

# 关于skullpanda新系列 市场营销计划

Marketing Plan for Skullpanda's New Series Marketing Plan for Skullpanda's New Series

【 GenZ+潮流青年 / 废土风Y2K+国潮 】

# CONTENT

1

**GenZ消费者群体的锁定**

2

**内容营销： 新世界观/新主题——“废土风”**

3

**线下营销（活动）： 新联名/新联合——“y2k+国潮”**

# GenZ消费者群体的锁定

- 根据市场分析问卷以及消费者调研：GENZ+ “新” 青年群体占skulpanda消费群体近80%；整体消费者群体年轻化明显。
- 在消用户画像构建中：skulpanda系列消费者普遍具有“个性、时尚、风格、小众”等标签。
- 在对这列消费者的“其他消费行为”调研及了解当中：“时装”也极有可能是其日常关注的重点和消费重点。
- 新锐的服装风格同样——彰显个人风格 / 体现小众审美 / “活出自我”

时装 服装领域 寻找新方向

# 新系列设计风格选择方向

废土风

VS

普通y2k

新锐青年

GenZ

# 新系列设计风格选择方向

废土风

&

普通y2k

内容——营销

新锐青年&GenZ

活动——营销

# 为什么是废土风、y2k?

- 带着后启示录的**亚文化**风格，末日废土的美学也展现出了强烈又极端的割裂感，基本以色调单一的冷冽来统一基调，营造了悲观荒凉与阴霾萧肃的末日意象。
- 现当代年轻人群体中亚文化盛行，服饰、音乐、电影等艺术领域。
- 在 Y2K 潮流大肆回归的如今，末日**废土**更是作为绝望世界里的最后浪漫成为了最热的流行文化之一。
- “末日废土”风或要传达的终极概念：人类作为这破败星球的精神**个体**，始终将以包容和坦然的无畏态度走过黑暗的过去，踏上寻找新的未来之路。

# 废土风——世界观设定

- 这通常是科幻小说和电影中的一个背景设定，在罗伯特·格兰特的《科幻电影写作》中，将其定义为“环境被彻底破坏，自然资源被消耗殆尽，纯净的空气和水极其罕有。”
- 因为废土世界多产生于资源危机或环境危机之后，当人类赖以生存的地球经过毁灭性的灾难之后，生态系统与环境被严重破坏，资源消耗殆尽，留给世界的也最终只能是一地荒凉。



最能代表末日废土风格也许是电影  
《疯狂的麦克斯》系列：

荒漠连天的干涸枯燥，稀缺资源的争夺之战，

独具特色的面具着装与强烈的反英雄主义，

绝境之下的生存求索、对失落文明的精神追求  
共同塑造了无秩序末日下人类矛盾的求生状态。



# 废土风——文化核心与消费群体链接

- “废土”概念源于二战后。当时，人们刚刚遭受战争的摧残，紧接着又陷入冷战核威胁的精神压迫。在长期的焦虑情绪中，“末世”概念应运而生。不过，这一时期的艺术作品还不能称为“废土”，它有个更大的类别——后启示录（post-Apocalyptic）。

《启示录》是《新约圣经》中的一卷，讲述神用启示呼吁世人，并对那些顽固不化的人类施行大灾难的故事。慢慢地，人们把《启示录》中描绘的情景解读为末日审判，“启示录”随之衍化为“末日”的代名词。而后，《启示录》则主要侧重于“后”字，即讲述毁灭后的幸存与重生。

面对一无所有的废土世界，人类仍能以自己的方式找到新的希望与爱。

- 在诞生以来的半个多世纪里，废土题材始终经久不衰，废土美学的热度也越来越高。其中最重要的原因是它独特的精神内涵：对生存主义的考量。
- 废土艺术则作为独特的存在，警示大众：到那时候，资源匮乏成为世界主题，供需不平等成为主要矛盾点。在一无所有的废土世界，你要选择物质生存还是精神价值？或许废土艺术已经提前给出了答案。

那些在外界力量控制下的人们、仍旧选择抗争的人们成为了彼此的依靠；并终将在故事的最后以自己的方式找到新的希望和奇迹。



# 废土风——文化内涵及应用与消费群体链接

- 废土题材发展至今，已在影视、动漫、游戏、文学等领域建立了特属的废土世界观。而废土美学便是建立在废土世界中的艺术形态。
- 生存成为废土世界最大的考验，而废土美学便是在“毁灭与重生”中诞生的美学结果。
- 末日废土在服装设计上带有浓重的“丧”，这是来自于其对于生活的探知与危机的外化。当人们的生存已成困境，衣着的破碎、质朴与本真成为了对人体最后一层尊严保护。
- 在全球普遍将气候、环境与未来的哲思摆上台面时，时尚圈更是通过“末日废土”风的演绎，展现了其对于人类未来与社会环境的独特思考。
- 在破败与先锋的时尚浪潮中展现了强大的包容性。无论是解构，拼贴，哥特，朋克，皮革，羊毛等各类元素都能够在这一风尚里安之如素。

