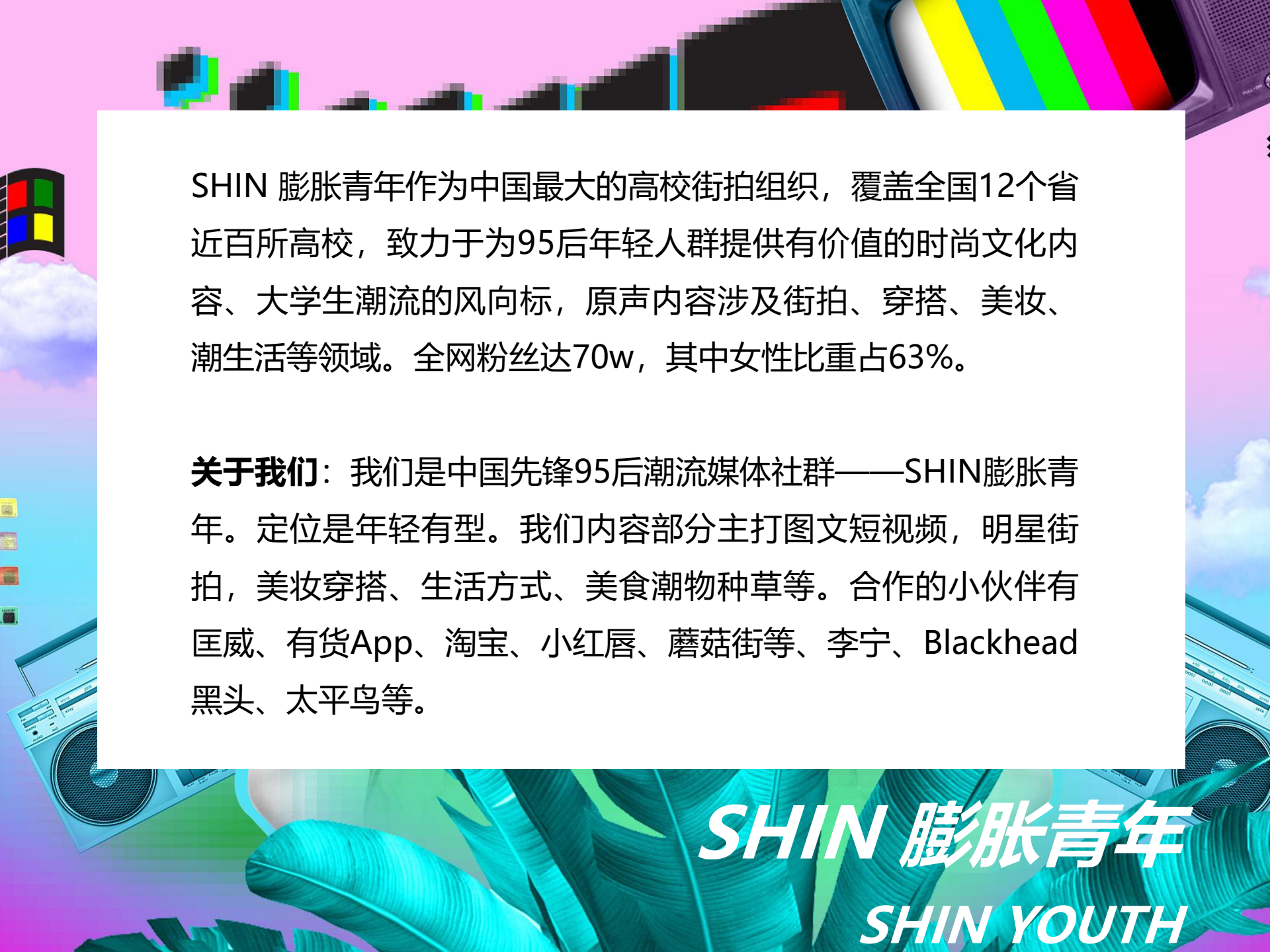




# SHIN膨胀青年

## 天台“美妆游乐场”活动策划



SHIN 膨胀青年作为中国最大的高校街拍组织，覆盖全国12个省近百所高校，致力于为95后年轻人群提供有价值的时尚文化内容、大学生潮流的风向标，原声内容涉及街拍、穿搭、美妆、潮生活等领域。全网粉丝达70w，其中女性比重占63%。

**关于我们：** 我们是中国先锋95后潮流媒体社群——SHIN膨胀青年。定位是年轻有型。我们内容部分主打图文短视频，明星街拍，美妆穿搭、生活方式、美食潮物种草等。合作的小伙伴有匡威、有货App、淘宝、小红唇、蘑菇街等、李宁、Blackhead黑头、太平鸟等。

