

CATWALK UNI

深圳猫眼传播科技有限公司

企业出海全案咨询与整合营销方案服务商

FULL CASE INTEGRATED MARKETING SOLUTION SERVICE PROVIDER

全案咨询 / event解决方案 / SI与门店体验解决方案 / AI门店解决方案

清华美院出身，留学曾得英法日韩设计大奖。

电子消费品/ICT 基础建设toB marketing 营销传播，品牌出海15年工作经验。

操盘华为新品全球上市营销解决方案交付超60款产品。

奠定华为终端手机KV调性，

3C产品1+N场景化体验模式创新研发项目试点人员之一。

全球成功开店/专区超过6000个。

明星战役：2018年MATE20上市，点亮迪拜塔，刷屏朋友圈，登各国头条，
迪拜首家高端门店落成开幕式创下一分钟买单一台MATE20PRO，单店单日**420万**营业额
营业**10小时**售出**600台**的销售神话，至今无人打破。

巴展toB论坛event海外推特百万点击量爆款内容视频生产者。

首创开发短视频toB新品上市交付件代替传统PPT赋能，**效率成交提高300%**

编导制作短视频案例“江苏移动5G海洋网络覆盖方案”获2024年**丹麦“人与自然”卓越大奖。**

童老师

深圳猫眼传播科技有限公司创始人

西班牙Creative Spirit大中华区总经理

前华为ICT集成品牌传播负责人

前华为终端海外拓展专家

(IPMS新品上市/海外开店)

What we do?

我们能做什么

strategy 策略

brand marketing
品牌定位

product marketing
产品定位

global market
share analysis
全球市场空间分析

global explore strategy
全球拓展策略

full solution delivery
全案

co-branding
品牌联名合作

design 设计

online/offline
visual identity
线上线下视觉全案

online/offline
store identity
电商/终端门店形象

product display
产品陈列设计

promotion POSM
活动物料开发

promotion calendar
促销日历

production 生产

store identity sampling
样板店打样

display fixture sampling
陈列道具打样

furniture production
家具生产

display fixture and POMS
production
道具物料生产

store landing 线下

logistic/clearance
/certification
物流/清关/认证

storage/delivery
仓储配送

store display & service
门店陈列与售后

roadshow
路演

AI agent
智能体开发

online landing 新媒体与电商运营

KOLcooperation
KOL合作

self-media
operation coach
自媒体运营咨询

IP build up
IP 孵化

new media operation
新媒体运营操盘

self-media operation
consulting
自媒体运营咨询

channel 销售渠道

oversea E-channel
跨境电商渠道

global 3C channel
全球3C渠道

oversea event exhibition 展会/发布会

exhibition strategy
consulting
会展战略咨询

oversea exhibition
server
国际会展服务

showroom plan
& operation
展厅策划运营

event operation
活动策划运营

media transmission 媒体传播

vedio shotting
and edit
视频拍摄与剪辑

copy writing
新闻稿撰写

pay media
媒体投放



What we got?

我们有什么？



MARKETING & TECHNOLOGY

合作工厂

会展制作工厂
终端道具/家具工厂：木工，亚克力，五金等POP纸质物料，活动物料制作工厂

全国/海外终端落地资源

全国/海外：
基础装修/安装售后合作落地合作资源

跨领域 / 跨国合作资源



DESIGN: LONDON / DUBAI / PHOENIX /
HONG KONG / NEW YORK / RIYADH /
TORONTO

海外会展：表演
餐饮
音乐灯光
本地摄影团队
本地搭建与制作工厂

KOL资源

国内海外**10万+**
KOL资源

媒体

2000+知名媒体
10+ 央媒
30+ 纸媒
50+ 省美

销售渠道

线下：天音
线上：geekbuy

海外会展EVENT: creative spirit. Paris. Barcelona. Madrid. ShenZhen

欧洲头部event团队，经验丰富，资源优质，
报价合理。总包起步价：8万欧元。

拥有巴黎，巴塞罗那80%五星级酒店，博物馆，古堡等会议场地，

MWC期间场地提前锁定。

策划，场地，灯光，舞美，表演，司仪，
走红地毯，酒水餐食，搭建，撤展一站式
海外发布会，论坛event服务。

we
craft.live
experiences

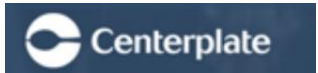


Independent hybrid event communication
agency, we think and craft **unique live**
experiences.

