



KUMPOO

薰风 2025 新品发布暨订购会活动企划

目录

Contents



01

策略思考

Strategic Thinking

02

活动概述

Event Overview

03

活动包装

Event Packaging

04

活动内容

Event Details

05

媒体宣传

Media Communication

06

执行团队

Executive Team



STRATEGIC THINKING

01

策略思考

行业洞察

流量爆款

运动社交需求，品牌人格化趋势显著。

Popular traffic models & sports social needs,
the trend of brand personification is obvious.

看市场

疫情后随着消费者对于生命、健康有了新的认知。伴随着高密度自由信息的传播，流量推手打造出一个个全民健身的爆款，专业运动&娱乐&健康&社交，这四者的边界被打破。线上与线下&专业与大众加速融合，将更多的人引入线下运动社交、打卡圈子，运动市场将围绕运动&娱乐&健康&社交的潮流属性，打造运动品牌新特征！



COMPETITOR

加速迎合年轻市场

Accelerate catering to young market

李宁、尤尼克斯、胜利

这红绿蓝三大厂一直占据着绝大多数的羽毛球装备市场份额。

但随着近些年年轻品牌的崛起，运动市场的角逐也是暗流涌动。

LI NING, YONEX, AND SHENGLI, THE THREE MAJOR MANUFACTURERS, HAVE ALWAYS OCCUPIED THE VAST MAJORITY OF THE BADMINTON EQUIPMENT MARKET SHARE. HOWEVER, WITH THE RISE OF YOUNG BRANDS IN RECENT YEARS, COMPETITION IN THE SPORTS MARKET IS ALSO UNDERCURRENT.

KUMPOO

Take The Challenge

薰风秉持着“TAKE THE CHALLENGE 勇于挑战”，的品牌文化内核不断积蓄品牌势能，18年光阴，努力为运动员及消费者打造最优质的产品。从经典中创新、将轻量化与全能型全把握，每一次产品的迭代都是自我的突破亦是对于市场潮流的引领。

同时开拓运营薰风羽毛球馆，建立薰风直播基地，助力年轻运动社群的新发展，以积极的姿态面对市场，从造就时代到引领时代，薰风无惧改变，拥抱未来，多层次广维度的构筑起行业的**风向标**！



看自己

TAKE THE CHALLENGE

突围



2024 Q3 李宁羽毛球订货会

本次订货会，强调自身品牌价值，凸显“李宁造”！也延续了李宁订货会一贯风格，以自身品牌为绝对核心，向经销商灌输品牌价值，以促进交易量达成。



2024 威克多胜利新品发布会

品牌大会暨新品发布会，VICTOR以“持续创新，释放羽球新质生产力”为核心口号，向受邀经销商呈现出各类产品材质，工艺上的创新成就。



YONEX 2024新品发布会

属于全品类发布会，加入了时下最流行了艺术家联名服装。现场用透明LED做了少量的产品视频展示。传统的产品陈列，互动较少。

从友商的同类型活动看，依旧以TOB为主，在当下信息扁平化的时代，忽视了对于C端客户群体的宣导。

同时友商同类型活动形式过于传统，更多的硬性灌输让与会嘉宾缺乏沉浸体验感。在宣传上也形成不了话题的破圈效应。



那么我们
如何打造
本次活动



KEY WORD

专业+潮流+社交+沉浸+TOC

从TOB覆盖至TOC，打造沉浸式场景，亮相释放潮能力！

抓住当下流行趋势，引领市场革新，拥抱时代潮流，打造沉浸式体验会场，营造活动话题属性。让经销商感受到区别于以往对品牌的一贯认知的同时，也给予消费者更多亮相惊喜，拓展更宽的营销场景。