**SHIN 膨胀青年**  
**SHIN YOUTH**

化妆这件事对于人类而言，不仅仅是带来美这么简单，  
更重要的是带来自我的愉悦感和自信。

“天台美妆游乐场”想带着人们对于追求**自信**的愿望，呈现在大家面前。

不管是日系小清新，  
还是欧美大浓妆，  
不在乎他人眼光的条条框框的那种自信，  
以愉快、玩乐的心态去尝试不同的妆容，不同的风格，  
才是这个游乐场真正的目的。

“膨胀”精神也潜伏于这个游乐场~  
膨胀青年，他们**肆意生长**，像病毒一样。  
不在乎他人的闲言碎语，追求自己的方向

## 活动概述

9月15日-9月16日（周六、周日）

SHIN膨胀青年将于第二届上海静安大悦城当夏天台节期间，在大悦城天台开启一场美妆游园会，一起为夏天的尾巴带来一缕年轻人的欢乐。

不仅有：

不同的彩妆产品的试用于体验

不同妆面风格的尝试和感受

不同化妆小技巧的教学和了解

还有：

游乐园般欢乐的场景

放肆玩耍展现自己的空间

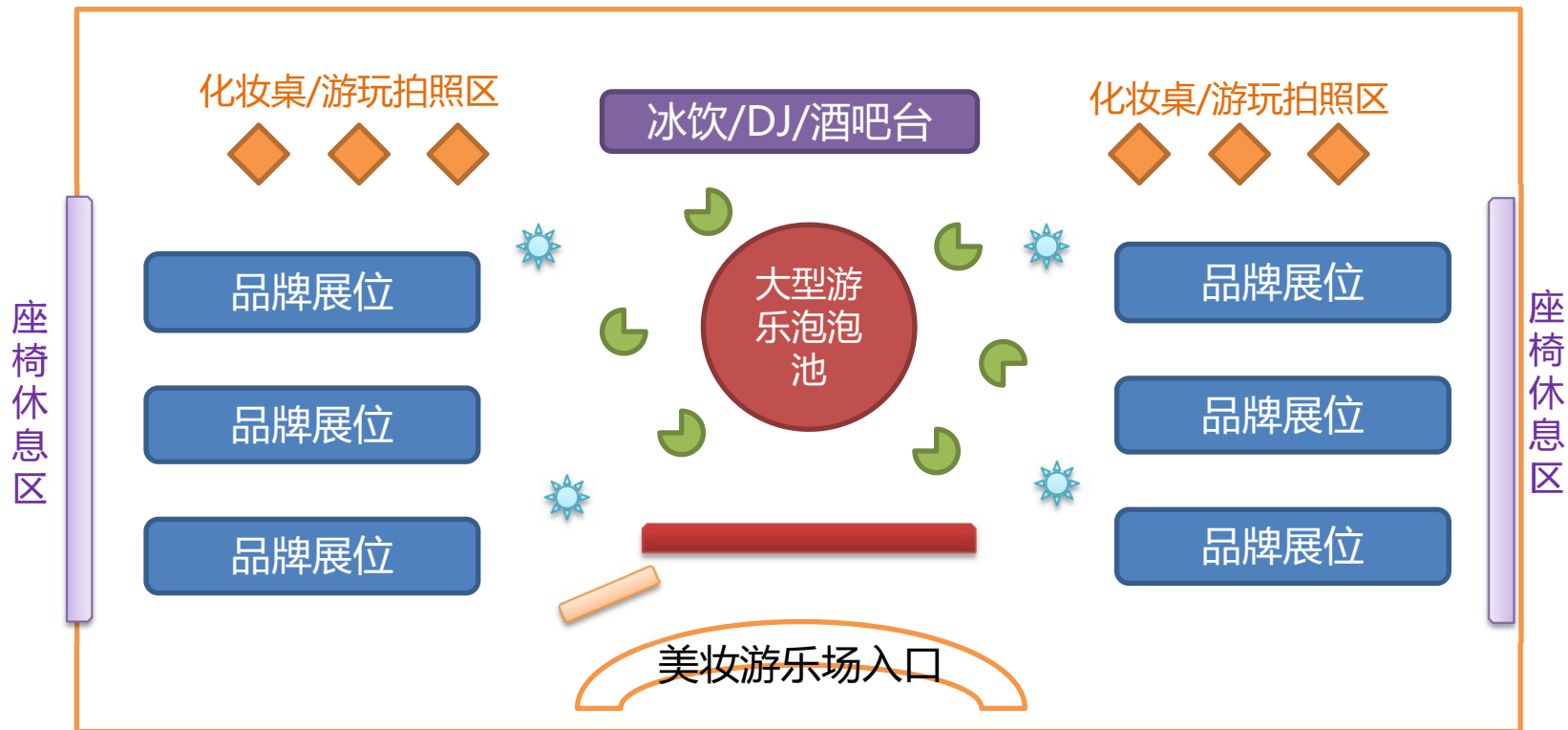
.....

