

高效协同，科学经营 共“营”品牌未来

童晶菁 Kathy Tong 「老板电器首席数字及营销官」

共营

CO-CREATION TO WIN THE MARKET

消费新周期 如何获得确定性增量？

共营

宏观环境驱动消费变化企业增长面临三大现实困境

01

存量时代
红利不再

增量时代的红利一去不复返
市场上的人找货变成了货找人

02

用户触点
日益分散

“去中心化”的信息时代
用户触点呈现高度分散化特征

03

渠道生态
复杂多变

线下终端门店、线上淘宝
京东专卖店等传统渠道
逐渐被抖音、小红书为首的
社交媒体等新兴渠道抢占份额

如何从困境中突围，老板电器坚持一个主线

用户为主，内容为王



精准定位客群



洞悉用户痛点



搭建符合用户
情感诉求和价值观的
新内容体系



撬动业务增长
提升品牌价值

确立两大品牌战略为企业增长保驾护航

聚焦烹饪赛道

老板电器作为中国创立时间最早、发展时间最长的厨电企业，是坚持聚焦中式烹饪的民族品牌。未来，将继续锚定用户的烹饪需求原点，纵向打通烹饪全链路。

洞察用户需求

市场的变化带来用户的变化，用户的变化催生内容的变化。聚焦用户需求，不断洞察目标人群用户，何时、何地、为何产生消费行为根据具体需求变化迭代渠道布局。

三管齐下完善渠道建设，传递企业爱美食爱烹饪理念 打造消费者心中年轻化的品牌形象



01

升级营销规划 推动品牌年轻化转型

针对新兴渠道新用户客群画像
施行精准营销方案，完成存量市场扩新



02

发挥意见领袖影响力 引发口碑裂变

在各大社交媒体与美食达人结成圈层联盟
借助平台及达人自身流量，吸收种子用户转化为私域流量，依靠优质内容完成用户裂变



