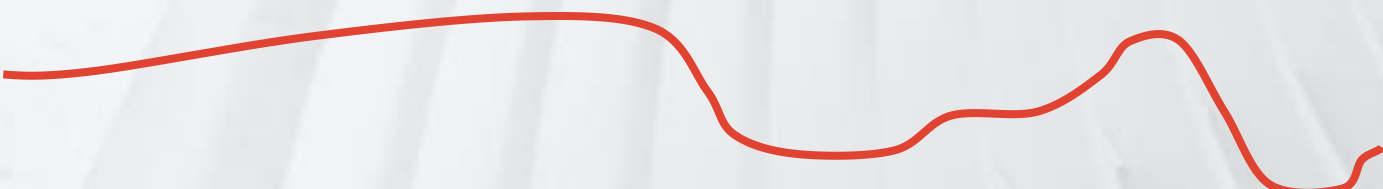


七宝万科广场 都会型购物中心

—唤醒区域生活新鲜力！



Y24-整合营销推广方案

 BY —

这是1次品效合一的认知升级

这是1次生活方式的心智拔高

这是1次全域营销的流量爆点

我们要唤醒的是——

消费者对七宝万科广场的【新鲜力】认知
而不是单一解决「人和场」的问题

一句话破题

需要做到三个步骤

01

洞察TA需求，解析TA消费场景，充分调动在活动中TA的主观能动性

02

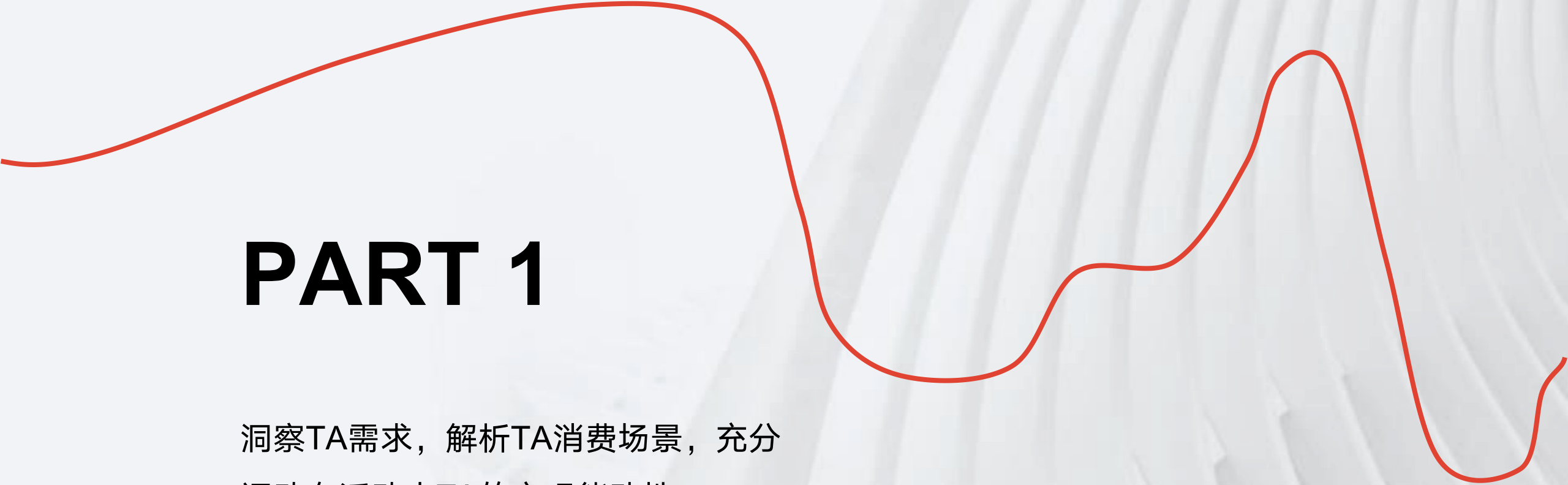
借助当下社会热点趋势打造活动，宣扬态度，表现品牌形象，为品牌调性升级做背书

03

以微信服务号为核心，抖音、小红书、微博等为辅，以媒体矩阵组合传达形象，扩大影响力

我们如何让七宝万科广场在今年
变成可被 T A 感知的

「具有新鲜力的品牌形象」



PART 1

洞察TA需求，解析TA消费场景，充分
调动在活动中TA的主观能动性

TA概述

独立青年

精致白领/经济独立的年轻人

化繁为简，聚焦自我，在意生活体验和品质感

经济独立后，其生活需求也进一步"起飞"。越来越多的年轻消费者越来越在意为娱乐买单，52%的人饲养宠物且以猫为主。TA们以吃喝玩乐的活动为主，爱线上娱乐和户外运动，没有成家生子压力，愿意和朋友玩乐消费

「 需要有新鲜力的社交 」



TA概述

二人队友

夫妻/情侣

携手创造生活乐趣，正积累财富更在意身体健康