## 定位人群

魔都” 膨胀 “年轻人 年龄 18-27岁之间

人群特点:

- 乐于尝试新鲜事物，善于寻找有趣活动
- 对时尚敏锐度高
- 年轻不安分，追求娱乐生活
- 社交网络分享爱好者，自媒体活跃度高



美妆艺术品、装置摆放



高脚桌/座椅区



签到墙



抓娃娃机等游玩设施



# 展览活动目的

通过年轻潮流  
自媒体的口碑  
与影响力

## One

## Two

通过此次大型天台活动，展现品牌的精神及品牌理念

## Three

制造时尚圈、朋友圈话题热点，引爆流量

6

展览主题

主题： 美妆游乐场 ——从美妆角度展现年轻活力

关键词： 蒸汽波风格/玩乐有趣/造作玩闹

INTERNET  
DIAPYRIOR まもる



# 天台活动区规划

- 区域主题内容：**白天-美妆游乐场，晚上-美妆游乐场Party**
- 区域目标：让参与者沉浸式和美妆一起游玩。
- 一楼的展览将会与天台的线下活动建立连接：展览场地集邮盖章，可以获取额外天台抓娃娃机的游戏币等。

IS  
**YOUR  
DAVID  
PARAMOUR**

**DOPE AS FK**  
B E O V E R B Y N O W

# 天台活动区规划

## 整体效果



## 美妆/产品娃娃机



## 白天-美妆游乐场设施

以摩天轮为背景，建立美妆游乐场。

设施内容包括美妆体验区、抓娃娃机

(化妆品版)、秋千、泡泡池等。

## 泡泡池/玩具



# 天台活动区规划

- 区域主题内容：**白天-美妆游乐场**，**晚上-美妆游乐场Party**
- 场景目标规划：场景以摩天轮为背景，在美妆游乐场的基础上，建立吧台、舞池等派对公共区域。现场提供酒水等。
- **设立化妆区**：提供一些派对必备小物（如，亮片、纹身贴等），供参与者继续深度完成他们的妆容。



# 天台活动区规划

## 晚上-美妆游乐场Party设施效果图

吧台、舞池等派对公共区域，化妆区参考



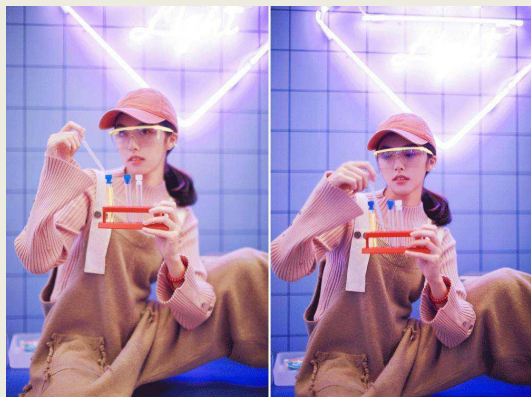
整体效果



化妆间参考



# 线下街拍拍摄-设立最佳街拍地点



- 区域主题内容：**现场膨胀主题街拍拍摄**
- 展览区域内或外，将安排2-4个街拍点。会有工作人员将为愿意拍摄的参观者拍摄街拍。
- 区域目标：拍摄优质街拍内容、为后期推广内容做沉淀。