## 废土风——消费群体精神链接

**焦虑中重生  
的精神内涵**

**丧文化**

**追求自我**

**真实和理想  
的矛盾**

**无畏的态度**

**包容和爱**

# 废土风——潮流服装风格 2000+/ 2015 / 2021+



## 废土风设计风格

废土风正是营造出在这种恶劣环境中的颓败感。

简单来讲，是一种在赛博朋克风之后，地球濒临毁灭，资源枯竭，末日后的破败机能感，与赛博朋克一样讽刺着“高科技，低生活”的反乌托邦世界。

以黑、白、灰、大地色系为主，搭配解构、拼接、破坏、水洗、磨毛、做旧、捆绑、机能、面料的混搭和夸张的廓形都是废土风的元素。

DEMOBAZA / 疯狂的麦克斯 / 沙丘1965/ 机器人瓦力 /BALENCIAGA 2023

## 废土风穿在娃的身上

服饰设计创作空间大

面料或材质呈现突出且特别——记忆点

色彩、风格极大的区别和突出于现有盲盒市场

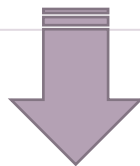
设计风格：小众、时尚、表达自我 —消费者

# 废土风——“新世界” (世界观——讲故事: “突破” 扩大IP内容及未来设计空间)

废土风格是一种世界背景，它是指人类在经历某一场浩劫之后，地球上的文明被毁灭了。又经历了很长一段时间，地球上的人类开始重新活跃，开始在这个环境下生存。

在人物设计中，废土风格有个非常突出的特点，就是高科技和原始的东西会并存，高纯度色彩和低纯度色彩的装备夹杂在其中。

各种生锈的铁板焊接，毫无联系的各种日常生活用品拼接，形成一种战斗物资急缺的画面。尘埃，铁锈，杂物，破败，暗淡才是这里的常客。而纯度很高的色彩，一般多是由于点缀色。



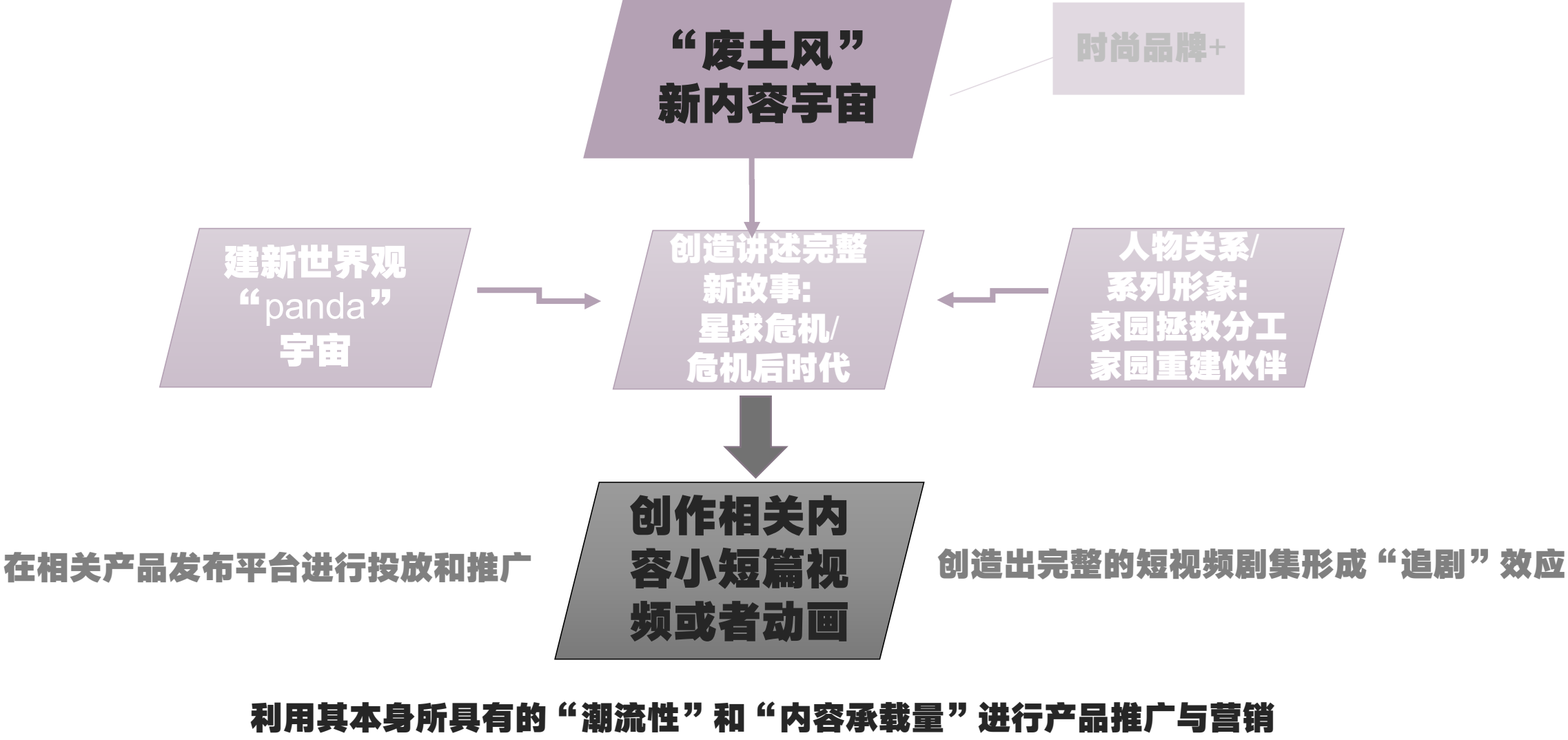
**skullpanda的人物形象并没有性别限制，本身存在宇宙中自由遨游的背景，具备展开新世界观的条件**

