

拉夫劳伦：“双秀”边看边买，引爆春日上新潮

- ◆ 品牌名称：拉夫劳伦
- ◆ 所属行业：服饰类
- ◆ 执行时间：2025.04.02-04.12
- ◆ 参选类别：直播营销类



背景&目标

时机背景：换季是服装行业营销上新、抢占用户消费心智的关键节点。在春季上新阶段，品牌如何精准把握换季消费潮流，快速引爆服装好生意？

行业背景：在服饰行业，品牌营销想要抢占市场先机，需要通过内容创造消费预期，让品牌从季节更替的被动应对者，转变为需求升级的主动引导者。

消费背景：传统线下时装周虽能塑造品牌高端形象，却难以突破小圈层限制。随着 Z 世代成为消费主力，其购物决策更依赖社交媒体和短视频平台。

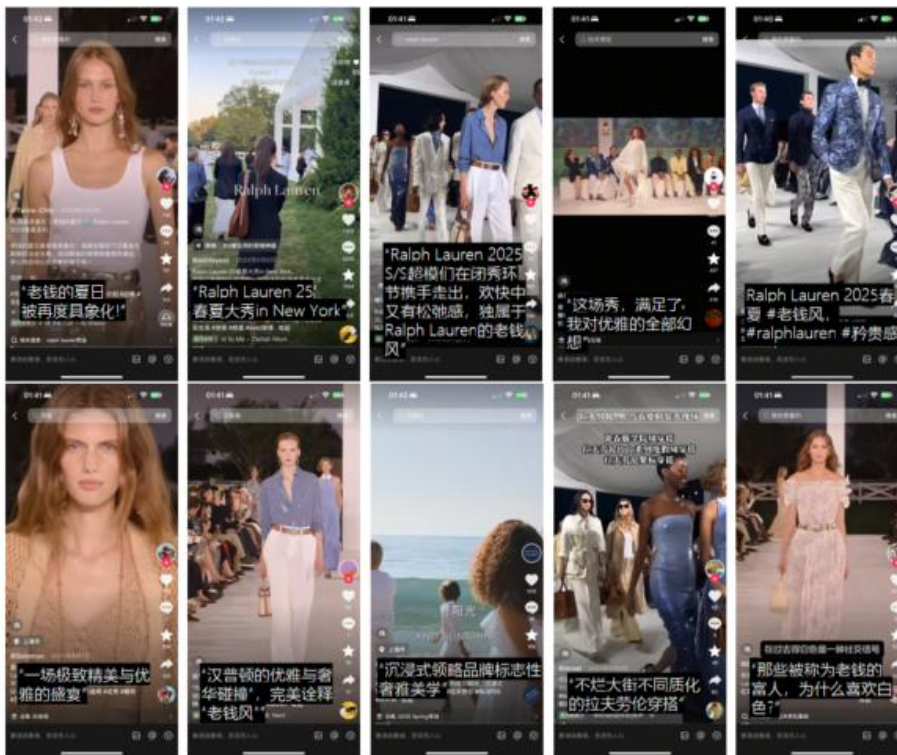


背景&目标

- 抖音直播通过打破时空限制，将秀场从封闭空间转化为全民可参与的内容盛宴，同时，红人店播成为品牌人格化的核心载体。在时尚行业不断探索数字化转型与创新营销的当下，拉夫劳伦于2025年4月凭借一场与抖音深度合作的大秀，成功吸引了全球时尚爱好者的目光，为品牌的发展书写了浓墨重彩的一笔。
- 随后，拉夫劳伦希望突破传统“看秀”单向形式，进一步提升用户参与性，进而打通线上品销闭环。

抖音见证Ralph Lauren 2025春夏秀场风采 >>>

RALPH LAUREN



#老钱风

#矜贵感

#汉普顿美学

#白色霸权

#松弛感走秀



背景&目标

自播革新：打造奢品直播天花板

场景升级：高调性视觉冲击

官旗直播间：复刻大秀场景和T台走秀，直播间让用户再次“云前排看秀”

女装旗舰店：重塑新美式老钱风，以“沉浸式试衣间”强化品牌调性，提升销售转化

模式创新：日不落直播+边秀边卖

奢侈品24小时日不落直播：官旗主攻抖音特供款，女店承接抖音新品首发款，通过增加直播时长助力销售

边走秀边带货：主播化身“穿搭顾问”，配合“限量款即时上链接”策略，提升单款转化率



洞察&创意

「汉普顿」风在穿搭look中以深浅和谐的蓝白两色为主基调，象征大自然的和谐美景，融入轻盈面料与舒适剪裁，精准捕捉了当代消费者对轻松、自由生活方式的渴望。以典雅蓝白为主色调的服饰漫步T台，通过创意look展示趋势好物，引领春日时尚浪潮。