CONCEPT 概念传达 COMMUNICATION

行业风向标的薰风，以本次活动为载体，
向市场传递品牌价值能量，引领运动市场的新潮流

聚能风向标



释放能量场



引领市场潮流新方向



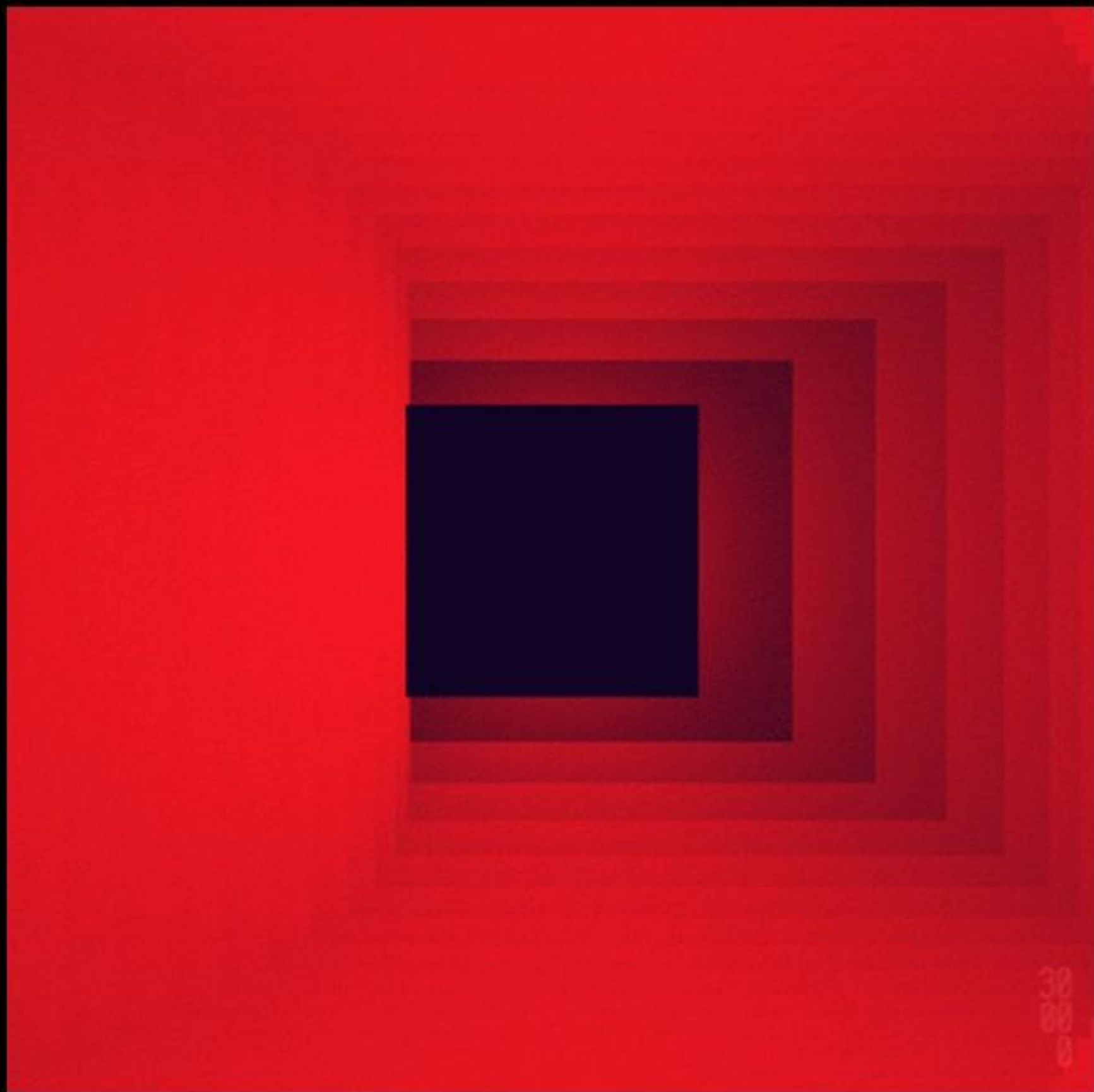
主题概念延展

EXTENSION OF EVENT THEME

薰风潮向·能量聚场



概念 CONCEPT APPLICATION 运用



ICON设计概念

ICON DESIGN CONCEPT

以球拍与羽毛球的组合成旋转的风车，快速旋转中为品牌聚集能量



+



+



=



球拍
(蕴含科技结晶的新品)

羽毛球
(破风前进的象征)

发电风车
(破风聚能，科技象征)

薰风聚能风向标

活动创作概念

EVENT CREATION CONCEPT

通过沉浸式的**运动+街区**结合的场景，将现场打造成一个聚集城市运动能量的潮流运动街区，传达品牌源源不断的能量和创新力。通过站点、运动场、城市街景等场景展现产品在日常生活场景中的使用，向全国各地的经销商展现品牌颜值与专业并存的场景，即将掀起城市潮流运动的热潮、占领社交圈。（TO B& TO C）





