

康师傅饮品×美团闪购营销活动

- ◆ 品牌名称：康师傅饮品
- ◆ 所属行业：食品饮料
- ◆ 执行时间：2025.01
- ◆ 参选类别：电商营销类





背景&目标

美团闪购是当前市占第一的即时零售平台

美团旗下的即时零售平台，依托每日百万量级骑手，实现万物到家

中国即时零售市场规模持续高速增长

美团闪购增长的持续驱动力



美团是市占TOP1即时零售平台



	美团	饿了么	京东到家	淘宝小时达
城市	2.8K	2.2K	1.8K	0.3K
售点	1M	500K	300K	100K
营业时间	24hr	24hr	12-24hr	12-24hr
履约能力	30mins	30mins	30mins	60mins
骑手	6.2M	3M	1M	1M

在数字化浪潮席卷消费市场的今天，消费者对“所见即所得”的即时性需求日益凸显，“线上下单，30分钟送达”的即时零售（O2O）模式已成为不可逆转的趋势；

美团闪购作为中国领先的本地即时零售平台，汇聚了海量年轻、活跃、追求便捷的高价值用户，其庞大的流量入口、高效的履约体系和精准的数字化营销能力，为品牌提供了直达消费者“最后一公里”的黄金通道；

康师傅饮品深刻洞察消费场景变迁与渠道变革机遇，急需深耕即时零售平台，促进生意增长；



2024年，汲取23年执行经验，持续拉升生意增长

五大举措

营销整合

结合各品牌需求&平台资源，选定适配IP，站内&站外联动拓声量；

推广组合

IP采买+营销补贴+广告投放，平台资源矩阵组合出击多点位触达，最大化促进生意增长；

精准触达

针对拓新客，活老客，寻增量需求，高效搭配品专曝光+站外短信+站外RTB全面助力；

渠道建设

侧重趋势/双量增长渠道，倾斜资源投放，借助商家节点活动赋能生意；

精细作业

聚焦「品牌x场景」精准用户渗透，对应投放产品规格装；尝试使用平台工具，产品组合推广，如多口味组合/老带新等；



康师傅饮品 X 平台多元生态下的整合营销IP



从促销到营销，从年轻人群到消费场景，提供多元化解决方案，持续探索即时零售可持续增长路径

超级品牌日

单品牌破圈事件

冲击“流量+声量+销量”三高
联动、共创破圈标杆案例

超级中日

双品牌跨品类拉新

以品牌跨界、品类跨界等方式，
加速品牌跨业态人群渗透，助力
品牌销售及新客增长

超级品牌联盟

生意增长核心抓手

以整合营销玩法和渠道加强，帮
助品牌实现节点流量和销售高峰

整合营销 合约IP

闪光club

趋势营销获客年轻群体

聚焦年轻人生活方式与热点趋势，
助力品牌打造年轻化即时零售消
费阵地

超级奇妙夜

强化夜间消费场景

为20-35岁夜猫子年轻用户提供
更丰富、更惊喜的夜生活指南与
消费场景



案例分享-康师傅无糖茶X闪光CLUB

联动平台适配IP，精准年轻群体，进行好物分享，打造新品从种草-决策-拔草的全链路解决方案

+259%

6月GMV YOY

