

从激发到引领，adidas借文化圈层突破，成就品牌超级符号！

- ◆ 品牌名称：adidas
- ◆ 所属行业：服饰类
- ◆ 执行时间：2025.02-04
- ◆ 参选类别：服饰类



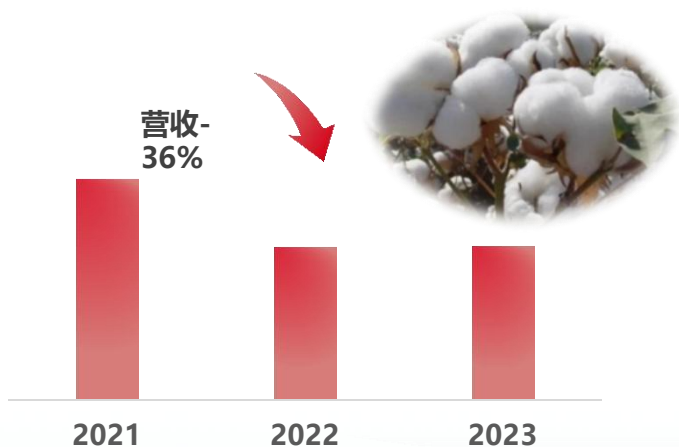
背景&目标

昔日运动巨头遭遇舆论危机，产品力与时尚度双双失守，份额遭新锐蚕食

品牌「危」，新疆棉事件遭舆论

产品「丑」，NPS口碑受产品震荡

行业「卷」，新锐品牌如雨后春笋崛起



23年品牌NPS 88，低于行业均值



品牌腹背受敌，如何重启潮流抢夺战？

数据来源：小红书数据中台：左1:adidas对外披露财报；中：小红书灵犀NPS2023指数



品牌希望重回潮流龙头，但面临场景泛、忠诚低与传播割裂的三重困境

潮流场景过宽

基数大，难以挖掘具体的偏好

2.3亿

2024年时尚潮流月活兴趣人群

用户忠诚度低

可以买阿迪，也可以买阿迪王

围绕设计、风格上的购买决策
已远超品牌心智，用户不再维LOGO论

场景 21.02%	风格 12.25%	功能 11.83%
款式设计 20.20%	颜色 8.92%	季节 5.35%
	适用人群 8.24%	价格 3.48%
		产地 1.00%
		图案 1.92%
		工艺 0.64%

款式设计&风格颜色占
据40%以上用户视野

品牌类型仅占
0.64%阅读份额

品牌距离遥远

品牌文化精神离「我」太远

YOU GOT THIS

*adidas品牌24年全新slogan

啥意思啊?



