

一张春日地图，走出浪琴心月的第二增长曲线

- ◆ **品牌名称:** 浪琴表
- ◆ **所属行业:** 奢侈品腕表行业
- ◆ **执行时间:** 2023.04-05.25
- ◆ **参选类别:** 场景营销类

结案视频

https://www.xiaohongshu.com/explore/646645520000000013010bc4?m_source=pinpai

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

背景：“万元女表无敌手”的浪琴心月，开始面临成熟期产品共性问题

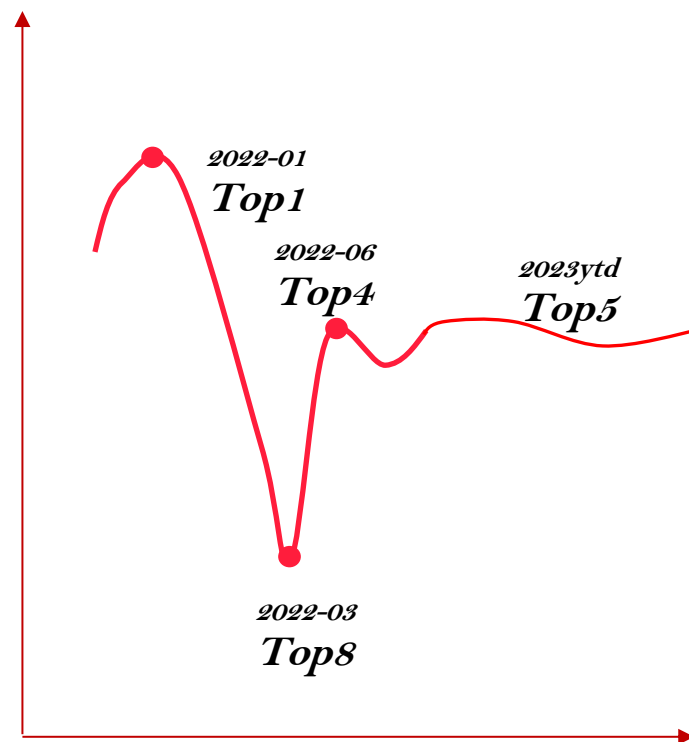
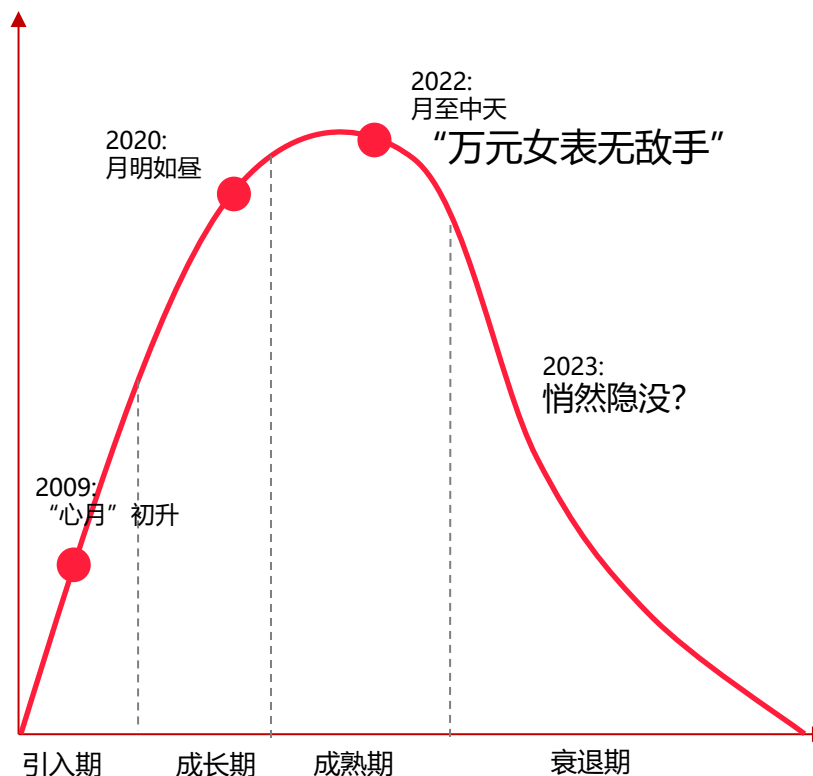
年轻人的
第一块奢侈品腕表

心月腕表的兴衰
正如一轮新月的盈亏

心月在奢侈品腕表
赛道排名不断下降



浪琴心月是高高在上的腕表世界
面向年轻消费者打开的第一扇窗口

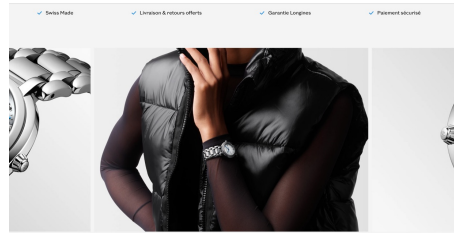


目标：突破国际腕表在地化的“傲慢与偏见”，焕新心月系列形象

Global强管控，在地化受限



中国官网 VS 瑞士官网



Global话语权 > Local子公司
统一物料宣发
对中国消费者缺乏吸引力

国际化语境下的假“种草”



根据Global calendar
在全球统一时间推出campaign
无任何国内真实趋势的融入...

精英化对话与小众市场



一入奢门深似海
即使是万元女表
营销方式上也有阳春白雪的风格枷锁

「营销目标」 走出Global管控与行业调性的桎梏，进行一场前无古人的“产品焕新”