欧美最大灯光/舞美/AV团队- SQM



专业餐饮供应商



For events that impress, Centerplate offers nice hospitality and remarkable menus for gatherings of any size or guest list. Classic or modern, local favorites or global flair... Centerplate tailor the experience to make the most of every occasion. In the mean time, centerplate pioneer local cuisine that elevates the quick-serve experience in stadiums, convention centers, entertainment and other high-volume event spaces.



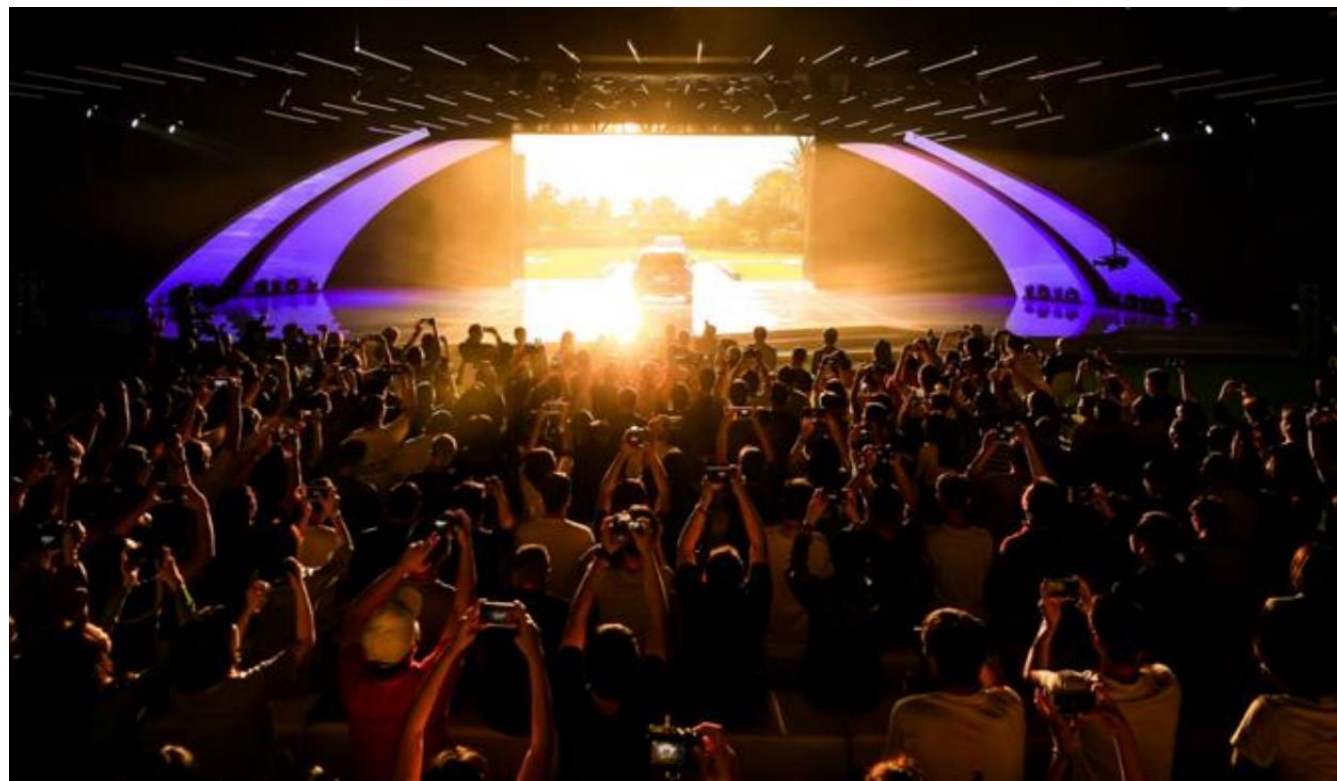
摄影摄像团队

Glint vision studio



专业修图团队

PRphoto



跨境电商：际客国际

●销售承接 ●品牌孵化 ●营销推广 ●渠道运营 ●活动策划 ●广告投放 ●市场洞察

际客国际，致力于为中国品牌出海提供全链路解决方案。



际客国际是以跨境出口电子商务运营为核心业务的电子商务公司。成立于2005年，公司秉承本地化运营理念，从2015年开始全面布局海外营销推广和多元化渠道销售网络。致力于为中国品牌提供本地化出海的全链路解决方案。