EVENT OVERVIEW

02

活动概述

时代薰风

薰风潮向·能量聚场

活动时间：

2024年9月5日-9月7日

活动地点：

广州番禺长隆酒店

活动内容：

新品发布、产品订购会

活动嘉宾：

经销商、媒体伙伴、企业领导 约500人

流程时间轴：

潮能涌动（上午）

新品发布会、优秀合作伙伴颁奖典礼、新品服装走秀

能量聚场（下午）

能量聚场（产品展示区）开放、产品体验

时代风尚（晚间）

晚宴

9月5日

薰风聚能（全天）

来宾入住酒店

9月6日

9月7日

聚能前行（全天）

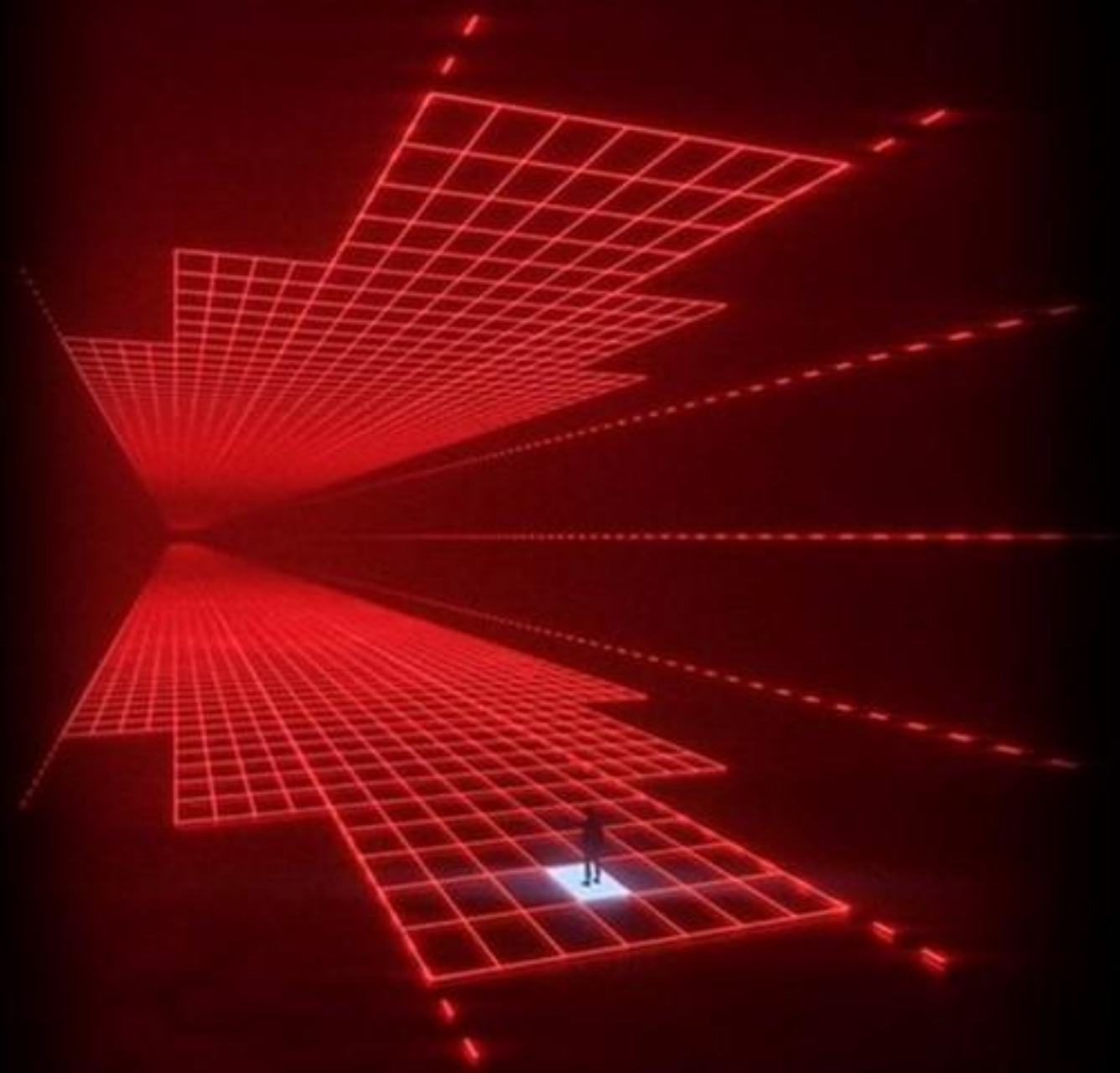
产品订购会

欢送嘉宾