拆分不同产品使命，完成消费者买点的转译，组建品牌产品矩阵护城河

承担销量的超级大单品

稳固销冠心智盘

口碑激发

依托助用户口碑激发，唤醒产品全新穿搭演绎

风格辐射

借助明星&社区风格，扩散更多泛人群打开市场

承载品牌的成熟大单品

深耕品牌基因盘

圈层聚焦

更具像的先锋潮流圈层，完成用户聚焦

文化引领

链接文化与产品，抢占细分圈层人群渗透

意料之外的高潜大单品

拓展高潜产品盘

潜力捕捉

根据消费者需求，进行潜力spu实时挖掘种草机会

蓝海抢占

新生&萌芽期趋势抢占，孵化更多品牌超级符号预备役

打开线下零售壁垒，让风格走进生活，让体验赋能零售

从激发到引领，借产品链接圈层，让产品变成对应圈层的超级符号

激发更有影响力的品牌partners



引领更具像的潮流圈层

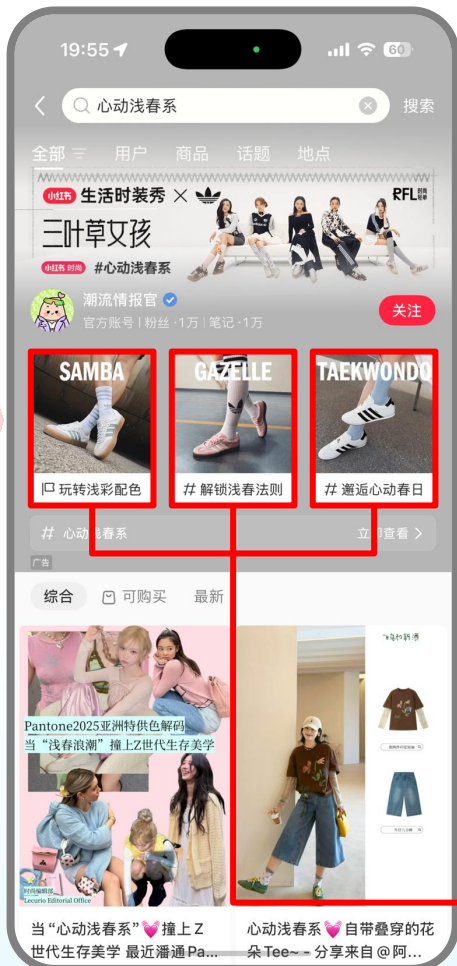
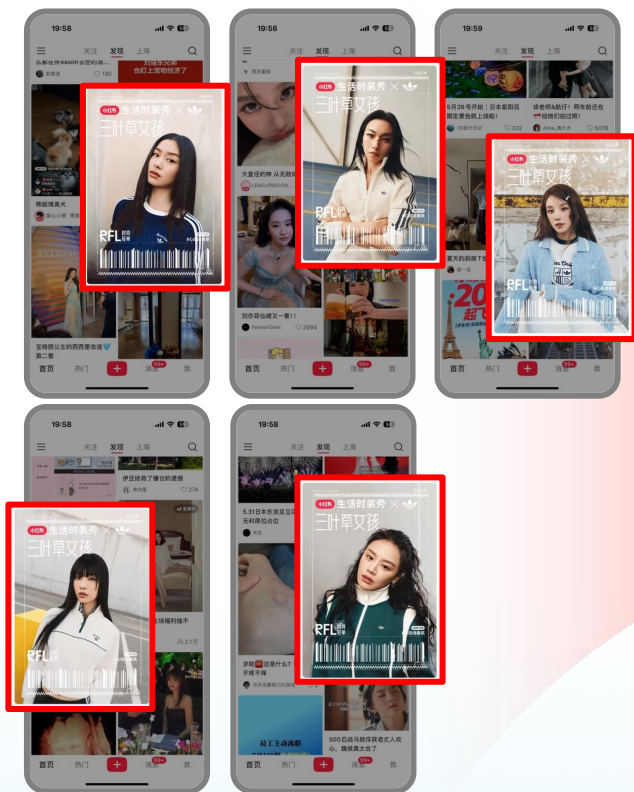
CULTURE CREDIBILITY
篮球/滑板/霹雳舞/KPOP
深耕GEN Z的街头文化



让每一个文化圈层都有可承载的
具体单品变成圈层内的超级符号

让**YOU GOT THIS**
不再是个冰冷的口号

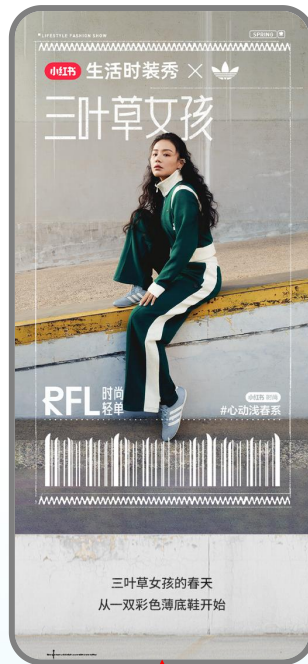
星光阵容演绎春夏趋势，浏览场矩阵式刷屏，搜索场全方位导流



活动 H 5

趋势话题

品牌话题



官薯单品品牌活动宣发，号召用户关注参与线上互动



@潮流情报官



@潮流薯



@小美说



@才艺薯

号召曝光 **36.3w**



贝壳头回归，经典向前偏要出头！
贝门永存！谁的青春没有一双三叶草贝壳头呢？
作为adidas三叶草最经典
贝壳头
一直在不同的时代创造
成为运动、音乐、时尚与
也承载了 一代又一代的潮流