公司总部位于深圳，目前在香港、广州、成都、南京、青岛、苏州、德国、西班牙、斯洛文尼亚、波兰、克罗地亚等多个国家和地区设有分公司。业务覆盖德国、法国、意大利、西班牙、英国、斯洛文尼亚、罗马尼亚、克罗地亚、日本、美国、东南亚、南美等全球200多个国家和地区。

际客国际自有IT技术团队，研发自主知识产权的前台交易系统、后台ERP，全面支持供应商管理、产品管理、订单管理、客户管理、交易过程管理、红人系统管理和大数据分析。

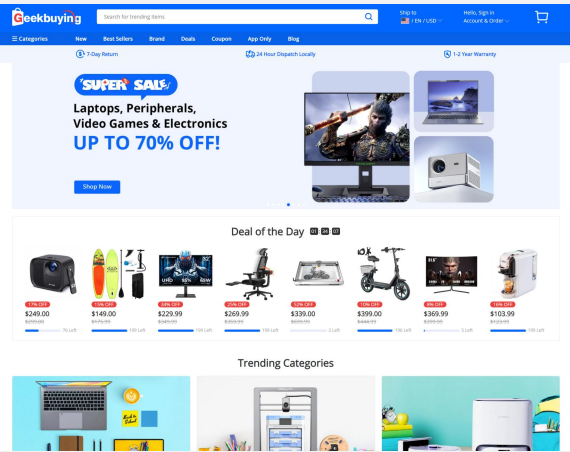
GeekBUY.
际客国际

海外全渠道零售&分销能力

帮助品牌客户建立完善的全渠道销售体系，不断拓展渠道的广度和深度，打通线上和线下全渠道。

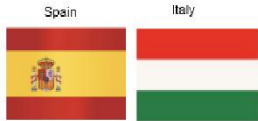
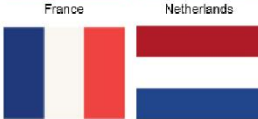
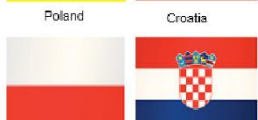
际客国际渠道销售体系已覆盖全球数十个线上电商渠道、线下数百家**KA**及中小**B**渠道，赋能品牌快速实现在全球业务的高增长。

线上自建全球英语站



500万+注册用户
180+覆盖国家 个性化营销/选品
无平台规则制约
赋能品牌冷启动

线上自建区域小语种站

西班牙语站		意大利语站
法语站		荷兰语站
德语站		斯洛文尼亚语站
波兰语站		克罗地亚语站

本地化团队，适应不同国家/地区
用户的行为、偏好和选择

国际电商平台

全球亚马逊 amazon

法国 DARTY Cdiscount Rakuten fnac ManoMano RUE DU COMMERCE

德国/荷兰 MediaMarkt OTTO Kaufland bol.

西班牙/葡萄牙 Miravia PC COMPONENTES Worten

意大利 ePRICE 罗马尼亚 EMAG 波兰 allegro empik

英国 OnBuy.com 欧洲 frugo OZON J J OOM

美国 newegg Walmart target THE HOME DEPOT BEST BUY

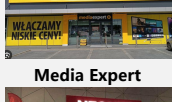
日韩 coupang Gmarket

南美 mercado libre falabella.com LINIO

东南亚 Shopee Lazada

全球 ebay SHEIN TEMU AliExpress wayfair

线下渠道

 MediaWorld	 Euronics	 Unieuro
 TRONY	 expert	 Conforama
 BIG BANG	 expert	 E.Leclerc
 BIG BANG	 Mimovrste	 komputronik
 RTV Euro AGD	 Media Expert	 Komputronik
 X-KOM	 Neonet	 Mediamarkt
 DNS	 M SAN Grupa	 Spar