**新系列中通过新美学文化、新世界观、潮流时装等元素的加持，吸引新消费者：**

**男性消费者；时尚热衷者；时装消费者**

**关键词重叠：小众、个性、时尚、表达自我**

# 产品本身——内容营销



# Y2K+国潮——线下活动

## “重生回响”

**策划主题：**“重生回响” 线下小镇

**主题内涵：**以“重生回响”为主题，关注现当代年轻人在新时代背景下面对现实与理想冲突而产生的现实“废土感”，个人与社会的割裂感；迎合当代年轻人审美，探索融合当代年轻人娱乐方式与关注重点，将盲盒与潮流服饰通过抓住年轻人审美和心理设计共同主题“强强联合”，制造潮流青年娱乐新“卡点”，吸引更多年轻消费者，强势推广sp系列新IP,扩大IP及品牌影响力。

**活动目的：**推广sp废土y2k风格“未来之城”新系列，并且联合国内千禧风格+国内潮牌进行集合街道式线下活动。借助集合营销活动，扩大品牌影响力及消费者辐射面；同时通过合作，助力国内原创潮流品牌的发展与推广，以为未来可能产生的合作打下基础。

# Y2K+国潮——线下活动

## “重生回响”

**活动内容：**“skulpanda新系列——y2k废土风 + 国潮品牌” 线下街道小镇式集合快闪活动

**活动目标人群：**对国潮感兴趣；对千禧年复古新风潮感兴趣；对于包括废土风在内的泛意义上y2k风格感兴趣的GenZ和潮流青年群体；追求新鲜、有趣、喜爱打卡的广泛消费影响群体。

**活动时间：**2023.6.1——2023.6.10

**活动预期效果：**吸引新消费群体（时尚消费群体、男性消费群体）；达到可日均客流量1万；媒体平台曝光量\*\*\*；新系列销售额\*\*\*；品牌影响力进一步增强；品牌潜在合作伙伴增加。



# Y2K+国潮——活动实施

- **活动方式：**在一线或重点城市，城市中心商圈消费广场，搭建“回响小镇”

小镇风格以废土风和千禧复古风格为主；可以将小镇分为两个板块，“往日”和“重生”。

**“往日小镇”：**现场装饰风格以复古千禧年为特点      元素：舞厅、旱冰场、闪耀的灯球

推荐入住千禧复古风格的国潮服装；以及少量摆放skullpanda同IP其他系列产品

（或者泡泡玛特其他IP符合主题的产品，视活动规模大小而定）

中间可以设置“传送门”等相似性质的装置表现时光回溯；或电视机等媒体装置表现一个是幻想一个是现实

**“重生小镇”：**现场装饰元素以废土风为主要特点      元素：沙漠、机甲、堡垒、棚户

推荐入住包括“废土风”在内的更加新锐的和试验性的国内潮牌品牌；

以及围绕skullpanda新系列 “未来之城” 的大小娃娃位置陈列。



# 废土风Y2K回潮——当代年轻人的精神休憩

“面对一无所有的废土世界，人类仍能以自己的方式找到新的希望与爱。”

**希望新的系列和相关活动，能够让当代年轻人短暂的  
逃离现实，逃离焦虑，逃离压力**

**或回到那个他们无忧无虑的孩童年代，做当时作为小  
孩子做不到的事；**

**或去到一个隔绝的地方，虽然尘土飞扬，但是无畏的  
他们依旧相互依靠，面前有光。**

**谢谢观看! Thanks for watching!**