爆文

说点什么... 1505 159 38



好像大家最近都在关注贝壳头二代？
喜欢穿搭的时髦精全部集合！
三叶草Superstar||全新上线
经典贝壳头板鞋融合现代设计，展现新世代的个性表达

说点什么... 440 70 9



拜托！你们敢出头的人都这么穿？
“我把自己打扮的美美的，是因为我尊重我自己”
偏要出头，是在任何场合，任何风格里
找到属于自己的独特的好看
好看从来都是为了取悦自己，无关他人的目光，
炫耀自己

说点什么... 258 72 11



小美好伙伴|强势回归 跟着三叶草偏要出头
又有新伙伴入住小美社区
热烈欢迎三叶草 @adidasOriginals 的加入
经典与创新碰撞出新火花
Superstar II 强势回归

说点什么... 261 39 评论



我们偏要跳舞出头
“舞蹈本身就是让人开心的，随时随地，想跳就跳”
那么你你你你要跳开心吗！
此刻开跳，舞蹈就是我们出头的方式
我偏要出头让自己好看

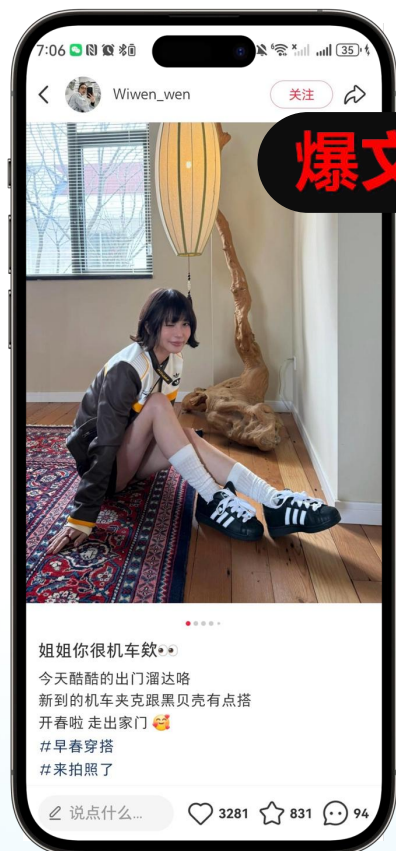
说点什么... 493 93 28

4官号5篇笔记发布 多角度逐步造势话题#偏要出头

头部达人发布优质笔记，吸引148w用户阅读种草产品



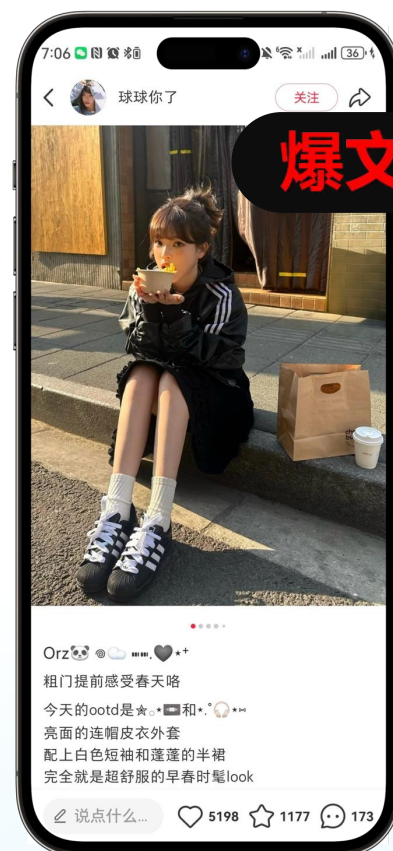
曝光: 164.3w
互动: 16397



曝光: 106.8w
互动: 4296



曝光: 34.1w
互动: 1787



曝光: 78.3w
互动: 6192



曝光: 79.9w