# 展览活动现场安排

## **现场将邀请**

### **1. 上海及周边城市的高校大型社团：**

- 高校社团于大学生群里影响力较大
- 社团均带有自媒体，有利于校园内传播

### **2. 美妆达人及KOL：**

- 现场讲解妆容技巧，参与者更好体验
- 达人/KOL自带粉丝，吸引更多人前来参加活动
- 达人/KOL自媒体对活动的传播及宣传效果明显

### **3. 神秘明星嘉宾：**

- 明星吸引力较大，强烈粉丝效应

**预估现场参加人数将达到200人及以上**

# 展览活动现场安排

## 现场将安排

### 1. 品牌独家展位:

- 品牌拥有独家展位, 更好展示品牌产品及形象
- 品牌产品现场体验, 提升顾客对品牌好感

### 2. 品牌相关游戏设施:

- 在抓娃娃机等游乐设施内放置产品小样等, 吸引参与者前往并试用
- 大型美妆海报墙, 展示妆面, 吸引顾客拍照
- 品牌logo签到墙

# 合作客户优势

## 活动内品牌合作形式:

### 1. 品牌实体产品露出:

- 品牌独家专门商品展位：用于白天线下产品试用及购买
- 游戏设施（产品小样）：产品出现于抓娃娃机内、独家化妆间内（夜晚party），供参与者体验





# 合作客户优势

## 活动内品牌合作形式：

### 2. 品牌图片/logo/slogan等作为现场布置一部分

- 游乐设施设计、外观设计

### 3. 现场设立拍照签到墙，品牌logo于墙上露出



# 合作客户优势

## 活动内品牌合作形式:

### 4. 品牌现场展示于线上平台展示露出

- 现场摄影师对品牌产品进行拍摄，后期图片将于膨胀青年平台回顾推送内容中
- 推广内容文末放置品牌合作方logo，作为赞助方有大面积露出

### 5. 全市全网大面积宣传

- 大悦城官方协助宣传
- 膨胀青年平台独家宣传及全网推广（详情见推广部分）

### 合作品牌类型:

服饰类、美妆类、饮品/食品类、潮流电商类、线上媒体类、游玩设施类

# 传播渠道—SHIN膨胀青年

## 双微

SHIN膨胀青年

微信公众号

粉丝：25w+

均阅读：5w



SHIN膨胀青年

微博

粉丝：9w+

均阅读：20w



## 其他渠道

腾讯新闻

均阅读：7000+



ZAKER

均阅读：8000+



一点资讯

均阅读：1w+



网易新闻

均阅读：1w+



搜狐

均阅读：1w+



UC浏览器

均阅读：5000+



爱奇艺泡泡

均阅读：5000+



腾讯视频

均曝光：1w



传播渠道主要集中在双微，新闻类媒体以及短视频社区等。  
全网总曝光可达**30w+**。

# 传播渠道—合作媒体

## 美拍:

- 官方微博
- 官方微信公众号
- 站内资源

影响力: 100w+



## 爱奇艺

- 泡泡焦点图
- 爱奇艺站内贴片 (活动期间)
- 爱奇艺首页文字链
- 爱奇艺活动中心焦点图

影响力: 500w+



## ICON-F 时尚画报:

影响力: 30w+



# 传播渠道—静安大悦城

## 静安大悦城基本媒体配置

静安大悦城基本媒体配置			
	媒体类型		平台列举（按实际投放调整）
官方媒体	新媒体	微信	50W+粉丝
		微博	
	硬广	户外LED	南座/北座
外部媒体	新媒体	微信KOL	周末做啥 魔都潮人部落 GOGO Shanghai 深扒魔都 拔草 创小意
		网站	上海热线搜狐、腾讯、新浪etc.主流网站
		微博话题	新浪微博话题榜
		时尚社群	ELLEMAN、COSMO HI GIRL、YOHO NOW等
	硬广	线上媒体广告	LOHAS、优家画报、搜狐、米娜 优酷、爱奇艺贴片 时尚集团旗下刊物 时尚旅游etc.

# 传播节奏

开展时间：9月10日-9月23日

					9月1日 周六	9月2日 周日
					“膨胀少年感”主题街拍发布	
9月3日 周一	9月4日 周二	9月5日 周三	9月6日 周四	9月7日 周五	9月8日 周六	9月9日 周日
		站内话题预热 #膨胀有毒# + KOL线上互动	站内话题预热 #膨胀有毒# + KOL线上互动	站内话题预热 #膨胀有毒# + KOL线上互动	站内话题预热 #膨胀有毒# + KOL线上互动	站内话题预热 #膨胀有毒# + KOL线上互动
9月10日 周一	9月11日 周二	9月12日 周三	9月13日 周四	9月14日 周五	9月15日 周六	9月16日 周日
开展当天 1. 所有合作及独家媒体：发布图文宣传稿 2. 邀请KOL/达人/明星 现场参与		站内话题预热 #膨胀美妆集市# + KOL线上互动	站内话题预热 #膨胀美妆集市# + KOL线上互动	站内话题预热 #膨胀美妆集市# + KOL线上互动	<ul style="list-style-type: none"> <li>天台活动开始</li> <li>室内外两个活动相互呼应</li> <li>KOL/明星/模特现场参与</li> </ul>	天台活动
9月17日 周一	9月18日 周二	9月19日 周三	9月20日 周四	9月21日 周五	9月22日 周六	9月23日 周日
						闭展
9月24日 周一	9月25日 周二	9月26日 周三	9月27日 周四	9月28日 周五	9月29日 周六	9月30日 周日
展览及活动回顾内容 (1) 线上发布		<ul style="list-style-type: none"> <li>展览及活动回顾内容 (2) 线上发布</li> <li>线上互动粉丝抽取及奖品发放</li> </ul>				

预期目标

# Einstein

- 合作品牌及产品粉丝量、店铺访问量上升，品牌知名度上升；
- 引爆粉丝热度，制造圈内话题；
- 建立良好的品牌形象，提高辨识度。

SHIN 膨胀青年



*Thank You.*

*SHIN X 大悦城*