

圣火科技集团



- ◆ 公司网址: <http://www.gdshcm.com>
- ◆ 微信公众号: 圣火科技集团
- ◆ 参选类别: 年度最具影响力移动营销公司



圣火科技集团

广东圣火科技集团成立于2013年，总部位于广州市，旗下拥有一物一码、上海秀飞、龙鬻数字三家全资子公司，是一家以技术、大数据运维、创意为核心驱动力的数智科技营销集团，为世界五百强和头部品牌提供战略咨询、创意策划、内容运营、公关行销、元宇宙创意内容运营等服务，全链路为客户企业数智经营赋能帮助企业数字化转型升级，实现品效销一体化营销。

物码全链路营销解决方案 助力世界五百强品牌企业数智经营

为客户提供互动营销、渠道动销、私域变现、私域互通及产品的防伪溯源防窜货，帮助快消零售行业构建私域流量等服务。

公司作为数字化营销的引领者和变革者，致力于新产品、新技术、新模式的开发，与世界五百强和头部品牌建立的全链路数字化营销体系已经成为行业标杆，相关案例近两年内相继取得十多项行业大奖，自主研发共获得软件著作权73项，授权发明专利1项，在审发明专利3项，实用新型专利1项，高新技术产品3项。






公司常年服务于康师傅、百事可乐、王老吉、雀巢、雅士利、南方电网、京东、唯品会等世界知名企业和品牌，与新华网、凤凰网、抖音、快手、小红书、微信、支付宝等平台达成长期深度合作。**公司年产值超一亿元**，近年来荣获国家商务部“中国数字服务暨服务外包领军企业——百强企业”、“国家高新技术企业”、“中国一级广告企业”、“广东省专精特新企业”等荣誉。

物码全链路营销解决方案



通过内部营销传播闭环的建立 重塑营销传播体系

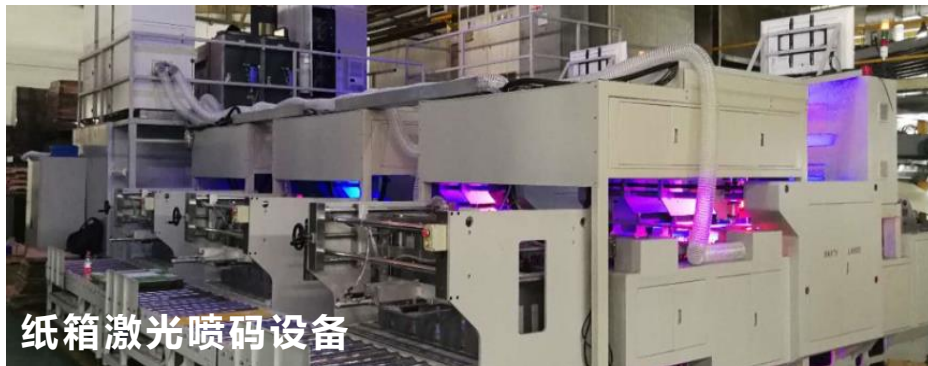
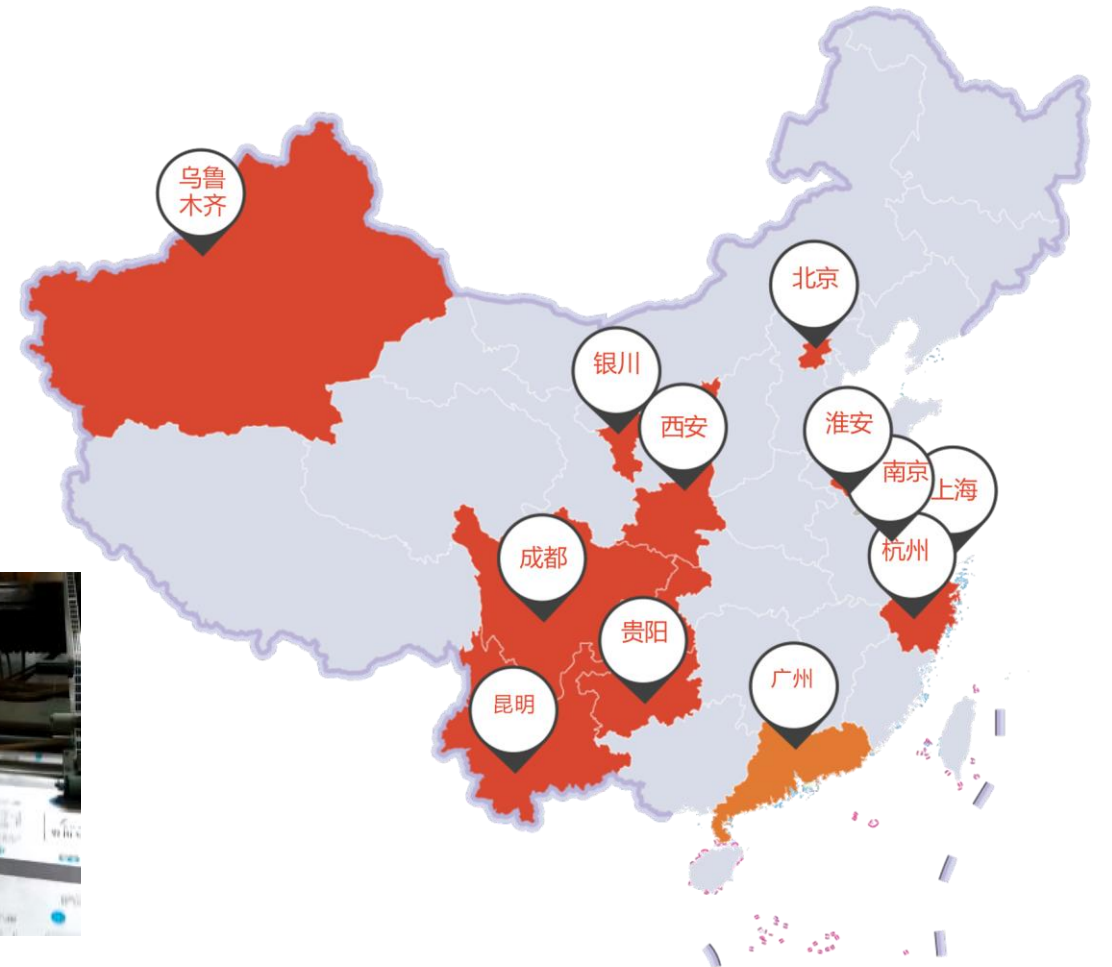