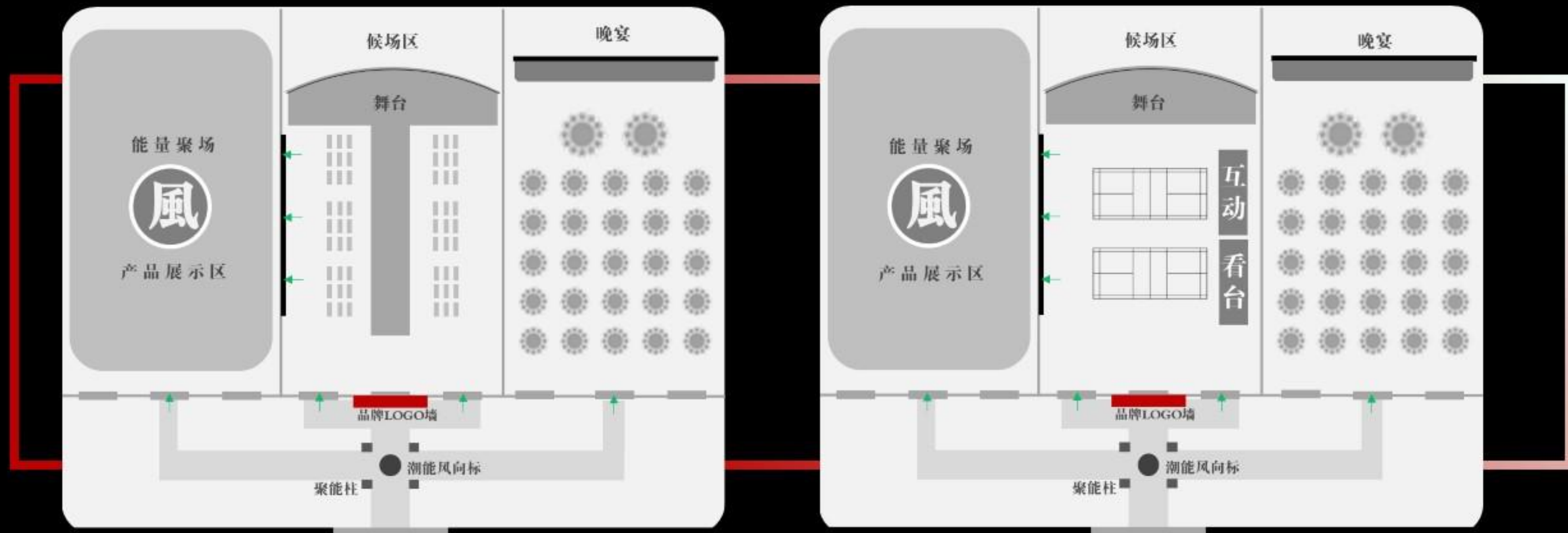
E V E N T P A C K A G I N G

03

活 动 包 装



活动现场平面图



风潮-外场入口美陈区



在外场设置大型主题情景区，两侧象征时尚浪潮的背板与大型羽毛球球美陈进行组合。

同时正面放置品牌立体字。让宾客来到现场即受到视觉感官的冲击！



薰风聚能柱-入场通道装置

内场通道两侧设置四组LED屏幕组合。在来宾入场时循环播放宣传视频以及本次活动相关信息。同时4组LED柱组成聚能阵，衬托ICON“薰风聚能风向标”美陈



薰风聚能风向标-外场入口美陈区



内场通道正中心，放置
大型ICON美陈-“薰风
聚能风向标”