THE SPRING 2025 SHOW : RALPH LAUREN
IN THE HAMPTONS
@SHANGHAI ——美好生活
#优雅&松弛

在蓝白之上，色彩成为态度，风格成为语言，生活成为艺术。
Ralph Lauren 让蓝白不再只是经典，而是一种松弛优雅的风格哲学。
“蓝白”不仅仅是色彩，更是一种永恒优雅的象征。它是地中海的风，是航海者的自由，
是奢雅时尚人的冷静自持，是度假时的轻盈松弛。



行业首创双秀开播模式，打造抖音独家Live Shopping

/前期预热/
平台x品牌，共造全网趋势

爆款话题共创

“拉夫劳伦是一个形容词”



热点集中冲榜

官方邀约300+达人&品牌
联合冲榜



/大秀联播 秀场&超品双联动/
独家观秀之旅，引领线上VIC体验

亚洲首秀直播：复刻汉普顿传奇美学

从台前到幕后，达人沉浸式观秀Reaction



抖音独家Resee：打爆「即看即买」心智

大秀后台同场开播，电商超品日承接首秀势能



/长尾发酵/
站内外联动，激发全网关注

直播间高光二次传播

品牌信息流+干川素材



私域联动：会员互动传播





整体传播节奏



01 打造全天线上线上观秀之旅，奢侈品线上Resee模式新探索

/顶奢引领热点趋势/

老钱风热点话题共创，复刻传奇体验



从台前到幕后
首次揭秘一场高奢顶级大秀的筹备过程

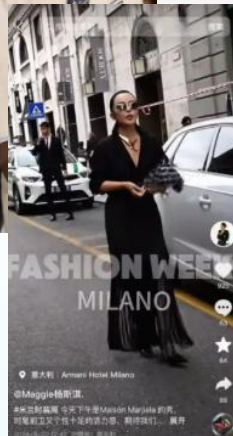


/奢品大秀模式新探索/

秀场&超品双向联动



KOL第二现场
在线直播观秀
reaction为热度加码



/Live shopping/

从选品到发售，打爆边看边买心智

- 用户&品牌共建导购清单
- 明星&主播引导爆款趋势
- 引领线上“抖音VIC” Resee体验





巨星云集，复刻传奇体验



传奇体验 升级复刻

从主题到舞美，从造型到嘉宾。汉普顿传奇大秀的在上海完美复刻，呈现超棒电影视觉质感，更有特别品牌系列加入为大秀格调再次加码



大秀连播 边看边买

Ralph Lauren大秀演绎松弛优雅品牌格调；Second Show线上Resee秀款即时开售，视觉&内容双重升级加码Live Shopping体验



巨星云集 重磅登场

超35位一线明星入场红毯秀线上放送，更有RL特邀明星嘉宾空降演绎走秀；David Lauren携手RL高层神秘嘉宾为直播内容再添看点



观秀之旅 全天揭秘

从台前到幕后，首次揭秘一场高奢顶级大秀的筹备过程，更有后台Fitting board限时登场，让用户沉浸式体验传奇大秀的全部过程



首开上线大秀后台双场直播，实现「边看边买，快乐“追新”」



大秀直播间

通过直播立体感受品牌的台前幕后，不仅打造了新颖的画面观感，也具象化展现了拉夫劳伦服饰的时尚特性；直播间上新35套大秀同款LOOK，模特现场演绎休闲度假、情侣穿搭、都市通勤三大场景，集中展现拉夫劳伦110款新品，其中有7款为抖音独家首发大秀同款，用户可以在直播间边看边逛，零时差入手大秀新作。



