

# “百年盛世，古韵风华” 2021康师傅喝开水国潮达人大赛

- ◆ **品牌名称:** 康师傅饮品
- ◆ **所属行业:** 饮品行业
- ◆ **执行时间:** 2021.07.25-10.13
- ◆ **参选类别:** 场景营销类



- 活动主题：“百年盛世，古韵风华”2021康师傅喝开水国潮达人赛
- 活动地点：北京路商圈
- 活动人群：国潮服饰爱好者、国潮品牌设计师、戏曲爱好者等
- 活动规模：10w人次

## 活动视频

视频链接：

<https://media.itouchtv.cn/newsDetailReview/MzExMTgzNDc6MTYzNTMyNDAwNQ==/22ac1f808525a6a5d9a242f79adc8675>

## ▲ 营销背景

- 康师傅喝开水源自《本草纲目》“太和汤”的健康饮水文化，以现代技术高温煮沸，升级熟水品质，其“熟水温和好吸收”的产品利益点与当代青年追求健康与文化的诉求高度契合；
- 康师傅喝开水提倡“健康、自信、传统、时尚”的理念，符合年轻群体的潮酷审美，如何在融入营销推广的同时拉动业务增长，得到更高的曝光和关注，抢夺饮品市场份额。
- 在市场上同类竞争品牌都在强调“养生健康”的调性下，康师傅喝开水急需打造一条融合年轻人潮流、提升品牌形象、拉长销售战线的营销之路。

## ▲ 营销目的

- 强化康师傅喝开水“健康向上、紧跟潮流”的记忆点，拓宽受众圈层，提升品牌知名度与口碑；
- **针对性吸引目标客户群**，聚集人气，从而达到宣传推广、拉动商家消费的目的；
- 增强用户品牌认知，提升转化与交易频次，驱动消费者的复购，提高康师傅喝开水的销售额。

## 受众洞察

- 目标受众：中低收入**的15-35岁**的大众群体；
- 根据背调分析，现代年轻群体紧跟潮流，时尚文化关注度正不断提高；
- 伴随着文化复兴的潮流趋势，国潮文化渐渐在年轻人中形成一种新风潮；百度与人民网研究院联合发布的《百度2021国潮骄傲搜索大数据》报告指出，**国潮在过去十年的关注度上涨了528%**，国潮已经渗入了大众的生活之中；顺应潮流，诞生了一一批批“**国潮达人**”；
- **广州北京路商业街的新改造展现了千年商都的繁华风貌**，地处广州旧市区商圈，**东方传统文化与现代都市潮流元素相结合**，人流量集中，适合举办大型赛事。

基于以上分析及洞察，举办“百年盛世，古韵芳华” -- 2021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“**文化传承，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**，旨在打造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。

## ▲ 营销策略

### ● 品牌策略：品牌融入传统理念，孵化出珠三角的国潮IP，活化营销之路

康师傅喝开水担任本赛事的冠名赞助商，坚持以传统文化为底蕴，携手共赢的理念，以创新、创意的形式打造中国最具影响力的国潮文化赛事，孵化出席卷珠三角的盛世国潮IP，达成品牌赛事双赢。

### ● 传播策略：多元化手段宣传赛事，进一步扩大品牌的知名度与影响力

借助“国潮达人”的号召力发起线下“百年盛世，古韵芳华”2021康师傅喝开水国潮达人大赛，持续拉长康师傅喝开水推广战线。线上线下共同打造新国潮营销事件，在线上各大平台的新媒体网红大V联动招募，以及线下大流量户外广告投放的共同助力下，引爆国潮赛事流量，带动品牌提高声量。

### ● 销售策略：“跨界”引领时尚，促进国潮国货消费

以“国潮达人”为载体，全面联动老字号企业，聚焦文化传承、国货崛起、时尚消费、创新业态，推动“老字号”走进“新生活”，实现老字号“国潮新风尚”，引发大范围曝光，达到最佳宣传效果提升销量转化。

## ▲ 活动概况

打造顶级时尚品牌赛事，倚仗北京路商圈，掀起新国潮热浪

以**国潮舞蹈、音乐、器乐、汉服走秀**等多元形式呈现，借助传统与现代创新元素，重新结合。

大赛分6场进行：3场初赛，分3个场地进行，分别是**广百、天河城北京路店、五月花广场**，周末进行；复赛1场，准决赛1场，总决赛1场，共6场。本次赛事共吸引社会各界及广大国潮爱好者**超10万人**，各大知名品牌商家汇聚，共同打造国潮盛会。