互动: 1649

笔记总曝光
967w

口碑激发品牌资产长线经营，一方洞察挖掘新客决策因子，差异化人群

口碑激发：品牌话题经营塑全民穿搭主理人

口碑通+全民主理人+品牌长线话题阵地

联合品牌partners Samba Day寻找SOMEBODY

全网寻找1000个努力经营的UGC



NNS+口碑通全面激励UGC内容发布

三叶草女孩

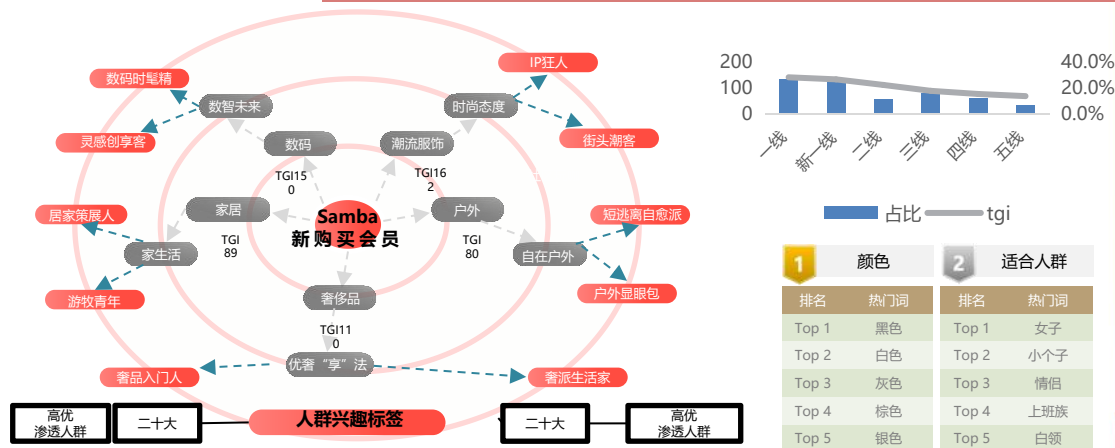
新增笔记
6W+
新增评论
23W+



#承担销量的超级单品

沉淀8w+新客，一方人群洞察发现新机会

高口碑新客与一线潮奢数码人群天然契合



经典配色Samba精准投放，潮人们的第一双薄底鞋



超四万篇用户投稿，新增近6000万话题浏览量



#承担销量的超级单品

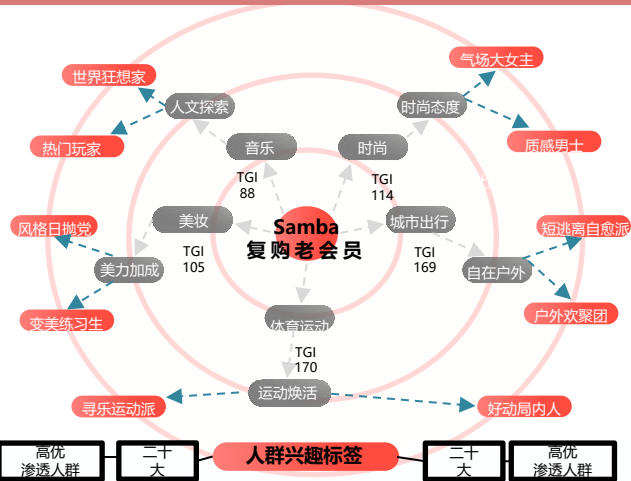
一方先行挖掘人群偏好，搭乘风格高点辐射大量泛人群，塑品牌超级符号

焕活10w+老客，再次回传人群破圈

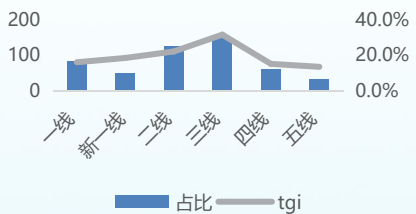
风格辐射：联动线上&零售影响泛人群

搭载风格场景持续渗透

复购老会员与低线追新出行人群重合度高



偏好鲜艳色系



1 风格		2 颜色	
排名	关键词	排名	关键词
Top 1	休闲	Top 1	白色
Top 2	浅色系	Top 2	蓝色
Top 3	运动风	Top 3	浅绿色
Top 4	清新感	Top 4	绿色
Top 5	复古	Top 5	天蓝色

