

雅诗兰黛618大促：联名捆绑情绪美学的全域品牌营销破圈案

- ◆ 品牌名称：雅诗兰黛
- ◆ 所属行业：美妆/护肤类
- ◆ 执行时间：2025.04.30-05.20
- ◆ 参选类别：美妆/护肤类



案例视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://v.douyin.com/dggarooyNuI/>

<https://v.douyin.com/zPZCek7ZV5U/>



背景&目标

- 面对高端美妆消费疲软、国际竞品折扣内卷、国货情绪营销围剿的三重挤压，雅诗兰黛深度洞察年轻用户对“高颜值+稀缺感”的强偏好，果断绑定拉杜丽的马卡龙美学基因，将产品设计升维为“**可收藏的艺术品**”。
- 并在情绪经济的当下，通过**沉浸式甜品主题直播**重构消费场景，在情感消费节点520完成从“功效硬推”到“**情绪金矿**”的战略转身，为国际高端品牌年轻化提供新范式。



背景&目标

1.人群调优-实现新客突破，提升Z时代占比

当前新客增长存在结构性瓶颈，Z时代在新客中的占比未达预期，而该群体具备高消费潜力、强传播力的特点，是品牌长期增长的关键增量人群

2.增长率提升-联名单品拉动整体客单价

联名单品凭借 IP 协同效应和稀缺性，可有效提升产品溢价能力与用户购买意愿，同时通过“单品带多品”的组合策略，拉动整体客单价增长，实现销售额增长率的结构性提升

3.销售额+转化率提升-降低折扣依赖，以内容驱动GMV健康增长

让用户为“价值”买单而非“低价”，实现销售额与转化率的健康增长，同时优化利润结构。



“巧拱热度+造新奇特” 助力年轻新客高效拉新

以「甜品美学」重构高端美妆的情绪价值链

1.借力明星+联动礼遇，全触点拱巧热度 2.场域货组双升级，造新奇特狙击受众需求

1. 借力明星+联动礼遇，全触点造势巧拱热度

品牌蓝V+明星账号



代言人 刘诗诗

热度明星 翟潇闻

TOPVIEW+星图+内容加热



品牌TVC

明星PGC

品牌加热

- 粉丝画像年轻
- 粉丝新客高
- 明星近期有新剧有热度
- 明星调性符合

2. 场域货组双升级，造新奇特狙击受众需求

场域升级

马卡龙之夜派对歌舞会



品牌首创音乐剧直播 一键到底歌舞秀

明星进播饭撒互动



近期热度明星进播 联动歌舞秀+饭撒互动

Daily下午茶主题自播间



主播化身甜心卡司心动就位 一秒拉满直播间氛围

货组升级



联名限定新包装

OFFER更优质

礼盒风格更年轻

赠品加赠更新奇



亮点1 洞察升维：从流量红利到情绪金矿

- 数据靶向破圈：锁定Z世代“新奇特”偏好——甜品色系搜索量年增210%、“可收藏礼盒”成520热门礼物TOP3；
- 反行业内卷逻辑：当竞品陷于折扣战，雅诗兰黛以百年甜品IP拉杜丽的浮雕美学基因，将彩妆升维为“可收藏的艺术品”，直击年轻客群“社交货币+情绪疗愈”双需求。





亮点2 场景再造：直播间的甜品绮梦

- 明星进播×歌舞秀：复刻巴黎甜品工坊场景，明星手持拉杜丽马卡龙礼盒起舞，演绎“腮红如甜霜轻扫”妆容美学，将产品功能转化为沉浸式感官体验；
- 爆单玩法设计：开发“甜味色号解码”互动，单环节引流超50万，CTR达行业均值3倍。





亮点3 全域击穿：从联名礼盒到文化符号

- 礼遇热点捆绑：520节点首发“甜梦礼盒”，浮雕腮红嵌入拉杜丽经典花瓣纹样，以开盒仪式感强化收藏价值；
- 流量生态协同：通过巨量千川全域推广，联动抖音挑战赛#把浪漫吃进嘴里#，翻糖妆容教学播放量破亿，实现“内容种草-直播转化-搜索爆破”闭环，礼盒首发售罄率98%。





效果&反馈

雅诗兰黛借拉杜丽百年奢牌的美学权威性，将彩妆从“功能化单品”重塑为承载甜蜜记忆的情绪载体——腮红不仅是色彩，更是“咬一口马卡龙的悸动”

品牌通过甜品与彩妆的感官通感，在高端市场疲软期开辟出一条“用甜蜜对抗焦虑”的新消费叙事，为国际美妆的年轻化提供“情感破壁，而非价格击穿”的范式革新

强拉新

新客占比: **+9pp**
新客占比峰值: **+13pp**

高效率

直播间电商指标: **+20%**
直播间内容指标: **+10%**

好流量

当日直播间流量推荐流: **×6倍**
M1+M2自然流量: **+230%**

好生意

联名活动期自播生意: **破9000w**
自播日均环比平销: **+130%**