



Top  
Mobile  
Awards

---

康师傅® 饮品



- ◆ 品牌方：康师傅
- ◆ 合作方：圣火科技集团
- ◆ 参选类别：TMA十周年——移动营销金牌搭档

康师傅饮品，作为中国家喻户晓的品牌，经过多年的耕耘与积累，深受中国消费者喜爱和支持。在针对年轻消费者为主要目标群体的快速消费饮料行业里，如何找到一条能够有效激活品牌价值点的营销策略是致胜的关键。康师傅饮品主要针对中青年消费者，这是一个迅速变化且对数字营销响应性强的群体。

而圣火科技集团则擅长推动产业数字化，尤其是基于大数据的互动营销，与康师傅的目标市场高度匹配。康师傅强于产品开发和品牌建设，但在数字化营销方面需要有力的支撑；圣火科技集团则以大数据运维、互动营销和私域变现等为核心能力，两者能形成强强联合，圣火科技集团在这方面的专长能够帮助康师傅更精准地定位其产品和服务。

01

合作初期主要集中在大城市，随后逐步扩大到二三线城市，现已覆盖全国2/3的区域。

02

双方联合进行市场营销活动，包括但不限于线下活动、打折促销、广告推广、社交媒体活动等。

03

圣火科技集团运用大数据，以更有效地调整市场策略和产品供应。

## 销售增长

在特定期限内，实现国内特定区域内的销售额增长。

## 提高市场占有率

提高康师傅饮品在目标市场的品牌认知度和市场占有率。

## 降低成本

通过优化供应链和物流，降低运营成本。

## 可持续性

双方可建立长期的商业关系，持续开发更多商业机会。

## 互惠互利

康师傅饮品可借助圣火科技集团的市场网络快速拓展市场，而圣火科技集团则可以通过高品质的成效提升自身的市场声誉。

## 适应性和灵活性

由于双方都具有灵活的运营模式和强大的调整能力，因此可以迅速适应市场变化，从而实现长期的商业成功。



## 畅饮社 不仅仅是小程序

康师傅全域智能营销平台

- 全渠道链路引流
- 全体系私域阵地
- 数智化营销创新

案例名称：畅饮社智能营销平台

长城奖智能营销类银奖

第九届TMA年度最佳移动营销服务平台

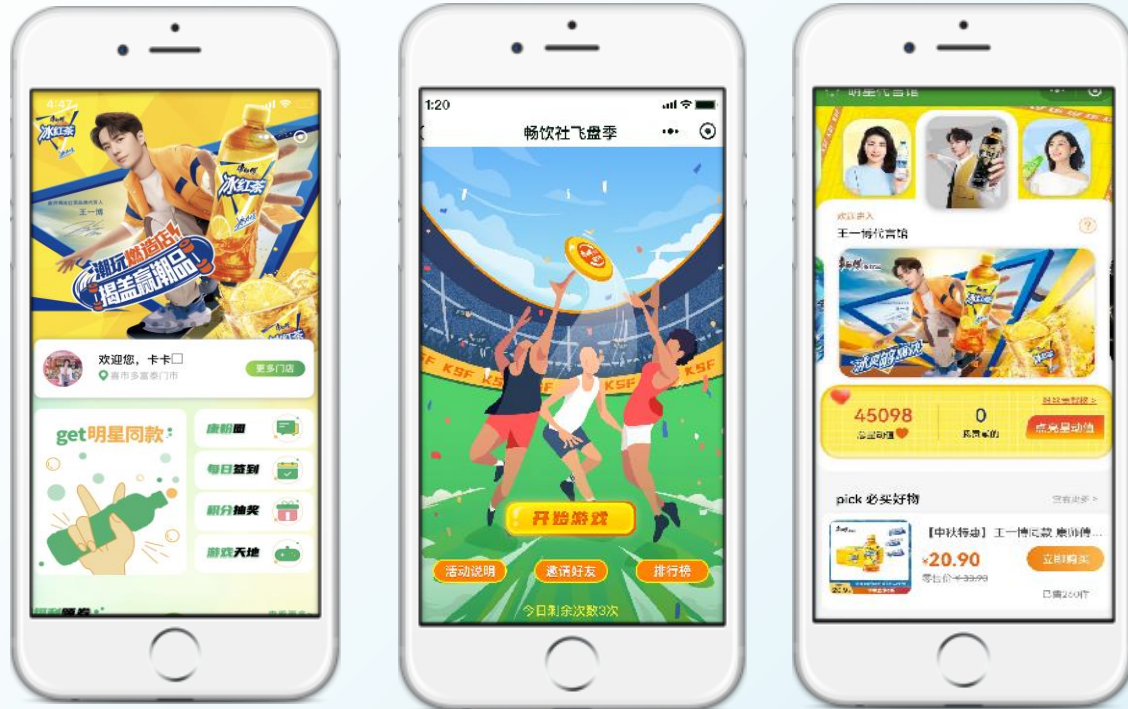
第22届IAI传鉴国际广告

第14届金鼠标数字营销大赛智能营销类银奖

第13届金鼠标数字营销大赛智能营销类金奖、  
最佳效果营销奖

第十三届虎啸奖私域营销类银奖

实现私域流量沉淀，粉丝深度运营，流量转化为销量。



打造康师傅畅饮社C端会员管理小程序

## 案例概述

畅饮社小程序充分考虑消费者的特性与需求，与消费者属性相结合，通过圈层式互动，立体式内容，以及数智化的营销平台，来完善消费者对活动从感知 > 参与 > 购买 > 忠诚的闭环，会员数量超7000万，29行销公司共打通15家连锁品牌，累计打通663家支付系统。月度活跃用户10,538,412人，环比上升73%。提高客户忠诚度，从而直接促进企业的销售和利润增长，达到“降本增效”目的。