TA们热衷逛街购物，在二人生活里寻找各类调味剂。TA们正在为将来的生育或是更优质的生活投资和积累财富，对未来生活充满期待，但同时不失生活的品质和情调，更愿意和爱人探索更多生活的可能性

「需要有新鲜力的情调」



TA概述

家有儿女

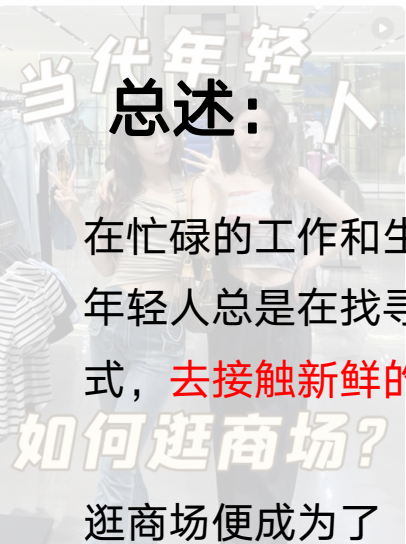
新手父母/资深父母

在照顾一家老小的同时，“我”也很重要

平均年龄35+，步入人生新阶段，TA们比其他人群更偏爱出行，两天周末也会选择周边短游，TA面面俱到照顾全家，同时也在规划享受自己的人生，TA们拥有一定的经济实力，需要对家人对工作保持。

「 需要有新鲜力的互动 」





总述:

在忙碌的工作和生活中
年轻人总是在找寻着自己的解压方
式，去接触新鲜的事物

如何逛商场?

逛商场便成为了



在短时间，小假期內能够快速接触的【新鲜力】事儿

TA们更愿意
为场景买单
为情绪复购



人群TA

场景聚焦

情绪价值

独立青年

音乐节
市集
线下快闪

有趣

二人队友

520
情人节

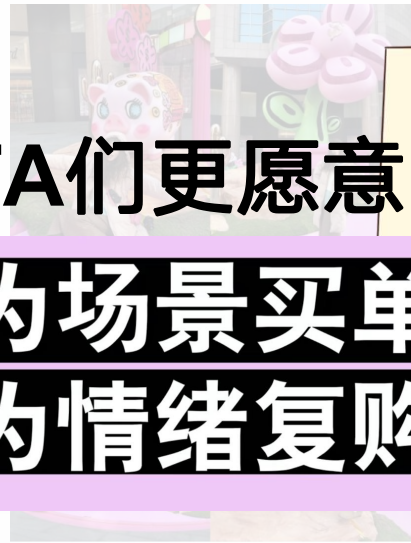
浪漫

家有儿女

父亲节
母亲节
61儿童节

温情

将逛商场
看成生活尝鲜的调味剂



上海超好玩的“一起凡几”市集🔥在四月回归啦
凡几今年的第一场市集来啦，不知不觉“一起凡...

凡几 Common Rare 04-03 1189

上海淮海中路这两个地方别错过啊!!📍大上海
时代广场(p1到p9)粉粉嫩嫩的装置!太适合...

哈喵喵 02-04 110

上海静安大悦城一日游...#快闪 #二次元 #静安大
悦城 #loopy #吃谷 #上海 #光与夜之恋 #一日...