构建顾客和品牌的链接，围绕着数字化运营、驱动、基础、组织和生态系统建设完整的数字化能力体系，重塑增长方式，奠定未来增长动力，逐步有序地获取商业价值。

投资自有赋码采集设备，分布全国多地

已在南京、苏州、扬州、淮安、杭州、合肥、成都、贵阳、昆明、西安、兰州、银川、乌鲁木齐等地设有大数据生产及数据采集基地。

自主研发共获得软件著作权73项，授权发明专利1项，在审发明专利3项，实用新型专利1项，高新技术产品3项。



纸箱激光喷码设备

打造品牌私域流量平台，对用户进行精准化运营，实现“千人千面”的数字化营销体系

数字化生产、智能供应链

准确掌握生产、流通铺货和终端销售数据，全过程溯源、窜货智能预警、产销联动，提升供应链数字化转型升级



统一品牌长效私域主阵地

借助微信小程序，构建品牌与消费者的社交通路，为C端会员提供各种有趣的营销工具，实现私域会员统一运营。

终端门店智慧管理（SCRM）

一键注册门店，一键邀请好友开店，快速实现门店扩张
特权信息直连终端，打造门店运营主阵地

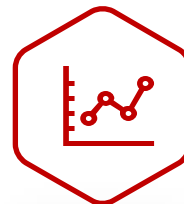


私域流量灵活变现，带动销量增长

联合促销、付费会员、UGC话题广场、秒杀、拼团、直播等，实现私域会员流量灵活变现，全面提升品牌线上商城产品销量。

线上、线下、社群三位一体数字化运营

串联新品派样、CVS、快闪店、线下门店各种消费场景，实现线上线下数智化整合营销、统一运营



数据中台，大数据智慧运营，精准营销

汇聚公域、私域、第三方数据，实时掌握企业生产管理、渠道运营、C端营销全链路数据，实现大数据智慧运营！

资质荣誉

广东省
专精特新企业

广州市两高四新
(专精特新) 企业

国家商务部
中国数字服务
零售领域
领军企业

广州市工信局
广州市互联网、大数据
人工智能和实体经济深度融合应用优秀案例
新一代信息技术赋能智慧湾区创新案例



部分专业奖项

长城奖

智能营销类银奖
整合营销类铜奖
社会化营销类铜奖

虎啸奖

年度大数据&智能公司大奖
私域营销类银奖
整合营销类优秀奖

IAI传鉴国际广告奖

大中华区年度整合营销公司
年度最具成长力数字营销公司
技术营销 金奖/银奖

金投赏

新零售组银奖
数字管理营销组优秀奖

TMA移动营销大奖

整合营销类金奖
客户体验类银奖
创意类银奖
创意H5营销类铜奖
娱乐营销类铜奖
互动体验铜奖
最佳移动营销服务平台
最具突破力移动营销公司
年度最具创新力移动营销公司

金鼠标

最佳营销效果奖
最佳数字营销平台
智能营销类金奖
程序化购买类铜奖
社会化营销类铜奖
下沉市场营销类铜奖

Topdigital

营销服务类金奖
智能营销类铜奖

ECI数字商业创新奖

最具创新力服务机构
营销创新类铜奖

中国创新创业大赛

互联网行业优胜奖

中国国际公共关系案例大赛

文化体育传播与公共关系类铜奖
文化体育传播类铜奖

2020非凡大奖

典型案例奖
优选案例奖

媒介360

活动营销金奖
公共活动传播金奖
泛娱乐音乐铜奖
活动营销铜奖
数字营销传播铜奖

广州女性创客大赛

创业组冠军

DMAA数字营销奖

多平台整合营销类铜奖

金梧奖

社会化营销类 金奖
大数据营销类 银奖
短视频与直播营销类 经典案例

梅花营销创新大赛

最佳效果营销铜奖



● 打造康师傅畅饮社C端会员管理小程序



将全国各地零散公众号粉丝汇聚到**康师傅畅饮社小程序**，通过有趣、新潮的**营销工具**、**互动游戏**、**视频直播**，实现康师傅粉丝生态圈**增粉**、**促活**。然后围绕小程序会员体系，进行**粉丝数字化深度运营**，实现**私域流量变现**——**扩大品牌声量**和**提升产品销量**。

项目成就

全年累计
注册用户
3400万+
人

日活用户
20万
人

开展营销活动
10000
场

康师傅冰红茶 “潮玩燃造店，揭盖赢潮品” 智能营销



小程序端



燃造店首页



sp首页

通过在瓶盖上粘贴营销二维码，消费者购买康师傅冰红茶瓶装饮品，即可揭盖扫码，进入康师傅畅饮社小程序，通过“潮玩燃造店”抽奖、兑奖、竞品等方式获得奖品及优惠券，引导线下复购，从而结合线上线下营销，提供产品销量。

项目成就

活动浏览量
69,297,435
次

拉新人数
13,754,758
人

扫码瓶数
14,484,615
瓶

康师傅饮品 “加康加年味” CNY营销

活动首页

-用户扫描瓶盖码进入活动首页



获得康卡并领奖

用户随机获得一张康卡后开奖

领取奖品信息

用户领取奖品后可参与集卡活动



康师傅饮品围绕“加康加年味”这一理念，深度绑定综艺IP《集合！开心果》、打造创意短片、策划“见康赢好礼”AR活动、上线“康师傅饮品年味集市”小程序、整合微信朋友圈广告渠道，精准捕捉时下年轻人喜好，用“康”文化赋能品牌，为品牌理念构建传播基石。

项目成就

扫康人数
1,600,442
人

新增人数
1,530,392
人

开奖次数
16,094,290
次

康师傅喝开水国潮达人大赛事件营销服务案例



案例详情

2021年5-10月，康师傅喝开水冠名赞助，举办“百年盛世，古韵芳华”国潮达人大赛活动，通过事件营销，以“国潮达人”为概念载体，以及所营造的“传承文化，寓教于乐”理念，将东方传统文化与现代都市文化潮流相结合，成功打造一场中国最具影响力的选美赛事、属于北京路商圈自己的专业品牌赛事，同时拉长康师傅喝开水品牌的营销战线，保持品牌音量。“千人汉服巡游，再现北京路千年商都盛世繁华”新国潮营销事件，花式出圈，线上线下共同助力，吸引更多国潮爱好者等目标人群来到现场打卡，汇聚人气，引爆国潮赛事流量，达到宣传推广、拉动消费的效益。老字号商企走进新国潮经济，促进国货消费。