**7000万+人**

注册用户

**75万人**

日活用户

**70000场**

开展营销活动

康师傅冰红茶“潮玩燃造店，揭盖赢大奖”活动数据：活动浏览量3,287,696次，扫码瓶数1,973,536瓶，新增会员数734,310人；

康师傅绿茶“揭盖赢再来一瓶红包天天iphone”活动数据：活动浏览量17,751,612次，扫码瓶数2,611,229瓶，新增会员数525,935人；

康师傅罐装“扫码赢，再来一罐”活动数据：活动浏览量1,364,347次，扫码瓶数433,063瓶，新增会员数177,131人。

**全平台累计开展营销活动超70000场，超额完成140%**

全国瓶码活动产量覆盖达20亿+；活动覆盖全国2/3的区域，整体曝光超5亿。

**累计注册用户7000万+人，超额完成140%**

日均访问次数超过100万余次；日均新增访问26万余人。

**全年累计打通663个支付系统，超额完成133%**

月均发放卡券优惠超100+万张；单卡券功能全国合计引流超500万人；全国覆盖门店超22万家；活跃门店超50%。



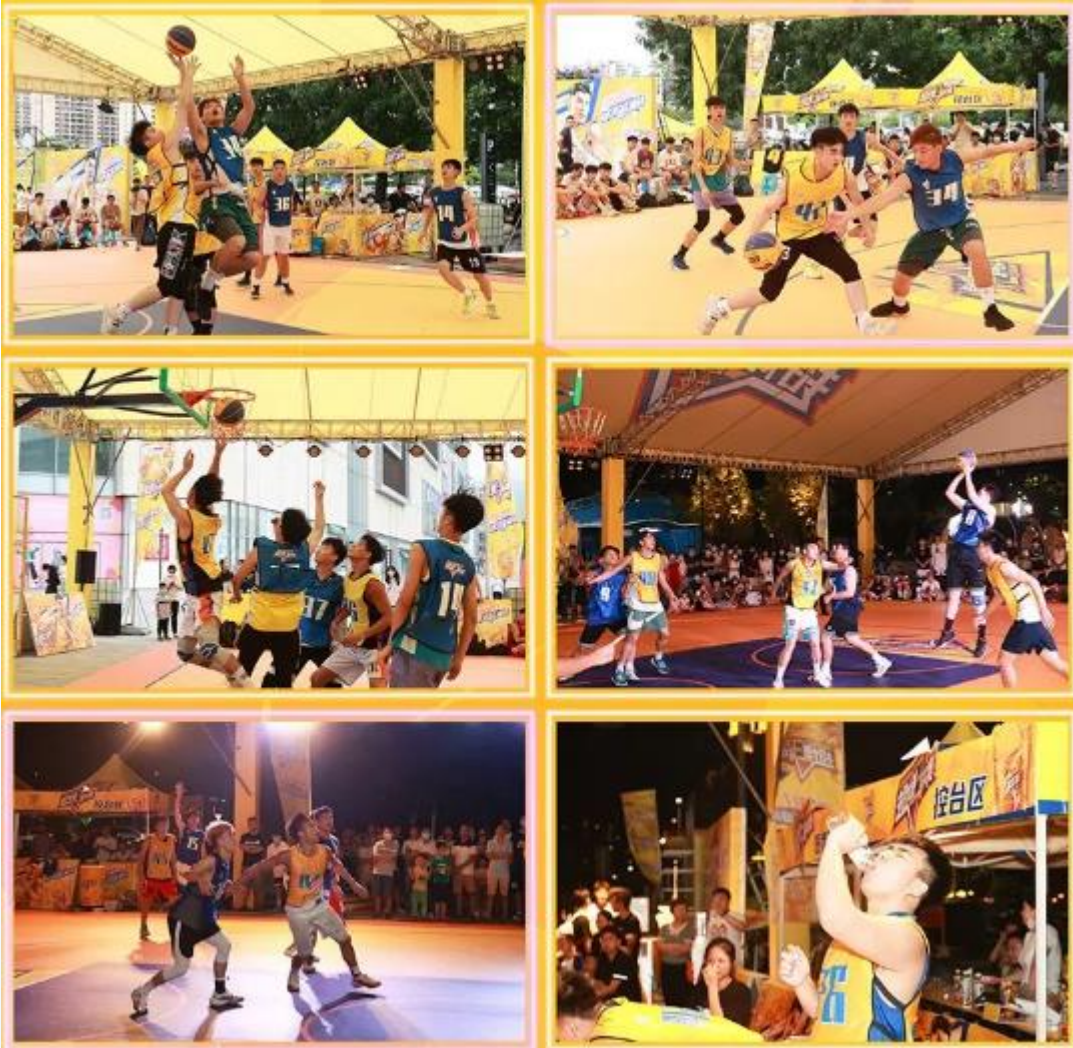