社区趋势+门店零售+KOS



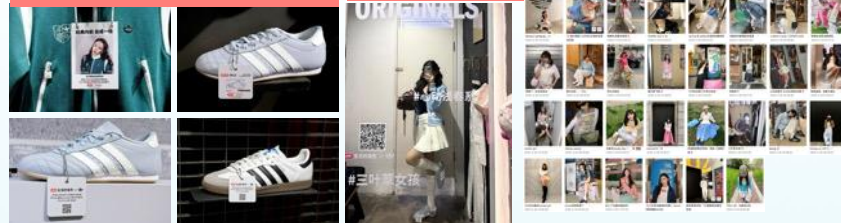
线上联动社区&明星
共创「心动浅春系」
线下门店标签扫码

探索开平合作，统一战略



趋势认证单品吊牌

趋势认证打卡镜



新发配色



SK

X

内容

X

搜索

X

人群



潮流玩家必备单品

话题词 三叶草女孩... 风格词 浅春系穿搭...

户外欢聚团
质感男士
寻乐运动派...

从「SAMBADAY」到「三叶草女孩」贯穿春天

H5 PHASE 1
上线时间：20250308-20250320

H5 PHASE 2
上线时间：20250321-20250416



#承担销量的超级单品

品牌大事件大屏传小屏，联动明星同款，从细分人群到垂类圈层打开

圈层聚焦：联动明星聚焦先锋文化

说唱、街头篮球、滑板、KPOP 内容聚焦

潮流薯&才艺薯
官方联合发起挑战

带动全网解锁好看出头公式

三叶草superstar+流行裤型+穿搭风格



@吴艳妮 @宋雨琦_G-I-DLE @GALIGALIGALI

NNS流量激励，捕获潮流人群，丝滑小程序引流



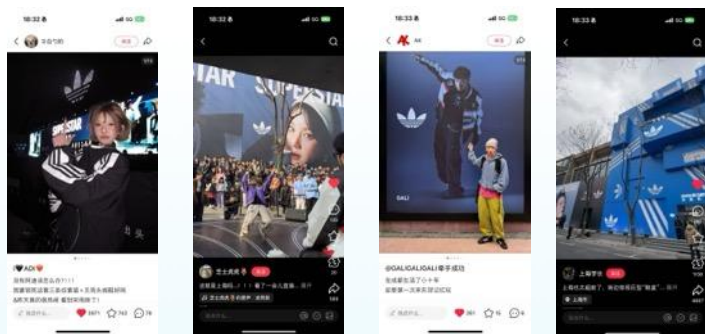
文化引领：抢占细分人群渗透

说唱、街头篮球、滑板、KPOP人群渗透



链接线下大事件
先锋文化爱好者POI定向
大屏传小屏风靡小红书

新增UGC笔记
1.4W篇



影响扩大：从细分人群到垂类圈层



从已购客到潮流圈层逐层渗透



Campaign期潮流服饰人群渗透TOP1



H5阵地聚合，品牌内容全面输出



#意料之外的高潜单品

借助潜力SPU,捕捉消费者宝藏口碑新品, 孵化更多品牌超级符号预备役

从发现到相应, 两周实现高潜单品登顶

持续识别更多潜力SPU, 实时蓝海抢占

整体诊断: 搜索高增速 运动长裤赛道TOP3



具体指标: 阅读、搜索增速快, 新品上新关注大



用户核心关注&潜力种草场景

梨形身材友好

女团风穿搭

显腿长腿直

辣妹穿搭

遮胯

松弛感周末

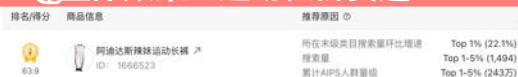
香蕉裤快速登顶运动长裤

TOP1

AIPS人群资产提升5倍
TI人群成本降低14.5倍

小红书进店成本优化30%

整体效果: 运动长裤赛道TOP1



具体指标: 阅读、搜索、小红书进店多指标大涨



足球服、跆拳道鞋、Aruku、芭蕾舞鞋、赛车鞋、厨师鞋

1+N风格种草, 打造三叶草季度风格衣橱

焦点趋势

女团、足球、跆拳道、赛车、拳击、芭蕾



1个潜力鞋款+N种穿搭思路 好口碑实时放大, 供应链快速响应放大产量



#打开线下零售

线下零售&KOS同步发力，1+3+N策略020串联风格，让体验赋能零售

覆盖超级商圈+快闪+全国10+S级旗舰店

线下覆盖350万客流，超8万人打卡快闪店



1个云中台+3个内容方向+N个SA全方面渗透



四大指标飙升，adidas重回潮流龙头，多个品牌超级符号心智建立



潮流行业内容渗透率

TOP1 (超过某潮玩品牌)