富贵大扇贝 2023-12-15 738

如何让年轻人喜欢上七宝万科广场？

A photograph of a person sitting on a tatami mat, reading an open book. In front of them is a low wooden table with a traditional Japanese tea set, including a small pot and several cups. The scene is softly lit, creating a calm and cozy atmosphere.

把 **新鲜力** 融入在 TA 的场景里
放大情绪价值，唤醒新鲜力

#社交感

社交平台是当今营销的重要渠道之一，营销信息需要实现快速传播，就必须让品牌和产品具有**社交属性**。

- 邀请消费者、KOL、KOC共同参与消费者
- 亲身体验产品
- 媒体推广引发更多消费者关注

社交属性能够有激发消费者参与感，从而实现传播

#存在感

品牌要做的是占领用户心智，这样就需要让**产品力持续更新**，进入消费者的日常视野中，不断“刷”存在感，只有不停的被看见，消费者才有持续购买的意愿。

- 品牌破圈影响
- 深入消费者生活
- 线下互动转化

事件营销+媒体推广，让品牌与消费者生活产生更高频的链接

新鲜力 DNA

#氛围感

氛围=场景设计，场景会产生引力，品牌打造场景与氛围，是它能否成为一个热门打卡地的关键因素。

- 体验方式
- 消费方式
- 想象方式

用场景带动心情，“洞见新鲜力”不是口号而是真实可见的具体场景

#松弛感

很多品牌在同消费者互动的时候，容易追求**过高的调性**，虽然看上去高级感拉满，但却极易陷入自嗨的状态

- 重视消费群体感受
- 松弛感更重要
- 与消费者舒服的相处方式

消费群体不是来膜拜品牌的，最好的相处方式是与品牌双向奔赴

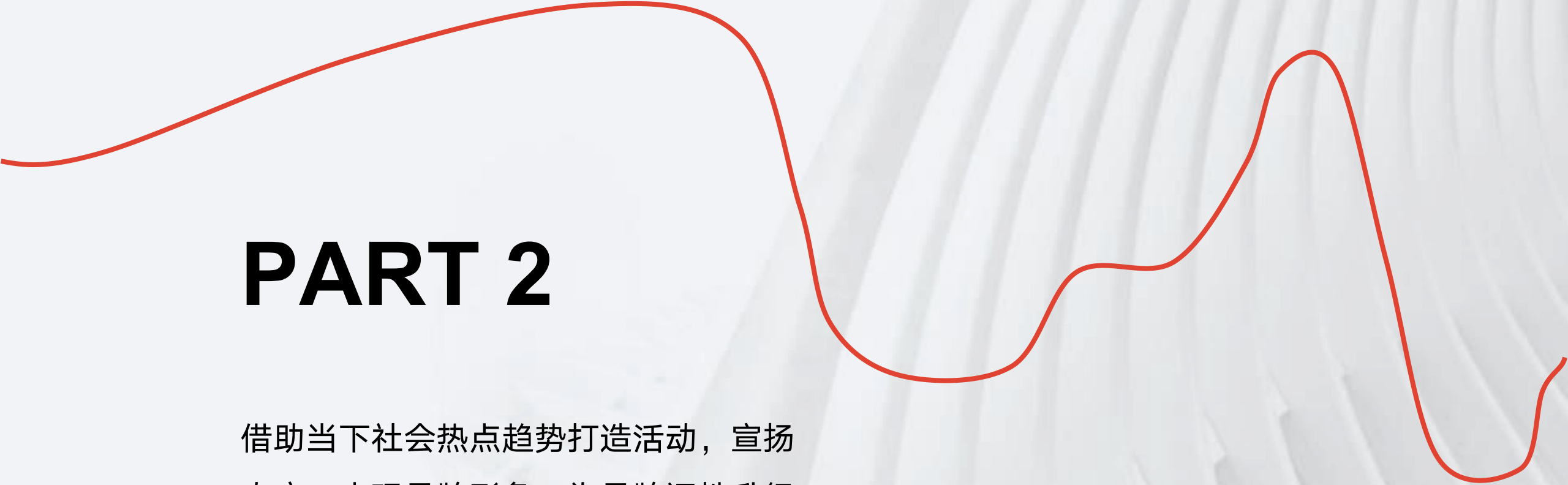
TA们通常会在休闲的过程中
感受周围环境所带来的情绪舒缓和治愈感

品牌与用户的行为链接点

在七宝万科，「洞见」新鲜力

在七宝万科不仅是对新鲜事物的探寻
更是享受一种轻松的生活态度和疗愈身心