随着球拍叶片的缓缓转
动，寓意着薰风已起，
也祝每一位经销商，乘
风而上！

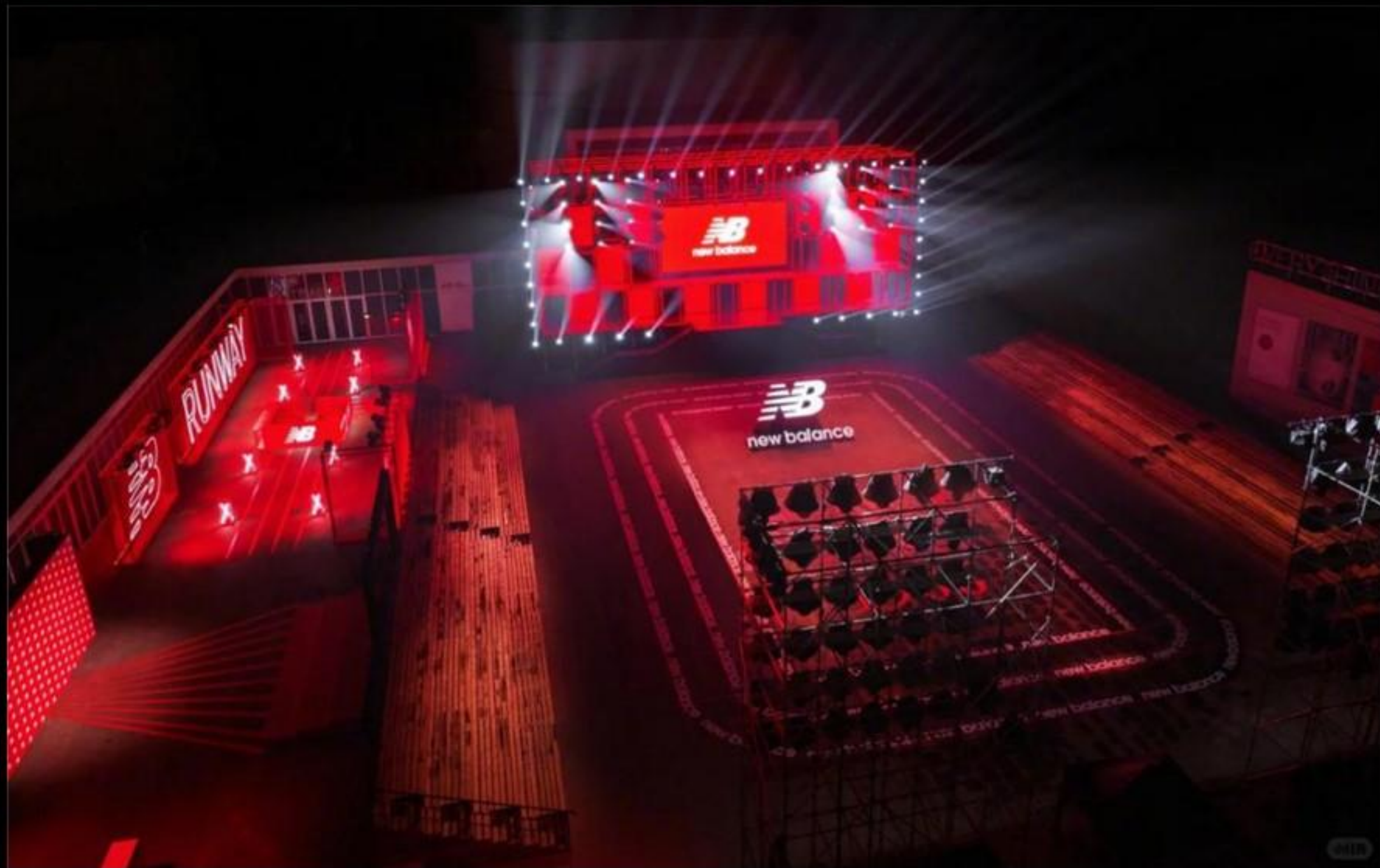


薰风Logo墙-主会场大门

主会场入口放置大型
LOGO墙，凸显品牌
高端格局。同时也吸
引来宾拍照留念。



能量汇场-主会场舞台



主会场舞台以大背景与环形T台组合而成，为配合新品发布及能量聚场的开启，主会场两侧铺设大型幕布。并以灯光营造现场氛围。



能量汇场-主会场舞台备选

整个舞台以大屏结合T台组成，凸显品牌的稳重与大气感。配合灯光及视频素材科技潮流的气息也随之迎风而来。



能量聚场—球拍展示区



好的球拍，， 能将运动员的能量发挥到极致-球拍展示区， 整体以发光灯管打造并以不同的灯光颜色区分不同型号展示。



能量聚场-球速挑战区

在执风球拍展示区，设置羽毛球扣杀球速挑战互动，让嘉宾运用不同的球拍去感受产品的不同之处。同时半竞技性质的互动也能激发来宾兴趣！



能量聚场-球鞋展示区



薰风各型号球鞋在此进行展示，配合LED设计画面及金属灯光展柜展示，凸显球鞋的科技感与能量聚集感。营造科技先锋潮流感。



能量聚场-破速挑战区

邀约参观来宾参与疾风破速挑战互动，感受产品。为能量聚场助力！



能量聚场-球衣展示区



将薰风各类球衣集中进行展示。以亚克力及金属框架结合时尚流行色彩与元素搭配为展区基调进行设置。



能量聚场-试衣魔镜

在服装展示区设置试衣魔镜，并由专业人员进行引导操作。让来宾感受虚拟AI科技加持下试衣体验。



能量聚场-藏风 包类及其余配件展示区



薰风各品类包于配饰
集中在此区域展示。
运用红蓝、撞色系灯
光颜色进行整个区域
的氛围营造。



能量聚场-代言人装备展示区

在能量聚场，单独设立代言人装备展示区，为来宾展示专业级定制装备的魅力！



能量聚场-小黄鸭IP联名产品展示区



薰风&小黄鸭联名装备展出，
以小黄鸭乘风破浪为概念进
行设计打造。
在联名装备展示同时，也设
置小黄鸭乘风破浪留影框吸
引来宾拍照打卡。



能量聚场-灵蛇当潮 蛇年美陈展示区

灵蛇贺新，当潮不让！在展示区设置蛇年生效美陈展示区。



能量聚场-打卡点设置



能量聚场薰风球拍美陈



能量聚场潮流车站打卡点



能量聚场薰风充能站（饮品区）

能量聚场-球场试打体验区



发布会后，将场地进行重新布置，铺设羽毛球场及热带主题风格互动看台。让观赛与拍照打卡合二为一！更显时尚气息！



E V E N T
D E T A I L S

04

活 动 内 容

流程时间轴：

潮能涌动（上午）

新品发布会、优秀合作伙伴颁奖典礼、新品服装走秀

能量聚场（下午）

能量聚场（产品展示区）开放、产品体验

时代风尚（晚间）

晚宴

9月5日

薰风聚能（全天）

来宾入住酒店

9月6日

9月7日

聚能前行（全天）

产品订购会

欢送嘉宾

活动邀约

提前一周 ■■■■■