## 活动执行亮点

线上发起报名 & 海选通道开启，百万票选打榜，助力国潮达人出圈

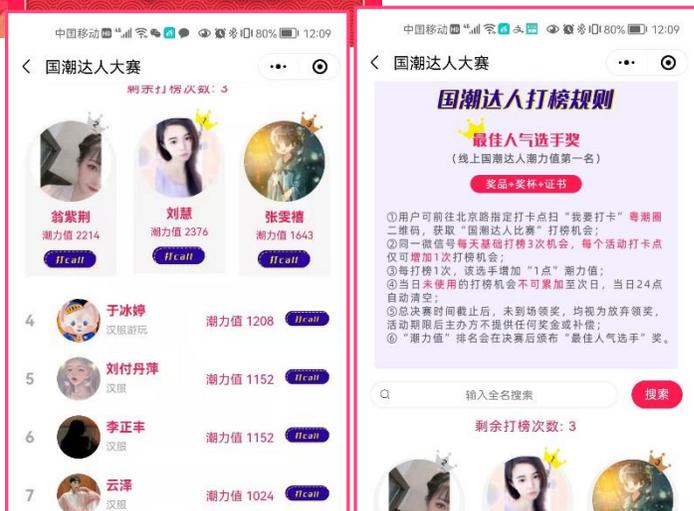


发动国潮圈力量  
利用“国潮达人  
大赛”小程序推动赛  
事进行



线下报名打卡点人气火爆  
拉近品牌与年轻受众的距离

▲抖音、微信大V  
等联手打造顶级潮流  
盛事



## ▲活动执行亮点

### “千人汉服巡游”事件花式出圈，引爆赛事流量

打造“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。



## ▲活动执行亮点

整合政府、商家、商会等多方资源，强强联合，整合营销

政府多方部门大力支持与配合，广州越秀区商务局、广州市越秀区文化广电旅游体育局、广州北京路文化核心区管委会指导。



▲配合承办方联系非遗传承人提供艺术指导、国潮艺术展示、戏曲表演等

▲开启北京路首届“一带一路”国际展销节活动，推广赛事、拉动品牌消费

## ▲活动执行亮点

带动老字号企业走进新国潮经济  
结合新国潮打开“遇见年轻人”的大门

联动**20多家**耳熟能详的老字号企业，包括岭南集团、皇上皇、趣香、广州酒家、惠如楼酒家、点都德、鹰金钱、利口福、珠江钢琴等，促进国潮国货消费，扩大内需。



## ▲ 活动执行亮点

设置“康师傅喝开水国潮打卡点”，为赛事引流



## 活动宣传

全媒体矩阵，线上直播 + 官方媒体渠道加持，全方位对赛事进行曝光



▲启动仪式发布会



▲一直播平台直播赛事 网红达人引流

2021康师傅喝开水国潮达人大赛总决赛圆满落幕

中国日报网 | 2021-10-25 14:05

为响应国家“一带一路”战略部署，促进国潮文化传播，彰显国潮魅力，进一步传播中华传统之美，唤醒千年商都的古韵情怀，10月23日，“一带一路”国际康师傅喝开水国潮达人大赛总决赛在北京路步行街举行。本次国潮达人大赛由北京路步行街管理委员会、广州市越秀区文化广电旅游体育局、广州北京路文化核心区管理委员会、广州市越秀区文化广电旅游体育局、广东圣火传媒科技股份有限公司主办，广州名创商业经营管理有限公司、喝开水总冠军及北京路商会、广百百货(北京路店)、五月花商业广场、粤海等多家合作单位共同打造。

2021康师傅喝开水国潮达人大赛总决赛落幕

来源：康师傅喝开水 时间：2021-10-25 17:01

10月23日，2021康师傅喝开水国潮达人大赛总决赛在广州北京路步行街举行。



▲官方媒体报道



▲北京路商圈户外LED大屏广告位、北京路LED灯柱挂旗、地铁站广告牌同步宣传推广

▲“粤潮圈”官微推送



## 效果反馈

### 整体效果：线上线下相结合营销推广，实现康师傅品牌扩散式传播

- 赛事影响：2021康师傅喝开水国潮达人大赛，结合新国潮打开“遇见年轻人”的大门，聚拢大量的品牌声量，为国潮之风持续引流；线上线下整合营销推广，实现品牌宣传曝光度最大化，提升销售转化率。



- ▲ “粤潮圈”官微+一直播平台+知名媒体报道



- ▲ 北京路商圈户外广告+20多家老字号连锁打卡+LED灯柱挂旗+惠福路灯笼形式推广



- ▲ 超过100家联动售点、打卡点+整体赛事带动销售