Top  
Mobile  
Awards

# 合作实例



案例名称：康师傅冰红茶超燃3X联赛  
IAI传鉴国际广告奖体育营销-创新营销铜奖  
第13届金鼠标数字营销大赛跨媒体整合类铜奖  
第十三届虎啸奖整合营销类铜奖  
第8届TMA体育营销类铜奖





## 案例概述

康师傅冰红茶新口味上市，我们以奥运的举办为契机，在校园掀起一场体育风暴，打造以“活力”、“青春”为基调，深受年轻人欢迎的“超燃”篮球赛事，将康师傅冰红茶与3×篮球联赛“强势捆绑”。渗透年轻圈层，提升品牌在年轻新势力的好感度，渗透全国多个高校，输出 #燃痛快# 的产品概念，实现品牌调性提升，促进产品购买转化。希望能通过此次联赛助力高校学生实现篮球梦想，以篮球为介质让冰红茶品牌调性深入人心。

65%

活动复购率

4万+

覆盖人群

8000万+

全网传播曝光

## 达成情况超出预期的507%

全国覆盖范围最大的篮球3×赛事，比赛总计481场，历时97天，覆盖全国141座城市，1832所高校，高校覆盖率达达成情况超出预期的507%；总奖金472000元，吸引超过2.6W人报名；成功扩大品牌声量。