行业协会：UXPA中国

UXPA (User eXperience Professional Association) 是一个国际用户体验组织，成立于1991年。目前全球有超过60个分会，遍及30多个国家。合作高校330+，合作企业400+，至今举办17届比赛，参赛5万人，报道10万+，评委200+，作者800+，发表论文1600+。



展览：



论坛：



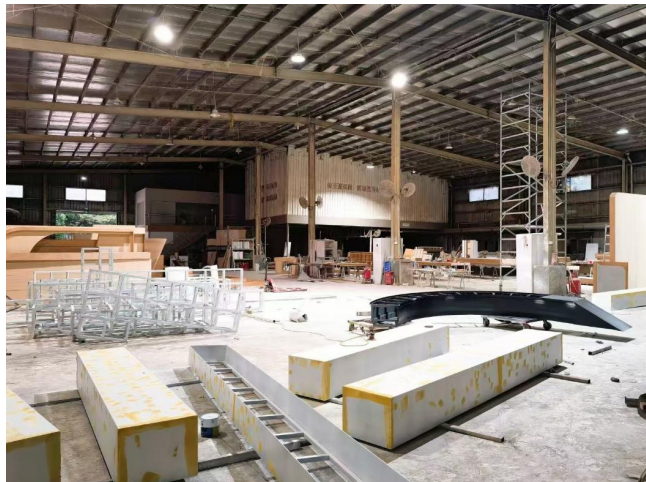
职业认证：



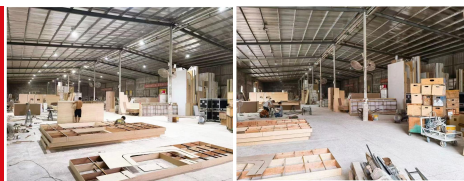
赛事：



展陈：POP / 活动物料工厂



木结构
TIMBER STRUCTURE



印刷工厂

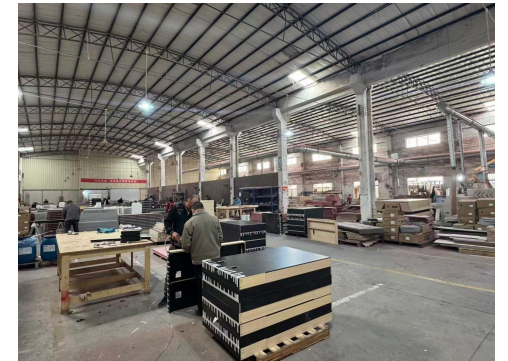
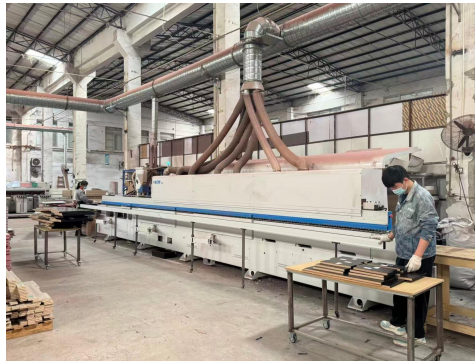
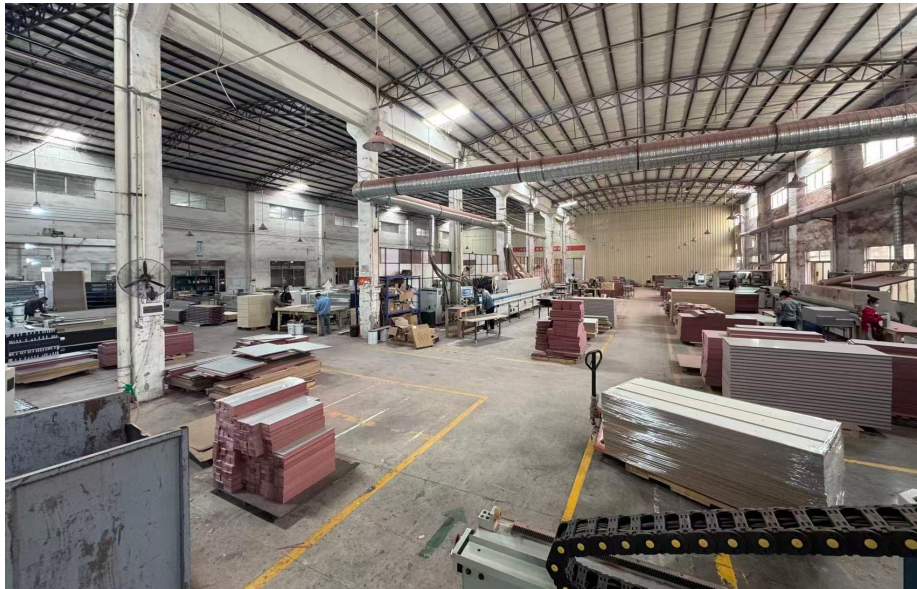
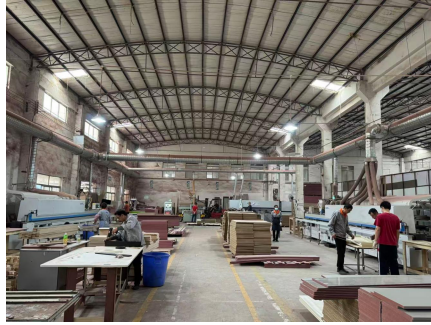
喷绘工厂
SPRAY PAINTING
FACTORY