品牌搜索

+97% (行业TOP1)



品牌AIPS人群

1.02E (行业TOP1)



音乐人群渗透 **18-32%**

街舞人群渗透 **18-43%**





效果&反馈

超级符号成功塑造带动线上线下生意全面增长，小红书占比高达80%

超级符号成功塑造

好产品带动品牌全面增长



T-头鞋家族

campaign期销售额

破亿

同比+

15%

遥遥领先



Superstar

campaign期售罄率

72%

同比+

70%

效果翻倍

线上线下生意增长

好产品带动生意长效增长



T-头鞋家族新购买会员

campaign期新增

18w

小红书占比

80%



KOS

campaign期直接成交额

200w

投流ROI

5

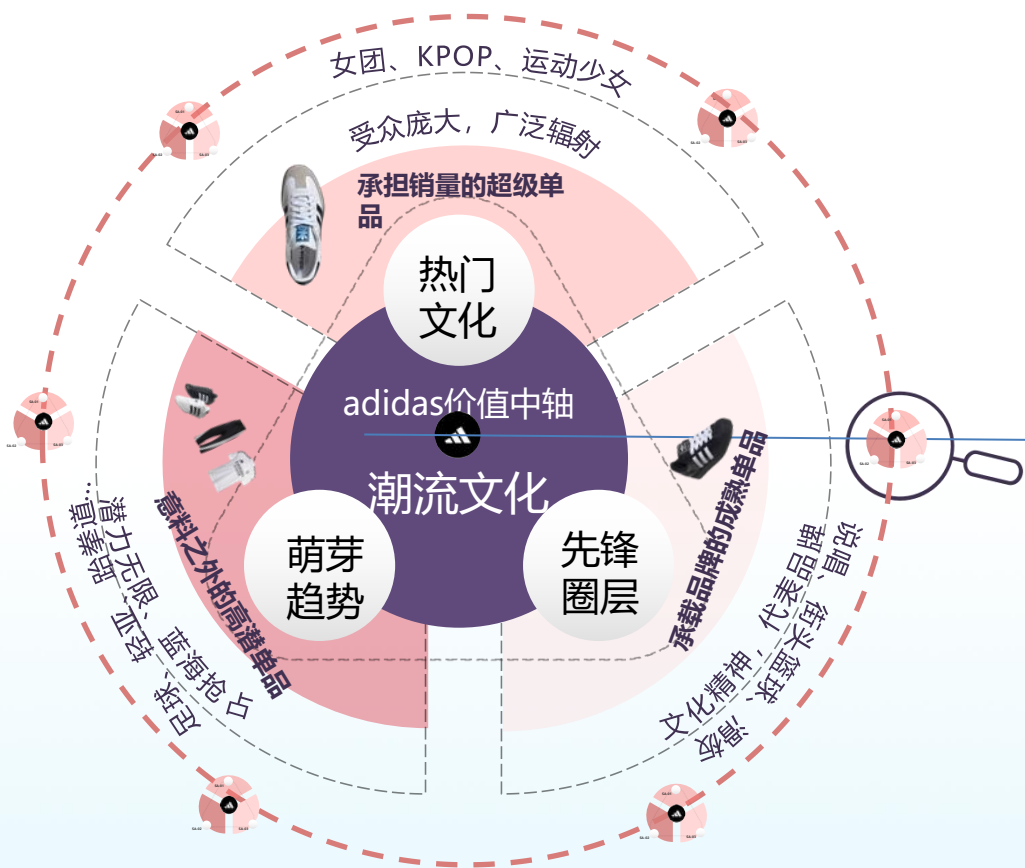


效果&反馈

从激发到引领，借文化圈层为价值中轴链接产品&零售，成就超级符号

围绕品牌价值中轴向品类跃迁

承载不同品牌使命的三大产品矩阵



子母轴联动

围绕品牌价值中轴向零售跃迁

品牌线下门店不同人设KOS承接不同文化圈层

