

## 整合全域资源 助力冠能单品破圈打爆

- ◆ 品牌名称：冠能
- ◆ 所属行业：母婴宠物
- ◆ 执行时间：2025.07.01-08.24
- ◆ 参选类别：节日/事件营销类





# 背景&目标

## 品牌营销活动背景

亚宠展  
(每年8月)

- 1. 行业影响力:** 本次活动是宠物行业内的重磅事件，热度可与“双11”相媲美，备受行业与消费者关注。
- 2. 传播与爆发:** 活动周期短，在店铺直播与达人直播领域形成“双爆发”态势，流量集中且势能强劲。
- 3. 行业联动:** 今年由行业牵头，联合明星与头部达人共同发声，借助多元影响力矩阵，扩大活动声量与辐射范围。



亚太宠物行业旗舰展  
8月宠物行业必赴盛会



全产业链从业人群覆盖  
拓展更多商机



## 背景&目标

### 面临挑战

#### 达人资源

品牌合作达人数量有限，在大促期间的流量抢夺中缺乏优势，难以充分借助达人矩阵实现流量与销售的最大化转化。

#### 投放预算

费比（费用比率）为 20%，且活动期间无额外投放预算，在流量获取与推广投入上面临较大限制，对营销效果的进一步提升形成制约。

### 核心目标

#### 全店业绩：

冲击销售目标，以规模性业绩体现活动成效。

#### 客群拓展：

着重实现客群结构优化与新客增量突破。

#### 单品突破：

打造单品爆款，以爆款效应带动整体销售与品牌认知。

通过业绩突破、客群优化与爆款打造，全面提升品牌在宠物行业的市场表现与影响力。



### 人群洞察：精准匹配多元化养宠需求

通过场景化产品设计和精准营销，深度渗透以下核心人群：



- 科学养宠先锋：以年轻白领和高知群体为主，注重营养成分的科学性和可追溯性。
- 功能需求家庭：针对宠物存在肠胃敏感、皮肤问题、泌尿疾病等健康困扰的用户，冠能推出针对性产品并提供在线问诊服务。
- 老年宠主：关注宠物老龄化带来的健康风险，冠能通过“亚宠展讲座”强化“延缓衰老、提升生活质量”的产品价值。老年犬粮用户中，85% 认可其对关节和认知功能的改善效果。
- 过敏养宠家庭：冠能畅抚猫粮通过“科技赋能人宠共生”的定位，吸引对猫过敏但不愿放弃养宠的人群。



# 洞察&创意

活动主题

萌主请就位

活动阶段

7.1- 8.17

8.18- 8.19

8.20-8.24

准备期

预热期 - 抢先购

正式期 - BIG DAY

核心策略

加大拉新+日销折扣提升+核心单品热度提升

素材测试+平台资源提报+店播机制上线

店播现场直播+达播合作热度升级

具体动作

- 7月开始派样拉新加量，拓展人群基数；
- 活动目标&机制确认，8.1开始拉升日销折扣；
- 8.7开始商品卡千川投放拉升，单品爆款热度提升；
- 提前10天产出预热素材，数量提升+加大营销类素材比例

- 素材测试&针对跑量视频加投，拉升直播间人气&转化；
- 平台热点视频+直播间活动提报，获取官方流量奖励；
- 亚宠展活动上线，专属囤货货组上架出售；

- 亚宠展现场直播&场景调整；
- 千川跑量素材增投+全天候切片录制发布，直播间逼单转化；
- 头部达人直播落地，全店销售增长；
- 中腰部视频达人现场内容制作，直播间热度升级；

人群资产沉淀

○

A1

A2

A3

A4

A5

扩大人群资产

提升人群流转

加速人群转化



## 受众参与互动的营销场景



### 独家冠名犬类赛事：

冠能独家冠名了“冠能®杯”宠爱王国2025年CKU®全犬种冠军展等多项犬类赛事，展会于8月21日-24日在上海新国际博览中心E3L51举行。百余条血统纯正的世界高端赛犬云集亮相，由资深审查员从犬只优生优育的角度评选出各个犬种中优秀的犬只。

### 打造 AI 诊疗室：

冠能打造了AI宠物健康表现诊疗室，并有专业兽医现场坐诊。同时设置了10余场丰富的讲座与交流环节，涵盖行业专家分享、KOL互动等环节，搭建起公众与专业群体的双向沟通平台。