展陈：道具工厂

中山工厂10000平米-展陈道具 / 硬装家具

10余年运营，华为，小米，沃尔玛，海底捞等品牌丰富合作经验。



Why us?

为什么选择我们?



MARKETING & TECHNOLOGY

01

业界大拿

02

一站式解决方案

03

最小投入利益最大化

04

**最大程度节约机会成本与
时间成本**

05

专业与全球化标准

06

行业丰富案例与实战经验



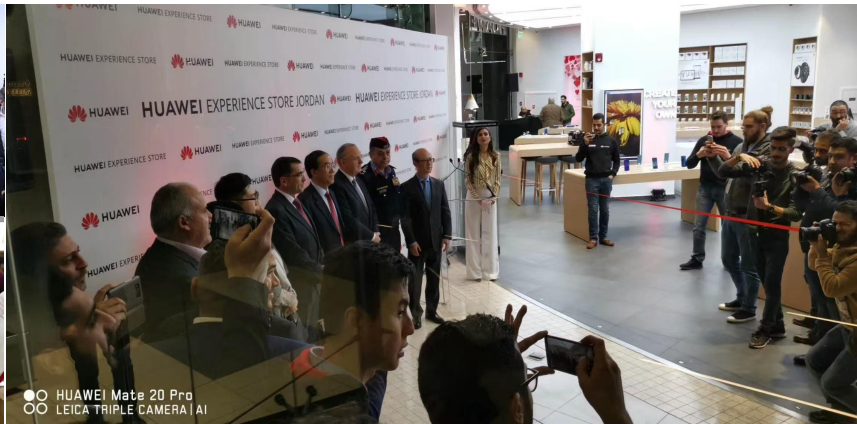
Our customers

我们的客户
Some logo display

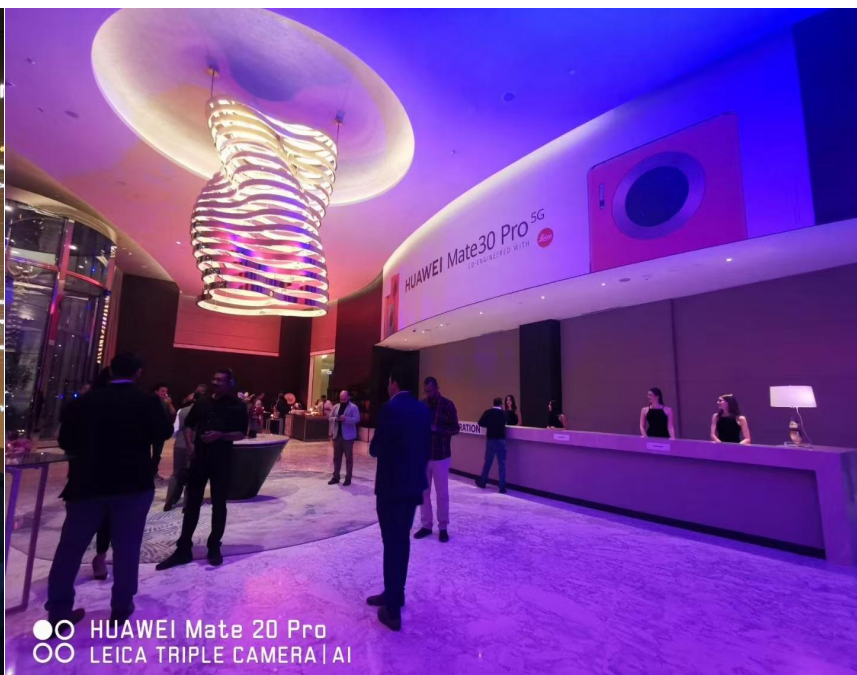
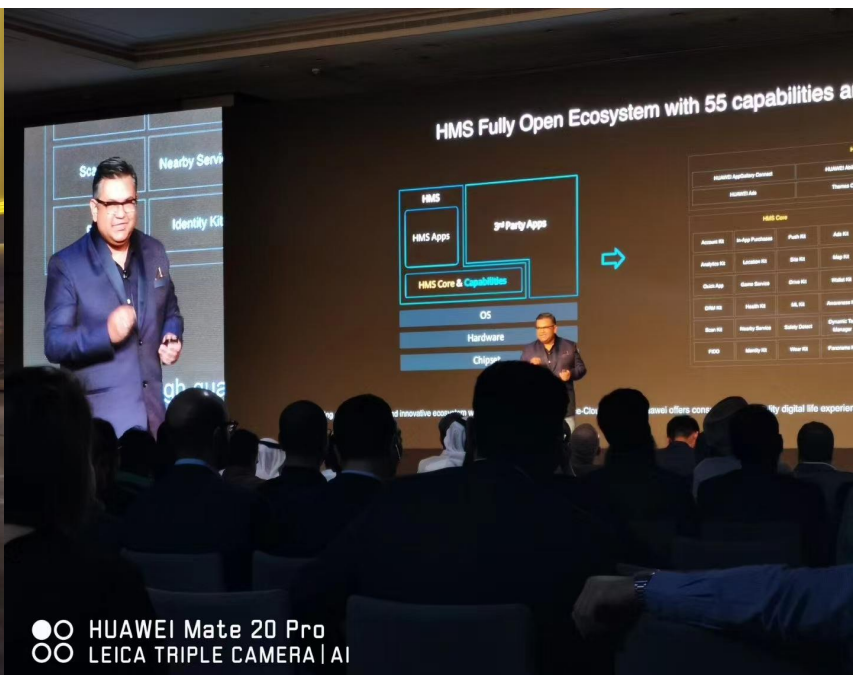


全案：MATE20迪拜上市，华为于GCC海湾国家高端崛起

MATE20油拜上市点亮油拜塔，上各国头条，GCC海湾国家高端阵地崛起承载线上流量转化变现，迪拜店开业第一天售出600台MATE20，一分钟买单一台的销售神话。



全案： MATE30迪拜上市发布会， APPGALLERY海外发布， 场景化体验陈列



全案：造局 -- 2023-巴塞罗那联合国绿色论坛
海外论坛活动策划执行落地，花絮视频推特1天破
10万，3天破百万点击率。



Huawei
@Huawei

At #MWC24 Barcelona, #Huawei hosted the Green Development Elite Club with UNFCCC, ITU-T, and leading network operators to discuss the latest developments in Green Target Networks to accelerate sustainable development in the industry. tinyurl.com/3wjcmt55 #HuaweiNews #InnovateForImpact

