，从内容角度助力品牌春节新品营销突围

抖音温暖微电影《温暖的守护》

围绕“穿波司登 过中国年”的CNY主题，以守护每一份温暖的传递为故事主线，讲述一家人每个成长阶段关于温暖的定义与理解，聚焦品牌主张——“温暖中国家庭48年”

联动艺人，进行影片宣推

艺人&官号发布预热视频，聚焦用户关注带微电影内容、项目话题及品牌露出，总计播放量近2500万

打造H5+话题页，引发互动热潮

活动期间，抖音IP主阵地打造，聚合微电影内容呈现，同时主会场H5波司登品牌内容定制结合，品牌信息充分展示，话题页播放量8.4亿

曝光资源项目执行

	TOPVIEW	信息流	内容热推
素材	➢ **节点向素材**-新年节点，代言人上身红色新年款产品，**霸屏曝光沉浸式新年氛围，吸引点击**； ➢ **样式**-烟花样式**契合节日节点**，助力点击表现远超行业值；	➢ **品牌推广向素材**-青年剪纸艺术家X剪纸文化X时尚穿搭，**传统碰撞潮流**，推广新年联名系列，完成情感互动，强调品牌的社会性。	• **颜值向**-节日大片+新年习俗 • **场景向**-严寒壮观场景+新年情感共鸣、户外美丽场景+颜值展示 • **穿搭向**-新年穿搭公式分享 • **剧情向**-反转情感类剧情+产品植入

人群包

- ➢ **从本品/竞品/行业内容圈人**：本品品牌兴趣人群、竞品搜索/A3人群、羽绒服行业行为人群
- ➢ **从关联词圈人**：代言人兴趣人群；新年话题人群
- ➢ **从消费行为圈人**：羽绒服商品核心+兴趣人群、直播间观看/互动人群

GOLDEN MOUSE

第16届金鼠标数字营销大赛

DIGITAL MARKETING AWARDS

GOLDEN MOUSE

感 谢 观 看

T H A N K S