「洞见」代表一种关注生活、追求新鲜的生活方式



PART 2

借助当下社会热点趋势打造活动，宣扬
态度，表现品牌形象，为品牌调性升级
做背书

OBJECTIVE

让来到七宝万科广场的每一位用户都能感受 新鲜力

定位

都会型购物中心——唤醒区域生活新鲜力！

年度主题

在七宝万科，「洞见」新鲜力

要在触手可及的日子里，

以任何行动

任何心情

任何方式

洞见生活中的新鲜力



人群需求

创意活动

节点营销

核心活动，阐述七宝万科广告「新鲜力」NDA，进行创意破圈

- *探讨不同人群的不同生活追求
- *加深人群对七宝万科广场生活的认可度
- *对人群生活方式的引导

根据不同节点打造属于七宝万科广场的玩法，形成粉丝群体

洞见

「新鲜力」

唤醒区域生活新鲜力！

活动地图 — Y24

在七宝万科 洞见新鲜力	母亲节，520，儿童节， 端午节，父亲节，618	花花节，暑期档（七夕）	中秋节，国庆，双11， 会员日，万圣节	圣诞节，双12，元旦， 元宵	情人节，丽人节，五一
	5月—6月	7月—8月	9月—11月中旬	11月下旬—2月中旬	2月下旬—5月
核心客群	家有儿女；情侣	家有儿女；情侣	独立青年	独立青年；家有儿女	情侣；独立青年
重点活动规划	年中消费季		周年庆	元宵花市	露营运动季

创意活动		#存在感				
	新鲜力DNA贯穿	#氛围感	#氛围感	#社交感	#社交感	#松弛感
		向“新”而爱	打开“新”意生活	用新鲜力打破边界	玩点“新”花样	露个“新”营
	活动形式	夸夸大会，在节点前期分发物料造势，节日可通过采访或快闪活动进行	艺术展-大师名画复刻，基于名师作品打造有趣的互动装置	广场音乐节+市集，音乐节调动周年庆气氛，市集可售卖或送商场周边	赛博灯谜，在元宵花市上，用电子灯笼答题兑换盲盒，赛博灯节	广场露营，一直在野外露营，这次来尝试在广场，看夜晚，谈心事，别有意思
	活动目的	激发粉丝活力	提升广场调性	快速提高广场知名度	加深本地生活的认可	更新区域生活方式

艺术展——带来广场新鲜力

人文价值
的
吸引

粉丝人群
的
吸引

流量价值
的
吸引

营造远超物质价值的价值

通过此次活动唤起消费者对艺术的新鲜感

是对人文的新鲜

是对艺术生活的新鲜

.....

