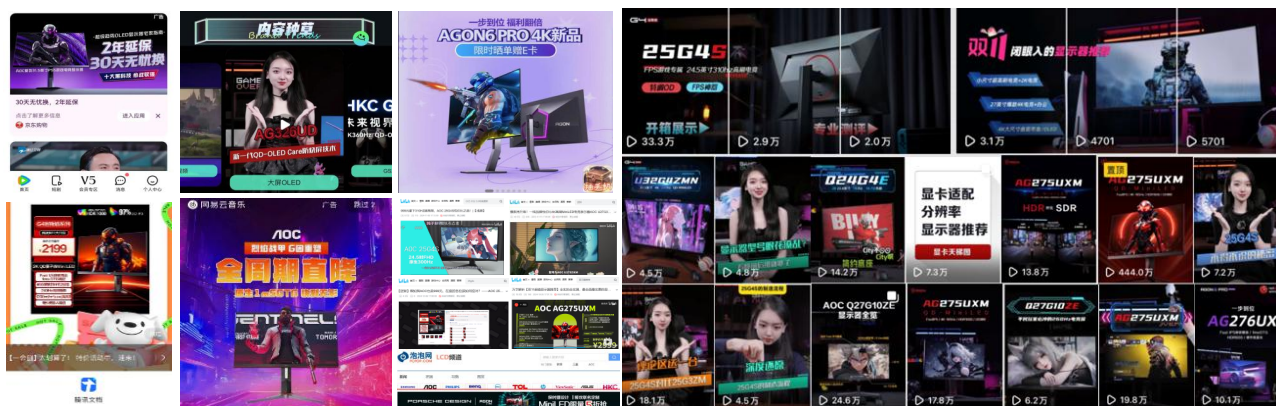


AOC品牌营销推广

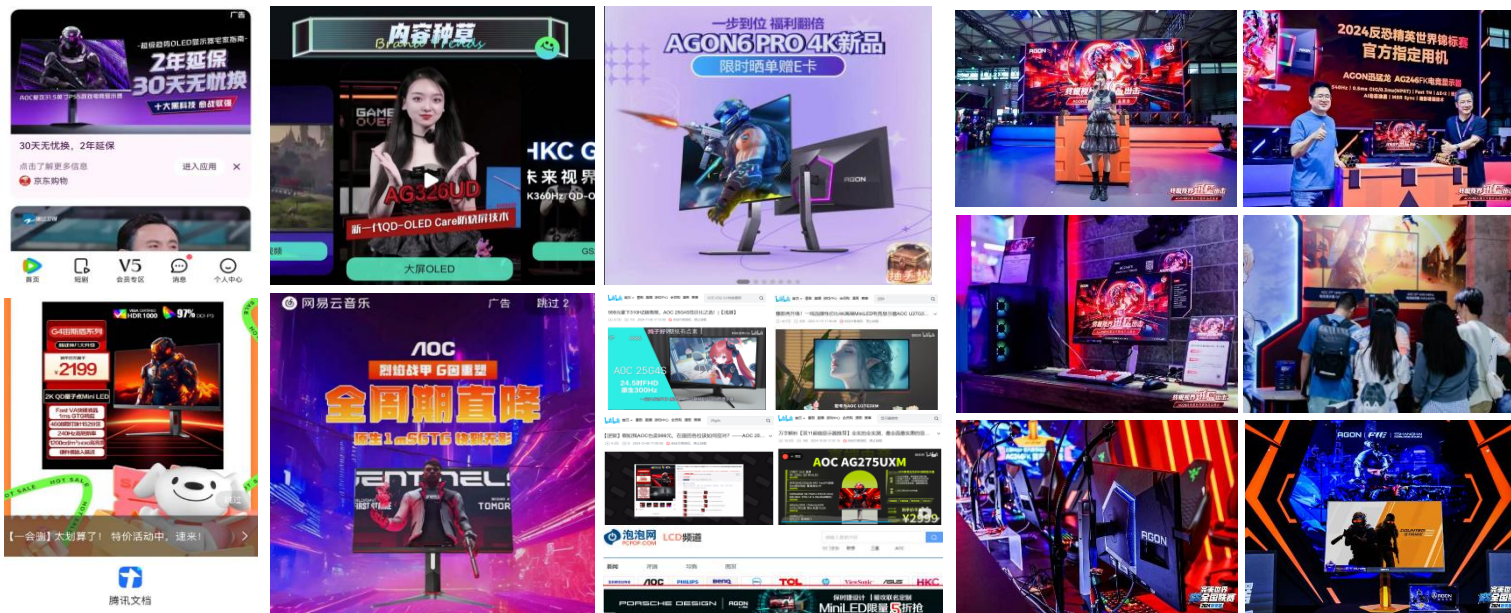
- 品牌名称: AOC
- 所属行业: 显示器
- 执行时间: 2024.01.1-12.31
- 参选类别: 电商营销类