翻译帖子



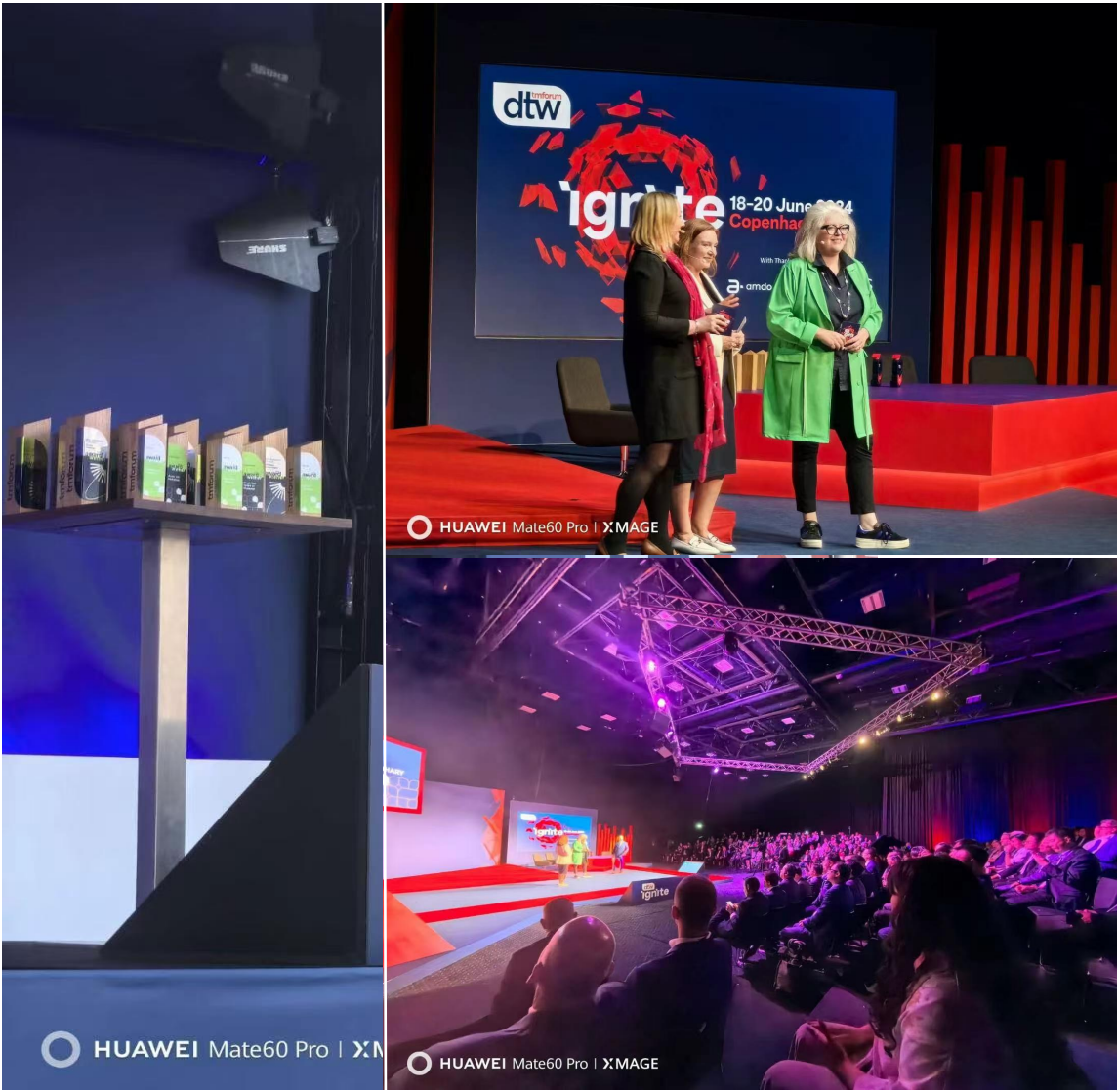
下午3:43 · 2024年3月15日 · 96.7万 查看

全案：造局 -- 丹麦DTW2024 “人与自然” 年度卓越奖

中国移动携手华为荣获TM Forum 2024年度“人与地球”卓越奖

”

[丹麦，哥本哈根，2024年6月18日] 近日，在丹麦哥本哈根召开的TM Forum DTW数字化转型世界系列峰会期间，中国移动携手华为凭借项目“绿色网络和关爱海洋：打造洁净和安全的海洋环境，并造福沿海居民的经济与生活”，成功摘得“人与地球”卓越奖。此项目聚焦在海洋零碳5G覆盖与海洋智能管理平台，有力展示了中国移动与华为深入产业，联合创新将5G、AI、IoT等技术与海洋产业深度融合，打造海洋新质生产力，并为海洋生态保护贡献力量。