68%

活动复购率

10万+

粉丝累积

5亿+

全网传播曝光

百事纯水乐张艺兴明星见面会品牌营销服务案例



案例详情

2021年纯水乐苏打气泡水闪耀上市。2021年9月5日，携手代言人打造一场超带感苏爽派对的品牌营销事件，本次活动在直播平台、社交媒体多维度进行线上曝光，聚焦媒体和目标消费对象关注，深入沟通“气泡更带感 喝水不平淡”品牌主张，沉淀品牌文化，提升消费者关注度，实现市占的提升。本次活动以抖音直播和京东电商作为直播入口，在微博覆盖全网推广，盖垂直社交媒体，多维度进行曝光。通过全网扩散种草苏打水+直播间噱头炒作+代言人超话点燃线上热度。见面会现场植入互动玩法以及代言人推广，把粉丝经济转化为代言人经济，以大成促进产品销量效果。

35%

活动复购率

5万+

触达人群

5千万+

全网传播曝光

康师傅喝开水训练营体育营销服务案例



案例详情

2022年6-8月，康师傅喝开水打造#沸腾新势力#篮球训练营，焕新运动社交新模式，强化场景教育，建立“沸腾新势力”的新态度，给全国篮球爱好者搭建了一个相互交流学习展现自我的平台。康师傅喝开水渗透到篮球圈层并深度沟通，洞察核心消费人群的关注点，让产品植入到运动消费场景中。以篮球运动为载体媒介打造全国性的体育营销事件，花式出圈，线上线下共同助力，吸引更多篮球爱好者等目标人群来到现场入营，汇聚人气，引爆喝开水训练营流量，达到宣传推广、拉动消费的效益。

600万+ **490万+** **100万箱+**
 全网阅读量 触达人群 拉动销售

康师傅冰红茶/无糖冰红茶新品发布营销案例



案例详情

2022年2月，通过行业首个无标签包装概念，利用绿色低碳环保话题制造行业现象级营销事件，为打造行业首个无标签产品攒足亮点，强化康师傅品牌绿色环保概念，市场占位，促进销量提升。康师傅冰红茶系列首次推出系列“裸”瓶设计，制造话题引起舆论，带动微博热搜、公众号发文，聚焦大众视线，KOL大号持续发酵，助推品牌新品提升转化率。

55% **5000万+** **50万箱**
 活动复购率 覆盖人群 带动销售

康师傅冰红茶超燃3X联赛体育营销服务案例



康师傅无糖冰红茶舞动无界街舞挑战赛营销案例



案例详情

2022年5-7月，以“燃情夏日，冰爽够痛快”为主题，在校园掀起一场体育风暴，打造以“活力”、“青春”为基调，深受年轻人欢迎的“超燃”篮球赛事，将康师傅冰红茶与3X篮球联赛“强势捆绑”。与原创热血国漫《左手上篮》深层绑定，破圈吸引粉丝的同时，进一步为品牌和产品注入青春活力，助力国民级篮球流行文化的打造，坚定年轻群体的文化自信。比赛现场同步直播。门户网站、视频平台实时更新赛况，引导用户参与内容共创，释放品牌被发现和传播的价值。利用篮球知名KOL（阿不都、巴特尔等）的影响力，传播精彩赛事内容，产品融入曝光。以产品上的营销二维码作为媒介传播触点，消费者扫码参与有奖竞猜，品牌信息得到曝光，同时促进产品销量。

65%

活动复购率

4万+

覆盖人群

8千万+

全网传播曝光

案例详情

2022年6-8月，打造的康师傅无糖冰红茶舞动无界街舞挑战赛。无糖冰红茶全新顶流代言人王一博，自带明星流量以及号召力，结合代言人身上的潮流气息，融合街舞文化中的潮酷、激情和无界限，契合康师傅无糖冰红茶的品牌属性；康师傅无糖冰红茶赞助大火综艺节目《这就是街舞》，同时与本地商超、CVS店配合联动，吸引粉丝的同时，利用超市的人流量最大程度扩大赛事影响度，达成合作共赢的联手效果。互动H5、视频、KOL加持、娱乐直播平台、户外推广整合活动亮点及UGC作品，多方位加强活动效果的传播。

150万箱

活动销售

5亿+

曝光覆盖

8500万+

精准触达人群