- 在当下显示器行业，市场竞争激烈，技术迭代迅速，消费者需求日益多元且多变。一方面，新兴品牌不断涌入，以价格优势抢占中低端市场份额；另一方面，头部竞争对手凭借深厚技术积累和广泛品牌影响力，在高端领域持续发力，AOC 作为显示器行业的知名品牌，在这样的环境中也面临诸多挑战，在技术创新方面，需要持续投入研发，以紧跟 mini - LED、OLED 等新型显示技术的发展潮流，满足消费者对极致显示效果的追求，拓展至色彩精准度、高刷新率、护眼技术以及外观设计与家居办公环境的融合等多个维度。
- 过去一年，AOC 凭借一系列创新营销策略和卓越产品表现，积极应对挑战，朝着目标稳步迈进，新品频出，尤其在其电竞高端品牌 AGON 下发布一系列新品，满足电竞玩家对画面流畅度和色彩丰富度的严苛要求；在营销推广方面，与知名电竞战队深度合作，通过赞助电竞赛事、举办线下粉丝活动等方式，有效提升了品牌在电竞领域的影响力；同时，利用社交媒体平台进行产品展示和技术科普，吸引了大量年轻用户关注，品牌知名度和美誉度显著提升。

- AOC 在复杂的市场营销环境中，以创新产品和多元营销策略为驱动，开展线上及线下的一系列策略：
- 1.产品宣发：AOC显示器在线上主流平台京东等进行新品首发，增加产品曝光度，向目标客户详尽介绍产品优势性能参数等；
- 2. 内容营销：在B站、抖音等平台发布显示器科普视频、产品评测和使用教程，像拆解显示器内部构造讲解核心技术，分享不同场景下的产品使用技巧，吸引用户关注并向营销平台京东自营店铺引流；
- 3. 直播带货：在京东方内保持稳定频次的直播活动，并于关联类目品牌开展连麦互动等，实时展示产品性能，解答观众疑问，进行限时优惠促销，刺激购买欲望；
- 4. 社交媒体互动：在微博、小红书等平台发起话题讨论，如“你心中的理想显示器”，鼓励用户分享想法，增强品牌粘性。



- AOC显示器通过线上线下协同发力，精准对接市场需求，不断提升品牌影响力和市场占有率，在激烈的行业竞争中站稳脚跟，持续领航显示器市场。线上通过电商销售主流平台京东等搭配京站点外文化社区及视频种草分享等平台，还有线下战队、赛事赞助，数码展销会等加大品牌及产品曝光度。



- 营销目标达成情况：通过线上线下投放，为京东上新带来2亿+曝光，其中仅B站就引流近5000万,抖音、头条、微信、知乎等多平台同步助力，AOC品牌及AOC京东自营店铺流量、GMV常居同类目榜首。

行业品牌TOP10

排名	品牌名称	流量指数	访客指数	成交金额指数
1	AOC	980,406,514	85,387,267	1,506,164,601
2	HKC	773,406,767	68,583,688	1,162,784,026
3	小米 (MI)	508,482,651	56,901,958	1,000,653,120
4	华硕 (ASUS)	461,767,918	48,952,507	846,038,441

行业店铺TOP10

排名	品牌名称	流量指数	访客指数	成交金额指数
1	AOC京东自营旗舰店	625,088,135	59,717,125	1,063,553,400
2	HKC京东自营旗舰店	610,285,031	55,797,670	957,187,715
3	小米京东自营旗舰店	388,061,686	44,122,214	818,192,157
4	SANC京东自营官方旗舰店	383,189,530	33,261,764	585,735,918
5	华硕京东自营旗舰店	307,324,760	33,964,759	582,684,183

(数据来源：京东商智后台)