# 效果&反馈

## 执行亮点 1

### SHOPPER RECRUITMENT AND RETENTION

人群破圈沉淀资产

#### ACCUMULATED FANS

活动期间总计沉淀粉丝

**3,804**

#### NEW CONSUMERS MIX

店铺新客率

**78%**

#### INCR. MEMBERS

会员用户新增

**3,154**

#### INCR. 5A SHOPPERS

品牌5A人群增量

**344%**

### PRO PLAN NUTRITION ACADEMY RECRUITMENT ONGOING

冠能营养学院持续招募



**35** hours of training provided, **150** contents published, and ongoing recruitment of over **200** professional influencers.

累计培训时长35小时，发布视频150条，持续招募200+专业达人。

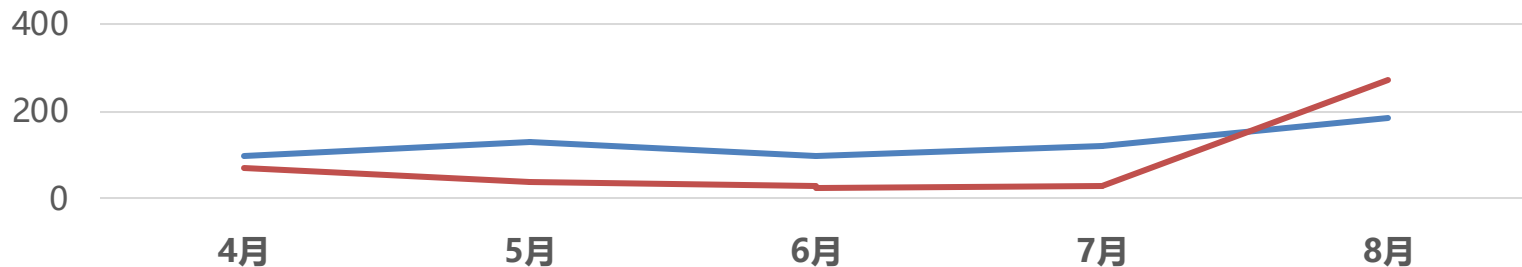


# 效果&反馈

## 执行亮点 2

### 爆款打造链路，单品热度升级转化提升

— 销售 — 曝光



销售端



策略端

- 直播间主推2号
- 短视频推广
- 直播间主推1号
- 短视频推广
- 主推规格7KG调整到2.5kg
- 直播间主推1号
- 短视频推广
- 主推规格7KG调整到2.5kg
- 超值购官方入池
- 商品卡投放加持 (投放成交占比20%)
- 直播间主推1号
- 短视频推广
- 主推规格7KG调整到2.5kg
- 超值购官方入池
- 主推款囤货货组机制
- 商品卡投放放量 (投放成交占比30%)
- 达人主推款



### 冠能 | 室内猫成年期全价猫粮

**告别“蒲公英”**  
 7大健肤营养,毛发营养足  
**铲屎不捏鼻**  
 助力健康便便  
**温和排毛球**  
 3重膳食纤维帮助解决毛球问题

## 执行亮点 3

## 借势平台热度资源，积极获取官方流量增持

- 短视频活动话题联动#萌主请就位、#抖in萌宠计划、#萌宠好物+官方热点视频发布

连续14天热点视频，视频**总曝光20W+**  
单条浏览量最高达5.1W，荣登**话题全网种草榜TOP4**



8.13热点话题：#是时候展示我家毛孩子的才艺了  
浏览量：5.1万  
点赞量：3047

8.15热点话题：#毛孩子吃零食秒变表情包  
浏览量：3.7万  
点赞量：1047

- 商品SEO优化“萌宠好物”  
店铺搜索曝光人数**增长28%**



【达人专属】冠能老年期全价猫粮  
营养主食宠物粮食猫粮萌宠好物  
ID:3567106891983225354  
全款预售发货  
🔗 预览 复制链接



【达人专属】冠能0-12月幼猫牛  
初乳怀孕期全价猫粮萌宠好物宠...  
ID:3713670397829448011  
全款预售发货  
🔗 预览 复制链接