@DD2DAYS | 小红书

薰风片羽相邀

在发布会前，定制羽毛邀请函送至嘉宾手中让受邀嘉宾感受浓郁的仪式感。

活动邀约

9月5日



嘉宾签到

受邀嘉宾入住酒店，在酒店大堂设置专属签到入住区，领取入住房卡及签到礼品。



薰风聚力

9月5日 ■■■■



嘉宾在签到同时，将会获得本次活动的能量聚场挑战地图，在能量聚场开放后参与互动集印章，累计印章数即可获得相应纪念品！

新品发布会及合作伙伴颁奖典礼概略流程

序号	篇章	时间	事项	备注
1	潮聚篇	08:00-09:00	签到入场	
2		09:00-09:15	活动开场	宣传片/主持人开场
3		09:15-09:25	董事长致辞	
4	潮启篇	09:25-09:35	明星互动	
5		09:35-10:35	新品发布	新品亮相
6		10:35-11:00	走秀	能量聚场 启幕
7	潮颂篇	11:00-11:10	明星互动	
8		11:10-11:40	颁奖典礼	

领导出场方式

方式1：利用幕布灯光投射，衬托出领导身形投影，幕布落下领导出场

方式2：结合开场秀，让领导破纸而出，寓意薰风不断突破前行



潮能涌动

9月6日 ■■■■



新品发布仪式

在全场来宾的共同见证下，主持人邀约主力嘉宾共同进行新品发布仪式，开启能量聚场，解开新品面纱。随着全场倒数归零，封印住能量聚场的幕布瞬间解开，身着新品的模特缓缓而出为现场来宾带来产品T台秀。



潮能涌动

9月6日



新品T台秀

WY



能量聚场

9月6日 ■■■■



嘉宾参观及参与互动



能量聚场

9月6日 ■■■■■



新品试打会



时代风尚

9月6日 ■■■■



答谢晚宴节目推荐



乐队



扇子舞



粤剧+变脸

时代风尚

9月6日



答谢晚宴抽奖

抽奖现场画面，显示中奖名单和主持人互动。

抽奖游戏结束，中奖名单如下：

序号	中奖者姓名	手机号码	中奖金额
112	许永健	139****6671	15,000元
113	陈耀心陈耀...	136****0066	15,000元
114	陈耀心陈耀...	125****9554	15,000元
115	A. 廖上琛...	182****1525	15,000元
116	Bake-	157****9016	15,000元
117	王平林林林...	188****0953	15,000元
118	周-	138****5873	15,000元
119	余林林	137****1241	15,000元
120	李健林林林...	135****2409	15,000元
121	陈艺水上水...	180****5628	15,000元
122	林林	139****8070	15,000元
123	廖利平	191****6902	15,000元
124	林林林下七...	138****8821	15,000元
125	王万青	137****5244	15,000元
126	刘文林	158****3738	15,000元