03

用烹饪沟通世界 彰显文化自信

聚焦用户生命全旅程，围绕每一个与用户
可能发生关系的环节，进行体验的升级

邀请王一博发起“宠爱双手”活动，玩转粉丝营销 成为老板电器打开年轻市场的新支点



王一博 
老板电器代言人

邀请王一博成为品牌代言人，借助流量热度完成粉丝营销
从而实现品牌曝光，覆盖更广范围的用户认知



3.93亿次
曝光



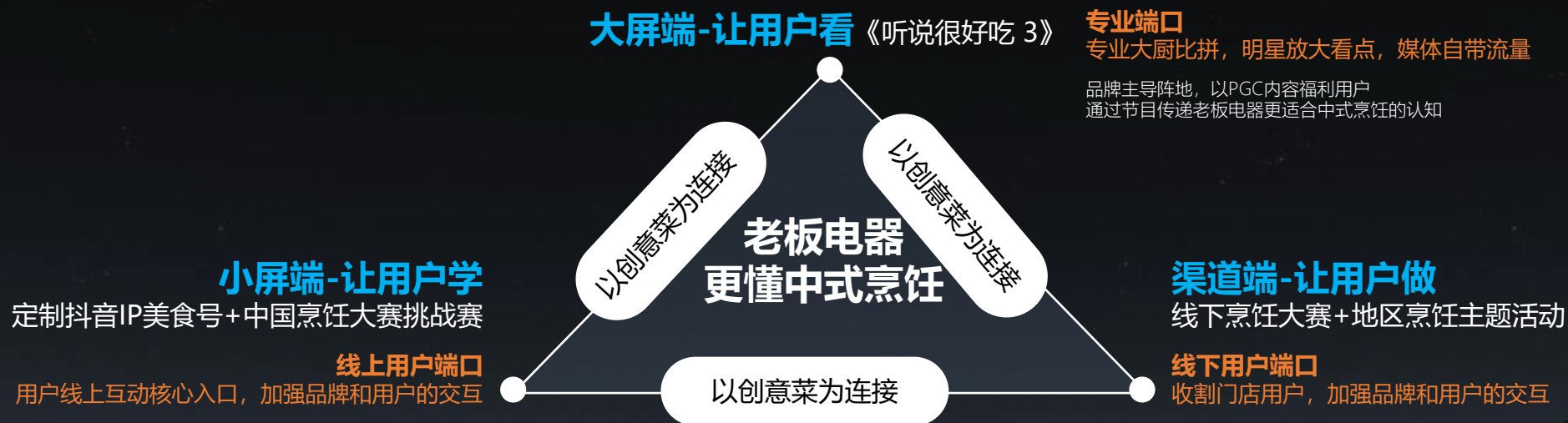
736万次
点击



546万次
互动人数

*来源自媒介数据

利用年轻群体喜爱的综艺IP，形成“看-学-做”用户路径闭环 全面提升年轻群体对品牌的感知度与参与度



微博话题#听说很好吃 话题累计
阅读量**44.3**亿，讨论量**3709.1**万，互动量**6713.7**万阅读



抖音 #听说很好吃 话题累计
播放量**41**亿，抖音搜索指数峰值达**126434**

携手美食达人打造美食圈层 制造内容爆款破圈，提前站在年轻人的决策入口



和抖音、小红书等社媒上的烘焙博主、美食博主达成合作，将年轻用户吸引到线下。将实体店铺升级改造成体验店，让用户能在店里亲自动手，感受自动烹饪带来的好处。



贴心服务用户生命全旅程，在用户每个决策点完成种草

针对潜在消费者开展洗碗机试用活动，针对终端开展飘香行动、打造数字厨电概念店，针对售后服务打造“无忧厨改”服务品牌，等等。



烟火气装点文化自信，让烹饪搭上国潮顺风车

中国厨房 | 拥抱社交 | 走向世界

数字厨电帮助外国朋友在亚运会考取厨师证

痛点：很多外国人都对中国美食很感兴趣，但又觉得中式烹饪难度很高