## 微博话题阅读量150万+

线上持续抽奖、赛事集锦互动，触达人次3100万+；门户网站、权威媒体及微博抖音等新媒体传播2000万+。

## 活动现场人流总量超过3000万人次

活动现场人流总量超过3000万人次，线下整体曝光5000万+；联动售点、餐厅超过1300家，并带动新品快速渗透；其中联动沃尔玛，家乐福，永辉OT客户，赛事直播达上千场次，累计线上观赛人数60万+，带动销售，实现产品引流及购买转化。

康师傅茶饮品



康师傅冰红茶  
品牌代言人 王一博

无糖零卡  
舞动无界

南部大区总决赛

时间：8月20日

地址：东莞万达广场(东城店)

案例名称：康师傅无糖冰红茶舞动无界街舞挑战赛

第9届TMA体育营销类银奖

2023IAI传鉴国际广告奖内容营销类铜奖

第十四届虎啸奖体育营销类铜奖

KSF KSF KSF KSF KSF KSF KSF KSF KSF KSF KSF KSF



## 2022年康师傅无糖冰红茶 “无糖零卡舞动无界”街舞挑战赛

总决赛9/3郑州圆满收官，粤西选手**杨海鑫**夺得总冠军

### 街舞大咖石头、阿K、杨凯线下出席，强势炸场！

品牌加持优酷直播总观看人数：**2,498,876**人，峰值：**319,899**人，线上3大平台**百万级KOL**直播带货，  
 联动电商销售**1,200**箱，线下联动每一天/悦来悦喜/亿佳便利**三大CVS系统1000**家门店  
 联合户外大屏、地铁包站全渠道总曝光**1,000W**，话题热度**100W**，赛事落地郑州**CBD**地标，  
 总人流量**30,000**，现场峰值**1000**人，销售**268**箱，  
 赛事总报名**12,852**人，覆盖繁华商圈**75**个，渠道联动销售**15,253**箱！  
 (品牌线上硬广总曝光数：**59,978,174**次，这就是街舞V官方资源支持)










KSF KSF KSF KSF KSF KSF KSF KSF KSF KSF KSF KSF

## 案例概述

康师傅无糖冰红茶新口味上市，打造的康师傅无糖冰红茶舞动无界街舞挑战赛。无糖冰红茶全新顶流代言人王一博，自带明星流量以及号召力，结合代言人身上的潮流气息，融合街舞文化中的潮酷、激情和无界限，契合康师傅无糖冰红茶的品牌属性；康师傅无糖冰红茶赞助大火综艺节目《这就是街舞》，同时与本地商超、CVS店配合联动，吸引粉丝的同时，利用超市的人流量最大程度扩大赛事影响度，达成合作共赢的联手效果。互动H5、视频、KOL加持、娱乐直播平台、户外推广整合活动亮点及UGC作品，多方位加强活动效果的传播。

## 150万箱

活动销售

## 5亿+

曝光覆盖

## 8500万+

精准触达人群

### 覆盖全国29省71座城市

全国覆盖范围最大的街舞赛事历时3个月，覆盖全国29省71座城市98场街舞battle赛，吸引12000+人报名；成功扩大品牌声量。同步引爆联动转化销售，曝光覆盖5亿+,精准触达人群8500万;

### 微博话题阅读量150万+

线上持续抽奖、赛事集锦互动，触达人次300万+；街舞垂直KOL上百位预估曝光3千万+、官方小程序直播98场、优酷直播加持合计曝光5000万+；门户网站、权威媒体等新媒体传播50万+;

### 联动150家代言人CVS主题店

6-9月联动150家代言人CVS品牌主题店，（江苏/北京/山东/上海/浙江/安徽/湖北/湖南/江西/重庆/四川/内蒙/新疆/粤东/粤西等）曝光高达2亿+。联动售点、KA卖场超过10000家，并带动无糖新品快速渗透；整体赛事全国带动销售150万箱，实现产品引流及购买转化。