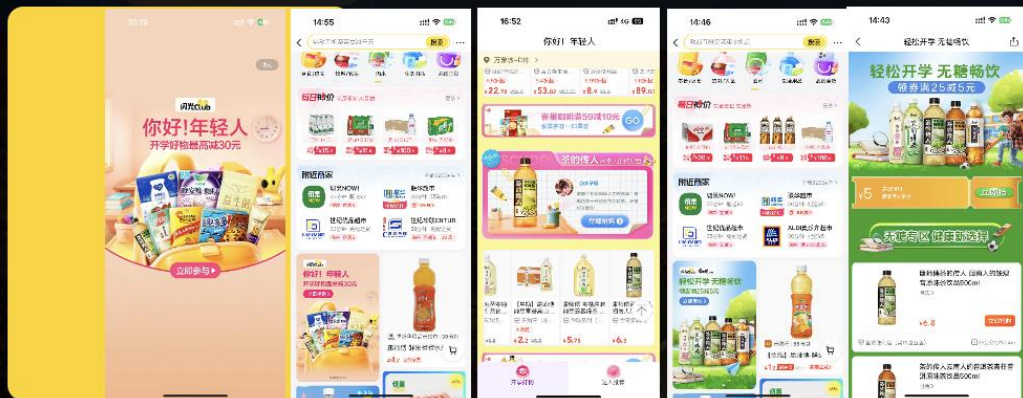
236%

订单数YOY

222%

月交易用户数

聚焦年轻人生活方式及热点趋势，通过站内IP多点位资源+多类型促销机制促进新品生意增长
联动垂类达人，通过小红书、大众点评等平台种草，助力品牌强势发声，深刻消费者心智



站内多资源位强曝光



站外联合大众点评 KOL推广



案例分享-康师傅无糖茶X闪光CLUB

联动平台适配IP，精准年轻群体，进行好物分享，打造新品从种草-决策-拔草的全链路解决方案

+259%

236%

222%

6月GMV YOY

订单数YOY

月交易用户数

聚焦年轻人生活方式及热点趋势，通过站内IP多点位资源+多类型促销机制促进新品生意增长
联动垂类达人，通过小红书、大众点评等平台种草，助力品牌强势发声，深刻消费者心智



站内多资源位强曝光



站外联合大众点评 KOL推广



案例分享-康师傅无糖茶X闪光CLUB

康师傅 饮品

美团闪购

联动平台适配IP，精准年轻群体，进行好物分享，打造新品从种草-决策-拔草的全链路解决方案

+259%

6月GMV YOY

236%

订单数YOY

222%

月交易用户数

聚焦年轻人生活方式及热点趋势，通过站内IP多点位资源+多类型促销机制促进新品生意增长

联动垂类达人，通过小红书、大众点评等平台种草，助力品牌强势发声，深刻消费者心智



站内多资源位强曝光



站外联合大众点评 KOL推广



效果&反馈



案例分享-康师傅冰红茶X夏季冰品节

结合美团闪购冰品季，打造泛冰品营销，拉动冰红茶品牌生意增长，传递「冰爽痛快」属性

+65%

7月GMV YOY

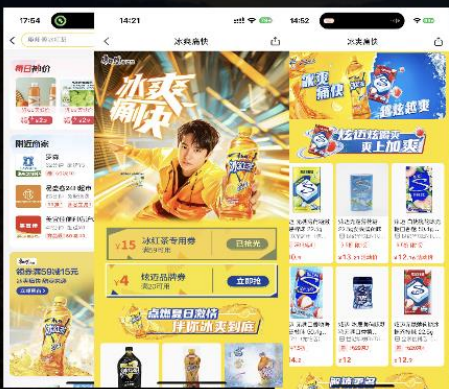
64%

订单数YOY

56%

月交易用户数

通过站内IP多点位资源+多类型促销机制+炫迈品牌联动+站外资源加磅+线下快闪展示
线上线生态共振打造全域营销，提升品类场景心智并最终实现生意增长



多资源位强曝光



冰红茶X炫迈品牌联动



线下「四大火炉」快闪活动



效果&反馈

案例分享-CNY营销战役

康师傅 饮品 美团闪购

档期活动：2024年CNY（美团闪购）

数据时间：12月1日-2月29日

活动机制：联合券、场景券、单品券、单品减运/折扣、渠道加强

四茶五果

GMV
成长

80%

喝开水

GMV
成长

铺货
成长

82%

12%

资源加持 节庆专属会场助力品牌生意
营销加码 联合神券加强品牌用户触达
链路加多 多渠道营销推动产品动销



➤ 目标完成率：134% (完成GMV/目标GMV)
➤ 生意增长率：80% (往年同期GMV对比)



S级超品联盟重磅加持
助力品牌节日生意爆发



跨品类透传家庭用水
跨年喝开水好运送到家



营销补贴加码
多场景多维度促动消费



KA商家共振触达
提升品牌交易占比