我们要塑造的 不只是艺术标签

更是新鲜力的艺术畅想地

造势

6月尾

活动发布

“新鲜力”艺术家征集

“新鲜力”艺术家征集令

推波

7月

新鲜力演绎

洞见新鲜艺术家

群众演绎系列

叠浪

8月

展览开始

let ' s 新鲜力艺术展

艺术展开展炒作

造

势

活动吸引 新鲜力艺术家征集令

该阶段核心树立艺术广场的标签，带来吸引力
利用悬念方式，吸引消费者眼球，强调广场生活的新鲜力

每个人，都是隐藏的艺术家

也许你并没有发现

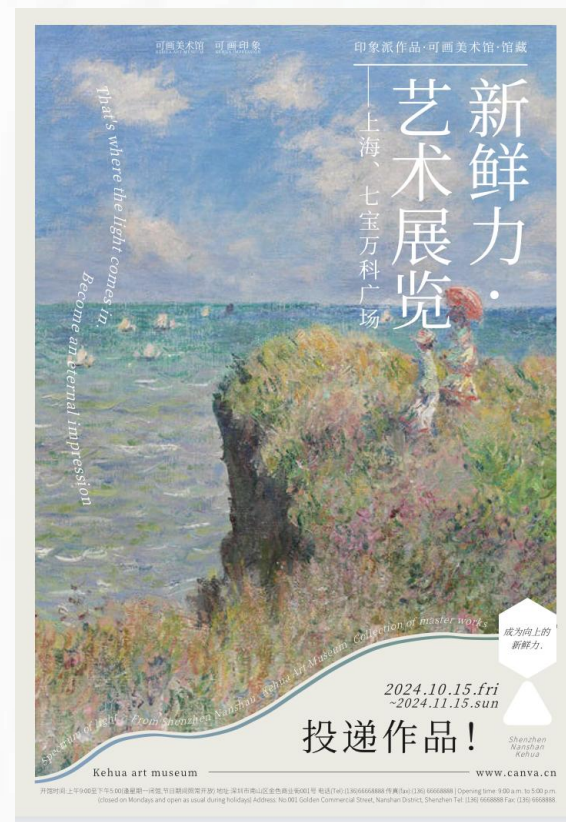
可能你是摄影艺术家

可能你是手工艺术家

又可能你是说话艺术家

.....

我们称这些为“新鲜力”艺术家
参与我们，成为引领潮流的艺术家
感受“新鲜力”带来的无限活力与创意



推波

互动升级 洞见新鲜艺术家

阶段强化艺术标签，分析七宝广场背后的设计理念及商业规划，在公众号对商场进行解读，整合消费者的

推广软文 1.广场区位解读：国际瞩目，上海七宝万科广场，不一样的上海生活（结合区域生活输出，多种广场生活模式的展开介绍）

推广软文 2.广场亮点：让生活更新鲜，让艺术更生活（用户投稿内容投票）

推广软文 3.大牌背书：大牌对艺术的灵敏嗅觉（结合商场国际大牌背书）

Petty Catroux

贝蒂·卡图

Media the habitat of the footless bird



工作室中的圣罗兰 © Droits Réservé

先走进时装设计师伊夫·圣罗兰 (Yves Saint Laurent) 的东方梦。圣罗兰的中国常常映射在他的梦中，促作中以想象力编织东方的诗意形

The protagonist of the second issue

Petty

Catroux



A档案

伊夫·圣罗兰 (Yves Saint Laurent,

登

浪

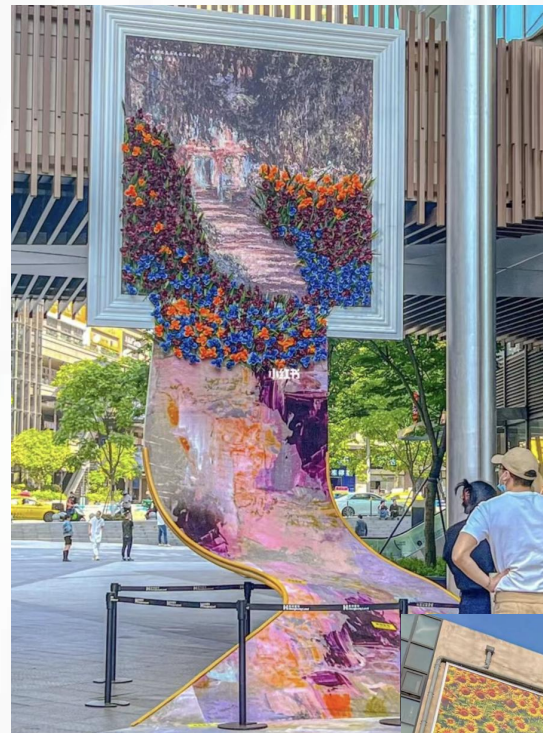
展览开始 let ' s 新鲜力艺术展

不只是商业广场，更是名流打卡地，加强活动流量扩散，突出“新鲜力”概念

“艺术新地标，潮流新鲜力 —— 探索商业广场的更多可能性！”