主持人正在台上互动，背景为抽奖大屏幕。

星程绽放 永远潮头

微信互动游戏

晚宴现场设置微信互动游戏，台上台下共同参与，调动现场氛围！



破风前行

9月7日 ■■■■■



产品订购会





M E D I A COMMUNICATION

05

媒体宣传

活动传播策略：潮流会场双线突破

品牌 声量

品牌认知度大提升

借势线下活动引发**B端经销商+线下C端用户**围观，一举双得

品牌矩阵粉丝资产提升

聚焦品牌矩阵，充分利用已有**IP小黄鸭、代言人、达人流量**，为品牌官方吸粉，沉淀用户资产

产品 声量

线下发布会潮流第一现场

抢眼主题会场+代言人&KOL强势加入互动+联名IP及系列新品引爆围观

共同打造薰风2025年运动潮流新品风向标

线上发布会潮流分会场

多类型KOL玩转薰风潮流单品+线下发布会现场新品路透

打造薰风运动潮流新风尚，引爆大众围观抢购

#薰风潮向·能量聚场

品牌直接露出强化大众对品牌认识度·强化品牌正「能量」感 吸引大众点击围观

□ 品牌有话说



薰风能量邀请函发布

9月5日，一起围观2025年运动潮向，能量聚焦运动潮起来！

悬念引发遐想——

薰风潮向会场三重神秘能量即将开启

运动圈神秘嘉宾高能出席

动物圈神秘网红高能露面

线下会场神秘惊喜能量聚场等待开启

线下会场高光揭秘

薰风潮向·能量聚场高能看不停！

会场现场高能环节释出，高能亮点看不停，薰风运动潮流风向标立起来！

#薰风潮向·能量聚场

品牌直接露出强化大众对品牌认识度·强化品牌正「能量」感 吸引大众点击围观

□ TA们有话说

活动宣传KOL——

速看！薰风潮向·高级机密泄露

神秘运动圈嘉宾、神秘动物圈网红、神秘运动圈风向标新品
带你悬念看不停！

代言人/运动类/颜值类KOL

活动传播力加持，提高活动&话题关注度

产品宣传KOL——

运动新风向！潮向看这里！

- **种草向：**羽毛球潮牌怎么选？薰风盲入不亏！
- **潮流向：**运动怎么潮起来？能量穿搭看在这里！

潮流类/运动类/颜值类KOL

产品口碑+新品种草，多圈层渗透粉丝群体，
提升互动，刺激TA购买欲

EXECUTIVE TEAM

06

执行团队

赛米·SAM

团队总负责人



- 超七年广告、媒体行业从业经验
- 曾任职北京媒体豆果美食、省广众烁等国内知名4A广告公司
- 累计国内外知名快消、日化、金融等众多行业品牌金龙鱼、汤臣倍健、美的、洁柔、维达、平安银行等行业客户提供专业的整合营销服务。
- 丰富的品牌整合营销、social营销、创意传播、数字营销等各类营销项目的策划、管理、执行经验，为品牌提供线上线下各类整合服务。



参与主导的多个项目荣获行业表彰认可，荣获各类奖项

- ✧ IAI传鉴国际广告奖-银奖、铜奖
- ✧ 金属标数字营销大赛]
- ✧ 虎啸奖.....

项目统筹

赖梓弋



9年广告活动项目统筹从业经验;

敏感的商业和品牌市场意识，熟悉行业相关动态，丰富的项目运作与业务经验，熟悉广告与活动行业各板块运营模式，包括美陈制作、ip资源联动推广、内容把控、活动主导。接触发布会、演唱会、音乐会、品牌活动不同活动类型上百场，服务品牌客户50+，落地完成率100%。



长隆集团—海岛风情主题街区改造



信达金茂广场春夏时装大秀



bambini新品发布会

服务团队



策划：
陈琳

行业经验：17年

对品牌有深刻理解，负责视觉文案的创意，内容与调性的把控；在内容渠道的推广策略与营销方案上有丰富的项目经验；可驾驭不同风格，具备创新的文字表现力。

参与项目：

北京奥运会圣火传递及庆典
湖南卫视快乐男生赛事策划
荣耀广东时装周大秀
华为科技与美学时装大秀



资深3D设计
廖立群

行业经验：5年

具备丰富的三维设计经验，参与过近百场发布会、展陈及场景设计，具有良好的场景把控及创意能力。

参与项目：

K11五感爆炸线下主题活动
% ΔRΔBICΔ X OATSIDE快闪策展
小王子&条鹅主题展等



执行统筹
肖敏彬

行业经验：10年

负责项目的质量、搭建、流程等把控，参与过200场+活动项目推进及执行。类型有发布会、晚会、开业、品牌活动、ip美陈等。



执行主管
劳桂瑶

行业经验：7年

100+项目经验，拥有流畅的沟通能力，负责项目推进及细节沟通，对项目全链路有很强得把控能力。

进度排期表

[illegible]