【达人专属】猫用洁齿饼干清洁口  
腔冻干萌宠好物Dentalife齿一生  
ID:3712409702597001623  
🔗 预览 复制链接

搜索曝光人数  
814.39万 ↑ 28.53%  
同行顶尖 ⬇ 1,201.71万

搜索点击人数  
217.39万 ↑ 83.05%  
同行顶尖 ⬇ 287.88万

客单价	搜索成交订单数	搜索成交人数
¥87.33 ↑ 8.73%	6,370 ↑ 50.56%	5,924 ↑ 51.78%
同行标杆 ⬇ ¥154.67	同行顶尖 ⬇ 6.39万	同行顶尖 ⬇ 4.23万

- 官方资源提报（品类领航员、万店钜惠直播间、短视频话题打榜赛，特色主题直播间

直播间商城推荐曝光**增长126%**



超值购加权，大家尽购加权机会（免费加拉!!!）活动名称：购-长期活动入口 报：fxg.jinritemai.com/ft/campaign-detail?id=7407327576971...  
eller\_link 核心权益：不锁库存、自主报名

## 执行亮点 4

## 自播现场创意直播搭建+内容联动



直播设备升级&现场场景搭建  
曝光进入率提升45%，点击转化率提升2%

千万粉丝短视频达人内容联动  
自播素材AI动态创意集合&直播高光切片  
单条素材消耗最高5万+，ROI 3

## 执行亮点5

### 带货型达人



### 内容种草型达人



期间累计合作达人171人(同比去年+231%)  
累计贡献销售100万+

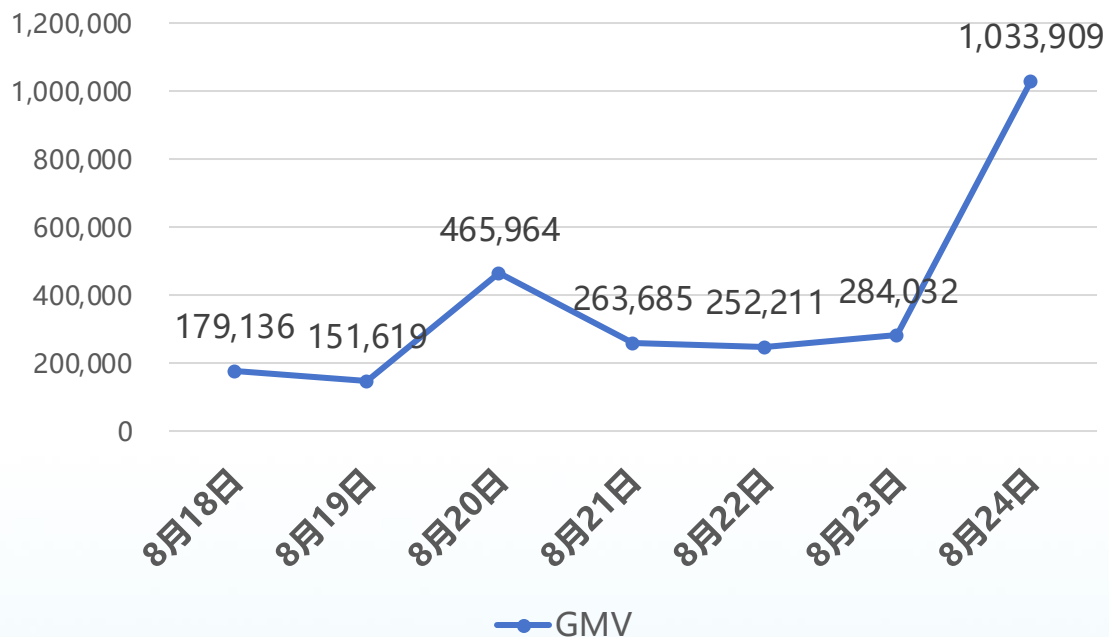
发布了305条短视频  
整体短视频曝光300万

## 效果复盘

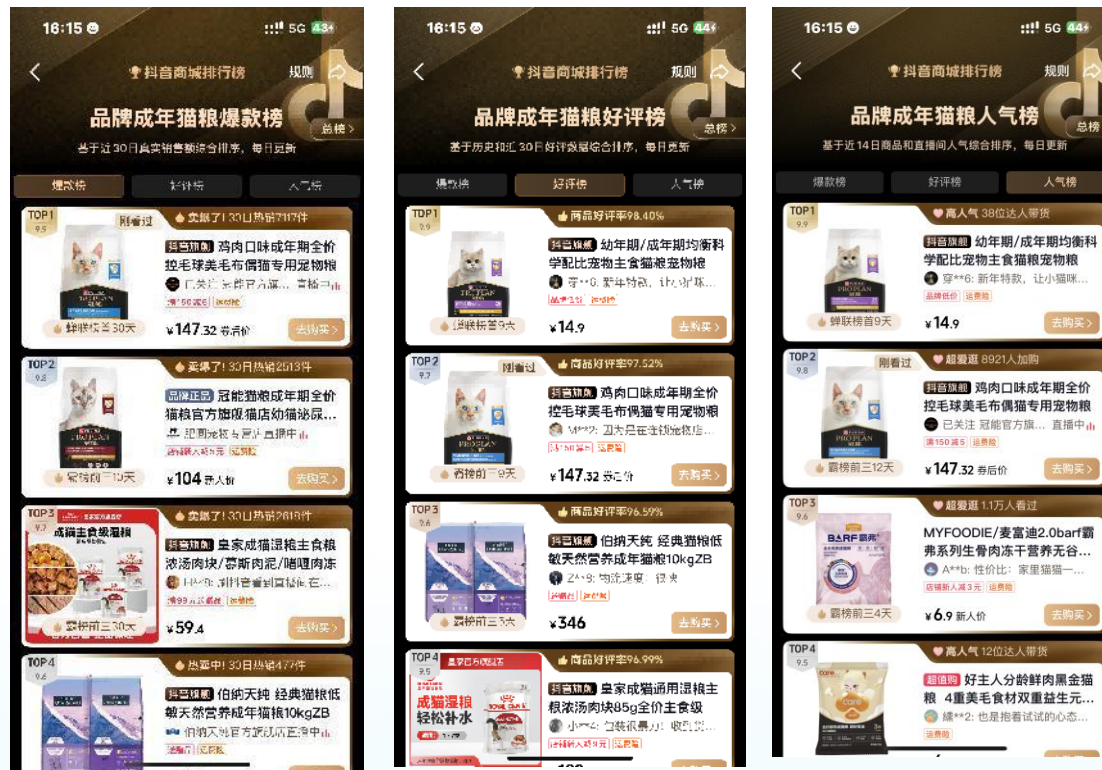
