

OGR



- 所属行业：服饰鞋履
- 参选类别：数字营销最具创新精神品牌



- **OGR市场定位：**以3D技术为引擎，以‘立体美学’为文化符号，面向潮流消费者，提供兼具科技感与艺术价值的鞋履产品，致力于成为中国原创潮流品牌的全球化标杆。其核心竞争力在于技术与文化的双重突破，而未来的关键则在于如何将“中国智造”转化为“全球认同”。
- **目标人群：**23-40的精致白领，中产，潮流人群，高消费人群
- **行业地位及近1-2年发展状况：**2024天猫男鞋老爹鞋第一

- 2024中国鞋业盛典：2024年度最具产品力品牌



- 2024天猫服饰：年度超级新秀奖



- 第31届中国国际广告节：
 - 2024年度内容营销金案
 - 2024年度贡献人物

ANNUAL ADVERTISER
RECRUITMENT EVENT

广告主案例

上海欧基亚贸易有限公司
OGR, 让硬核潮流重新定义中国「智」造

经组委会一致认定, 贵公司选送的案例荣获

2024年度内容营销金案

After Organizing the Committee's Unanimous Confirmation, the Case of Your Company's Election was Selected for the 2024 Content Marketing Gold Case.



ANNUAL ADVERTISER
RECRUITMENT EVENT

广告主人物

刘威先生

经认定, 授予您

2024年度贡献人物

Approved By the Organizing Committee, You Have Been Awarded the Title of the Contributive People of the Year 2024.



- 11届TMA: Top Mobile&AI 服饰类铜奖



- 2024年5-6月
 - 主题：硬核一夏
 - 核心策略：结合新品龙牙系列洞洞鞋，全渠道统一“硬核一夏”推广主题，输出多平台矩阵内容，借势618节点及夏季节点，以达成品牌声量提升+销量转化双目标
 - 效果：小红书话题浏览量400W+，抖音话题播放5500W+，618天猫流行男鞋排行TOP1
- 2024年12月-2025年2月：
 - 主题：锦囊喵计
 - 核心策略：结合爆品猫眼系列老爹鞋，全渠道统一“锦囊喵计”推广主题，结合双十二&年货节&CNY节点，打造OGR专属的中国年浪漫
 - 效果：小红书-老爹鞋赛道渗透排名NO.3，抖音5A人群资产增长533%，2024天猫男鞋老爹鞋第一