在这里，每一次转身都是一场视觉盛宴，每一个瞬间都值得被记录。这不仅是都市购物中心，更是艺术打卡的地。我们为您精心策划了一系列精彩纷呈的艺术展，让您在享受购物乐趣的同时，也能体验到最前沿的潮流文化。

让我们沉浸式浏览“新鲜力”艺术展，吸引着每一位追求新鲜与品质生活的您！

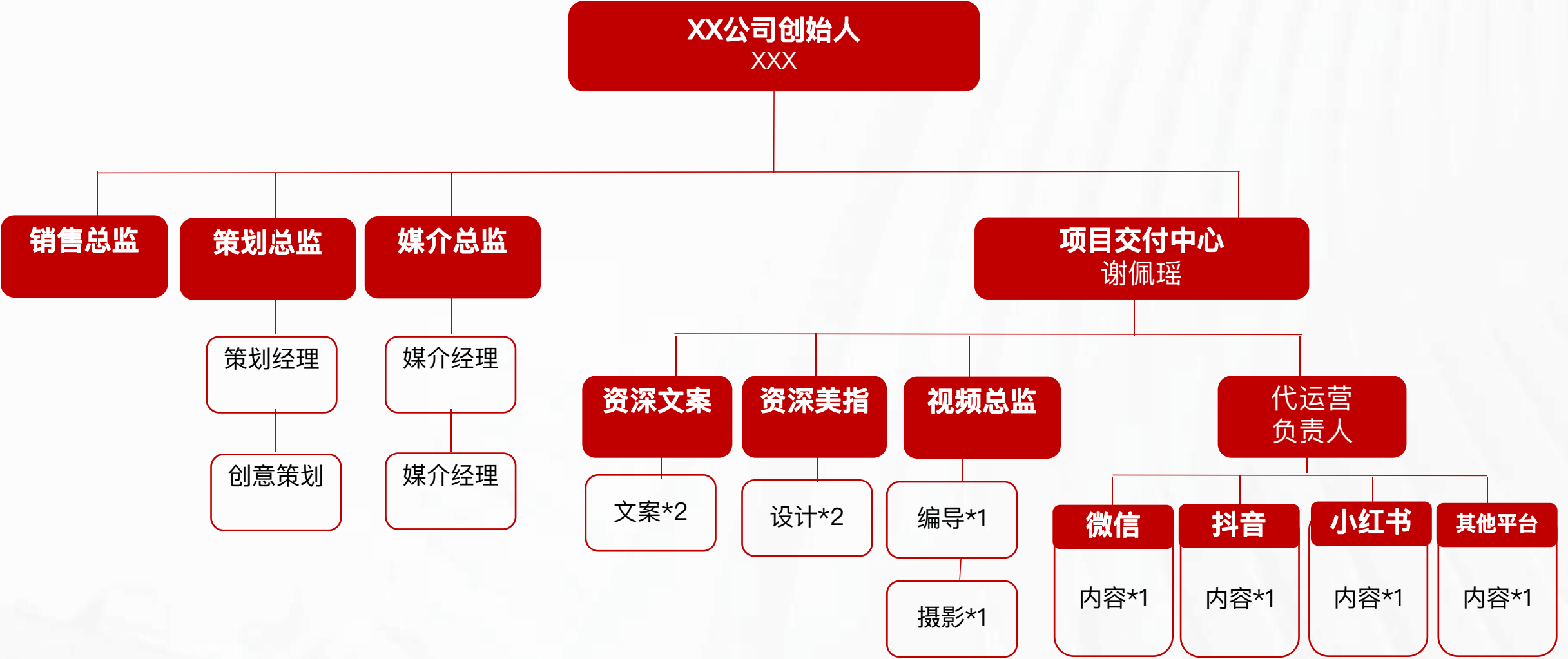




PART 3

以微信服务号为核心，抖音、小红书、
微博等为辅，以媒体矩阵组合传达形象，
扩大影响力

XX项目组架构





Thank you
for watching

Signature

Date