第19届杭州亚运会，老板电器全球烹饪艺术中心接待许多外国朋友，邀请他们使用老板电器的数字厨电，亲自动手尝试烹饪中国菜，结果轻松做出四菜一汤，直接拿下“厨师证”。



内容杠杆撬动亚运流量，向世界展示中华烹饪之美

具体场景：亚运会期间在德寿宫举办“知味宋韵·亚运团圆”活动我们用AI还原南宋美食。

文化意义：将美食变成亚运之旅的重要记忆符号，深度关联老板电器与美食文化场景，潜移默化厚植品牌形象。



携手博物馆举办朝代穿越晚宴 打造烹饪文化传承领头羊形象

具体场景：

与各地博物馆达成“发现国家宝藏”系列合作，邀请年轻用户，现场感受朝代穿越晚宴。

文化意义：

借国潮复兴之机，达成社媒裂变式传播，提升老板电器品牌声量，给年轻人注入传承中华饮食文化的信念，彰显文化自信。



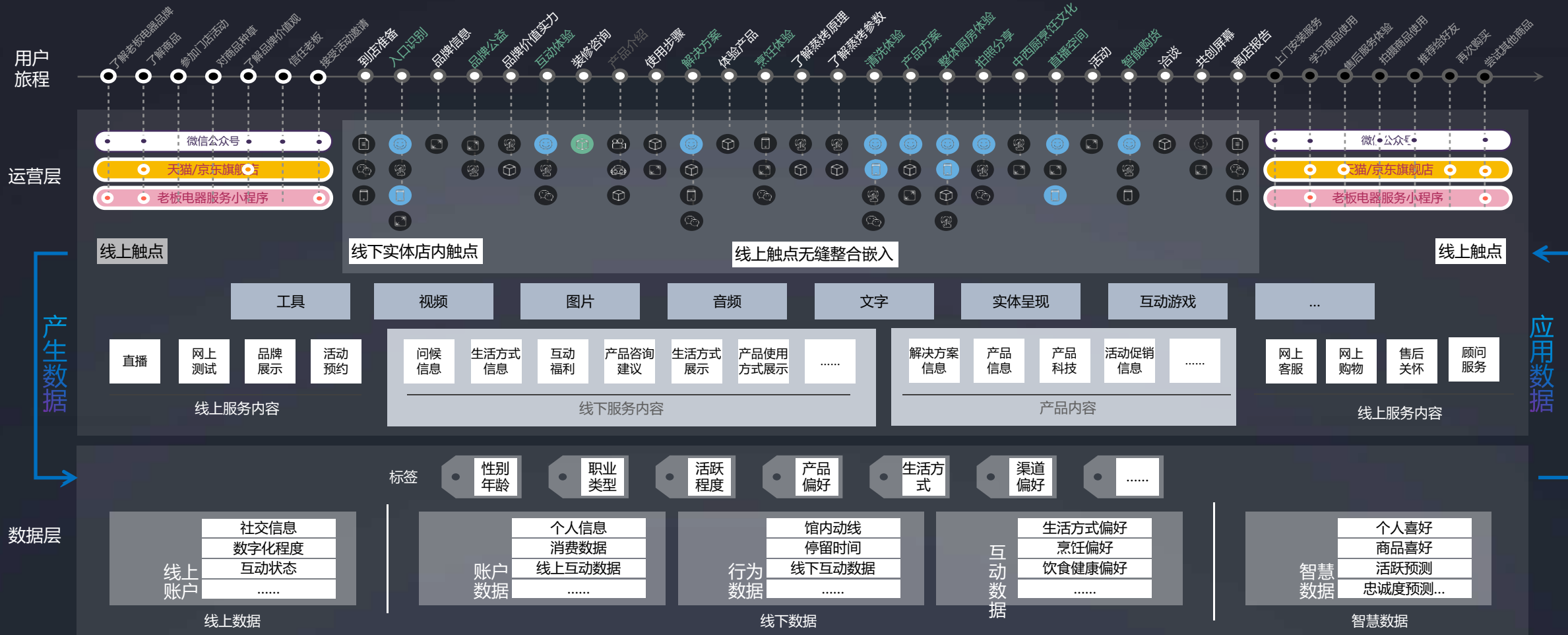
老板电器数字化转型之旅建设三大数字平台

数字化转型的最终目的是为了改变老板电器与经销商、以及与终端消费者之间的关系，我们需要与经销商及终端用户均建立更加深刻的关系，同时在企业内部进行运营变革，提高运营效率



「组织及文化变革」企业文化重新构建为基于数字化的思维模式，以更加敏捷的、智能化的方式工作，吸引更多的数字化人才

用户中心：提供一站式闭环服务，为用户创造终身价值



数据中心：剔除作弊流量，让每一分广告费都有的放矢



美食博主试点

01



引入私域流量

02



精准匹配用户

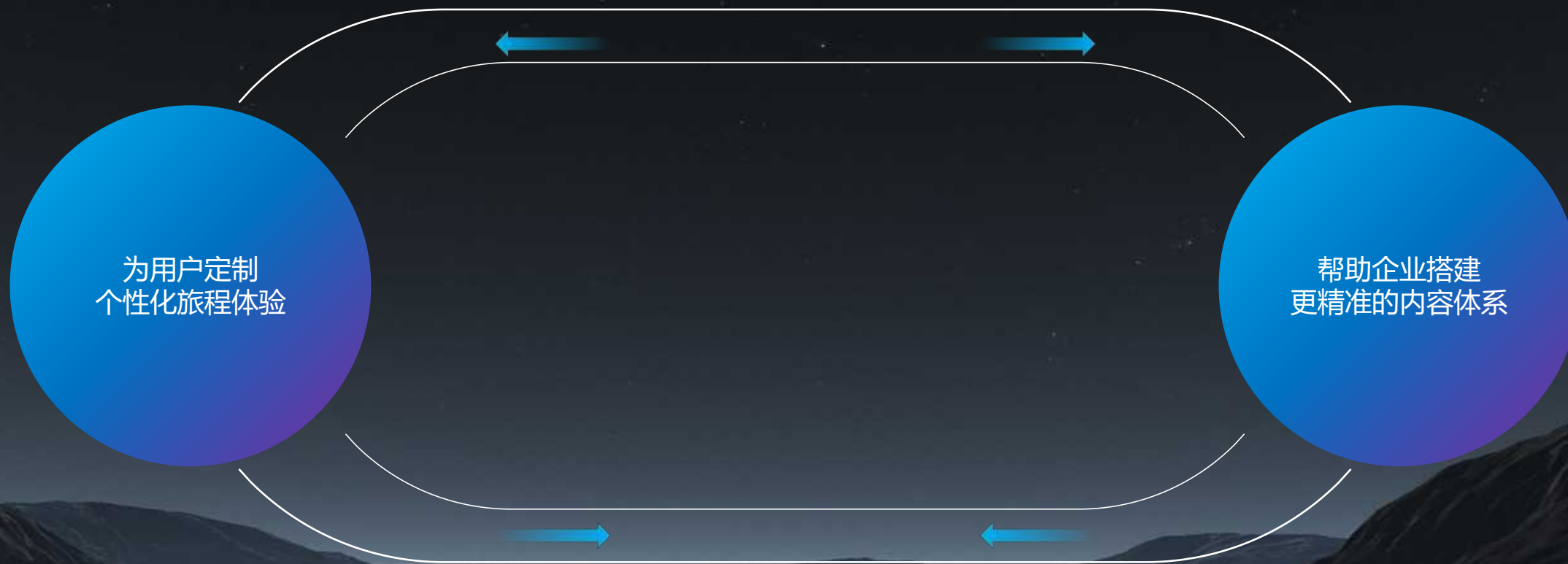
03



完成良性种草

04

三大平台建设



为用户定制
个性化旅程体验

帮助企业搭建
更精准的内容体系

「降低营销成本」精准匹配人货场驱动业务增长