搭建时间表

搭建时间表						
序号	日期	时间	时长	内容	具体事项安排	备注
1	9月4日	16:00-21:00	5h	装车、出发	工厂进行物料装车，出发现场	
2	9月4日	22:00-24:00	2h	卸车	设备，物料到达现场，卸货	
3	9月5日	00:00-17:00	17h	舞美区域搭建	舞台优先搭建，预计下午进行舞台流程彩排	
4	9月5日	02:00-12:00	10H	产品区域搭建	产品区搭建，预计下午进行产品铺设	
5	9月5日	04:00-10:00	6h	入口区域搭建	入口区域搭建	
6	9月5日	12:00-16:00	4h	互动区域布置	氛围软装，道具布置	

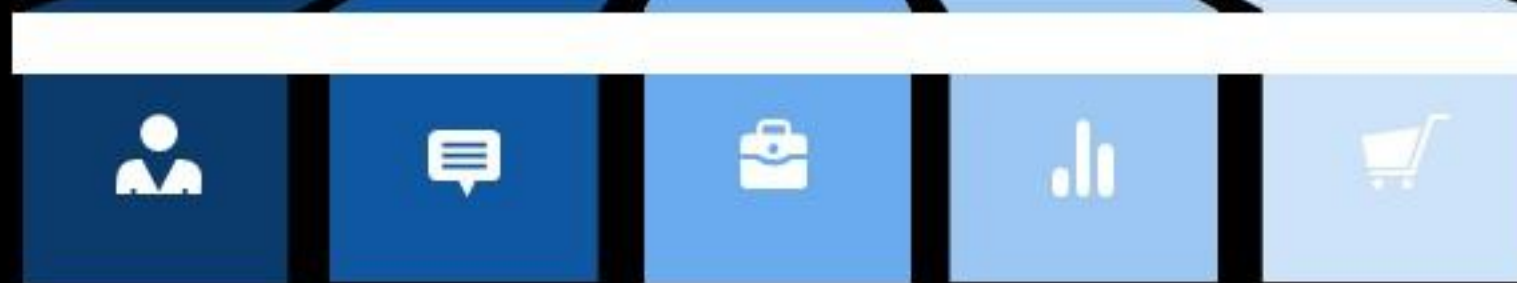
执行统筹

第一部分
方案讨论
策划设计

第二部分
活动效果方案确定
签定合作协议
活动物料下单制作

第三部分
活动流程细节
制作完成
沟通进场注意事宜
执行工作汇报会议

第四部分
活动正式开始



执行统筹



现场工作安排



安全、保卫工作

- 安保人员到达现场，对现场进行安全检查，清理与活动无关人员，所有工作人员必须佩戴统一工作证件。
- 由安保公司提供3名安保队长组成安全应急小组，负责活动现场的安全及突发事件处理工作。



保洁工作

- 维护现场清洁，维护现场的质量。



工作人员合理安排

- 执行以及到场安保人员各司其职，负责活动各区域，确保活动顺利执行，人流导向有序。

场地施工

搭建施工

- 保证施工期间的用电及保安
- 保证施工用料的摆放位置
- 检查施工用料摆放是否合理
- 搭建完成时间应保障至少1小时的彩排时间
- 务必进行最大负荷电量测试
- 施工完毕后应清理一切施工痕迹
- 确保用电线路安全隐秘

现场布置

- 定时安排临促打扫卫生，保持区域清洁
- 现场布置最大程度还原效果图
- 现场轻音乐暖场，现场期间视频轮播

安保措施

1 秩序维持

设置2人安保小组，负责维持现场秩序，谨防踩踏等突发事件。

2 医疗救护

设置一个1人的医疗小组，配套常用药品

3 防火应急

设置若干灭火器，保持消防通道的畅通，检查消防栓，保持与消防部门的联系。

4 其他

设置1人现场工程小组，防止出现停电、倒塌等危险发生，同时在发生不可抗力时，协助安保疏导现场。

后期工作

清场

活动结束后清理现场，
并做好物资收集统计工作。

文案推送

汇集活动摄影摄像资料，
整理文字资料，制作活动回顾报告，准
备媒体文案推送。

活动总结

召开会议，对活动进行总结汇
报，对活动效果进行评估，总
结问题点以及亮点，归纳汇总

其他

与财务、供应商等接洽，完整账
务清算，完成其他相关工作。



THAKNS

薰风 2025 新品发布暨订购会活动企划