8.19-8.24达成GMV263万，核销215万  
销售同比增长165%

新客成交人数1.72万，新客占比76%  
新客人数增长236%，新客占比增长10%

分日销售趋势



**活动销售**  
8.24单天最高GMV突破100万+  
单天跳起率10倍



**行业榜单**  
品牌成年猫粮爆款榜TOP1成猫好评榜TOP1-2  
成猫人气榜TOP1-2



### 其他补充说明

#### 1. 专家背书 + 数据公示：建立品类认知壁垒

冠能通过“10场专业讲座 + 临床数据展”构建权威形象：林德贵教授现场解读 IgY 抗体技术的科学性，称其“树立功能性猫粮研发标杆”；展台设置“39年科研成果墙”，公示幼宠粮“提升50%免疫力”、老年粮“延长1年健康期”等实验数据，配合第三方检测报告，强化“精准营养 = 冠能”的认知。

#### 2. 赛事 IP 绑定：传递“冠军营养”的核心价值

独家冠名“CKU全犬种冠军展”，将赛事与产品深度绑定：赛犬现场食用冠能专业粮，解说员同步介绍“关节保护配方助力跳跃”“高蛋白配方提升耐力”，并在展台设置“冠军犬营养档案”，展示不同赛事犬的定制化喂养方案。

**行业影响：**慧博投研资讯评价，冠能“通过赛事 IP 将产品功能场景化，为行业提供了‘专业价值 + 品牌传播’的双驱模板”，相关报道获 8 家行业媒体专题转载。

冠能未停留在“产品创新宣传”，而是通过“工具化体验 + 场景化叙事 + 资源化赋能”，将“微创新”（供应链 / 技术）与“精准营养”（产品 / 服务）转化为 C 端可感知的生活价值、B 端可落地的盈利工具、行业可认可的标准范式，最终实现“品牌认知→消费转化→渠道忠诚”的全链路突破。