品牌直播间



品牌店铺



明星联动打call，让新品精准把脉潮流动向 撬动粉丝圈层兴趣人群，掀起春日新时尚



明星资源

02 达人种草+热点造势，内容破圈全面引爆品牌声量

合作100+巨量星图达人做内容种草引爆：

聚焦高净值人群的内容消费偏好，拉夫劳伦重点布局时尚、精致生活、随拍、户外等达人矩阵，借势达人优秀的内容产出能力，吸引更多兴趣圈层人群。

与抖音共创一图封神、老钱穿搭复刻等UGC内容模板：

#老钱风松弛感穿搭公式登上抖音种草榜TOP1。#自然老钱风穿搭一秒入夏引发讨论，随着趋势不断发酵，话题累计获得300+达人、品牌的关注。



星图达人内容种草

@荒野牧场小马哥 演绎策马而行的气质型男，通过多场景的穿搭look，传递老钱风不费力的优雅气质，鼓励大家勇敢打破常规，解锁生活新可能；

@康康和爷爷以89岁爷爷变装前后的反差对比，巧妙的向用户展示老钱风穿搭，一众网友纷纷留言：“论不露声色的贵气，还得是爷爷！”



抖音热榜



话题页



03 创新广告资源联动，速引爆春日上新热潮

通过“品牌创意任务+多型达人创意化演绎+品广资源曝光”协同造势，拉夫劳伦春季新品在趋势种草中被展现和讨论，并能够覆盖到更大范围的用户，实现声量破圈带动品牌关注



开屏广告



品专

巨量引擎品牌广告、信息流推荐聚拢热度，配合抖音开屏、H5运营等优质资源位提升曝光，持续触达站内目标人群，为上新活动造声量，引关注

04 打通电商转化，全链路承接带动新品引爆

- 1、站内小蓝词、猜你想搜、热榜卡片等搜索资源的运营承接，激发用户“看后搜”行为，让种草流量转化为实打实的交易量。
- 2、搭配直播间商品卡的固定展示，实现“有搜必现”，通过精准的话题营销与高效的品牌露出，极大提升了用户触达率和品牌可见性，进而增强品牌吸引力，转化新品潜在兴趣人群。
- 3、直播间大秀高光片段的二次传播加热，让拉夫劳伦大秀随T台延伸至用户日常，抖音秀场同款AI试穿的功能精准触达品牌会员，引流私域，不断吸引消费者再种草。



搜索奇异果



达人小蓝词



搜索词干预



品牌直播间



AI试穿



私域联动



成功打造品牌全年最大营销事件，引爆时尚品牌大秀直播新模式

- 链路创新：RL亚洲首场时装大秀-打造奢品行业标杆，不止是大秀转播，更有大秀原场景的**抖音专属本土化 Live Shopping直播**，成功打通边看边买秀场新模式
- 大秀当日，直播间观看用户突破**400万人**，直播间PV提升**331%**，多项数据打破品牌记录
- 活动期间，老钱风商品曝光环比增长**7.46%**，搜索环比增长**8.45%**，电商搜索PV、看后搜PV均实现突破增长
- 全年生意最高峰，Bigday单天GMV **1000万+**，超过双十一最高单天**800万+**



效果&反馈

热榜TOP23，热点累计在榜时长87小时， 30+大秀同款独家上新，客单价最高6000+，首发即罄

大秀观看人次**519万+**

*破品牌历史记录

控比提升至**50%**

*活动前控比为15%

热点W **8397万+**

*破品牌历史记录

看后搜万次W激发PV数

13.65

约为电商热点大盘3.25倍

UGC投稿**9322条**

*破品牌历史记录

热点冲榜

1. **热点冲榜**：#老钱风松弛感穿搭公式 4月2日-4月5日 **总榜top23**（在榜时长25小时），**种草榜top1**（在榜时长62小时），热点W达**8397万**，能邀约千万粉达人@深夜徐老师@臻臻等，超**50+**百万粉时尚头部达人参与，超**300+**商家达人联合共创

2. **种草拔草一体化**：通过小蓝词引导品专承接热点，并进一步联动搜索，在热点卡下固定展示拉夫劳伦直播间及主推商品，品牌男装官方直播间展示PV环比提升331%；同时，优化SEO盘活“老钱风”品类货盘，搜索干预热点卡下“老钱风”货盘，带动老钱风商品包全域曝光环比增长**7.46%**，搜索曝光环比增长**8.45%**；



首发售罄

35套大秀同款LOOK直播上新，大秀模特现场演绎休闲度假、情侣穿搭、都市通勤三大场景集中展现**110款**新品，并带来**7款**抖音电商独家大秀同款；直播当天，**薇薇同款、黄轩同款**及其他**4款**大秀同款**首发即售罄**



UGC激发

UGC投稿：提供“一图封神”/“老钱穿搭复刻”等简单易操作的投稿模版，及品牌实物激励、dou+激励等激发用户自主投稿，UGC投稿量高达**9322条**



低门槛+易模仿+高激励激发投稿