全案：造局 -- 丹麦DTW2024登月项目
催化剂大奖



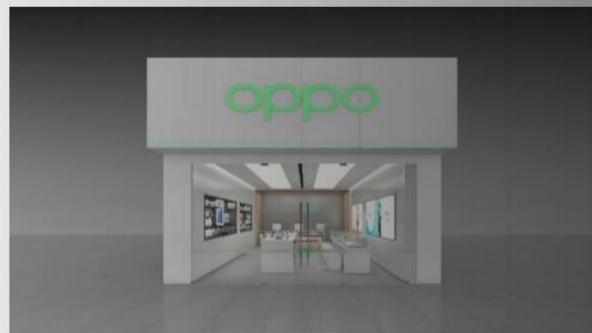
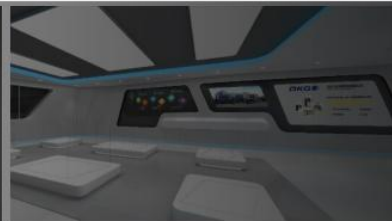
DTW24 | 华为联合中国移动携手海内外多家运营商和研究机构，打造绿色目标网，斩获TM Forum催化剂大奖

华为ICT服务与软件 2024年06月20日 22:43 中国香港

[丹麦，哥本哈根，2024年6月20日] 近日，华为联合中国移动，携手中国香港HKT，中国信通院，清华大学，南非Openserve，沙特STC，东方通信软件等电信运营商和研究机构创新合作的“网络绿色演进，使能电信行业可持续发展”催化剂项目荣获2024年TM Forum（全球电信管理论坛）“Sustainability Challenge”（可持续发展挑战）赛道最佳Moonshot催化剂大奖，该项目通过数字化和智能化能力，打造GNED（绿色网络演进与数字化）集成平台，支撑绿色网络演进，实现全球全场景零碳，节能减排，提升网络能力，支撑新业务增长，使能电信行业可持续发展，并赋能千行万业绿色发展。

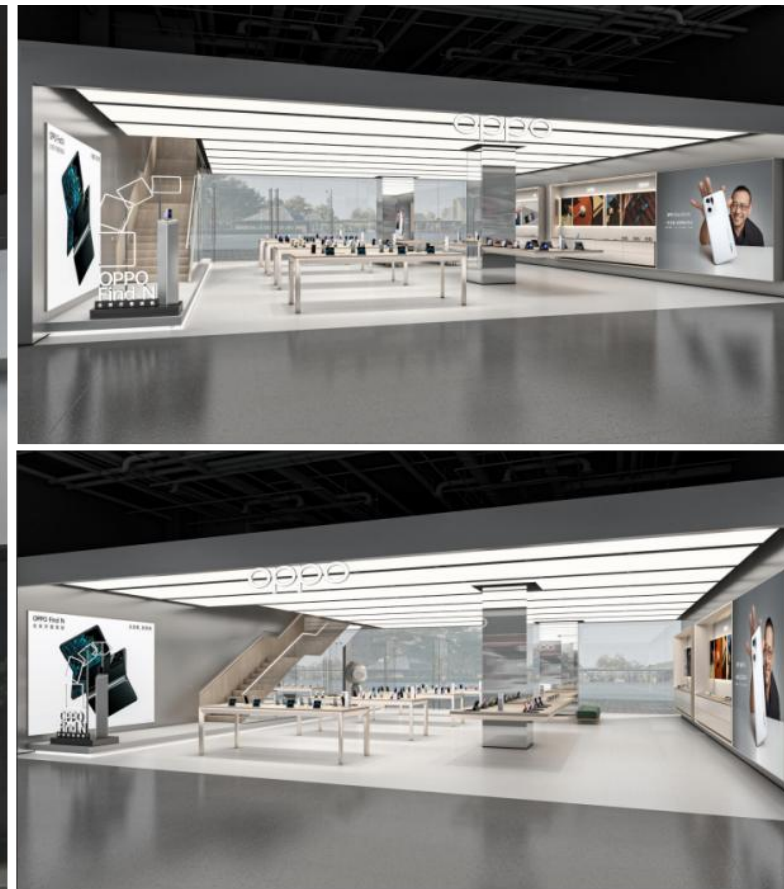
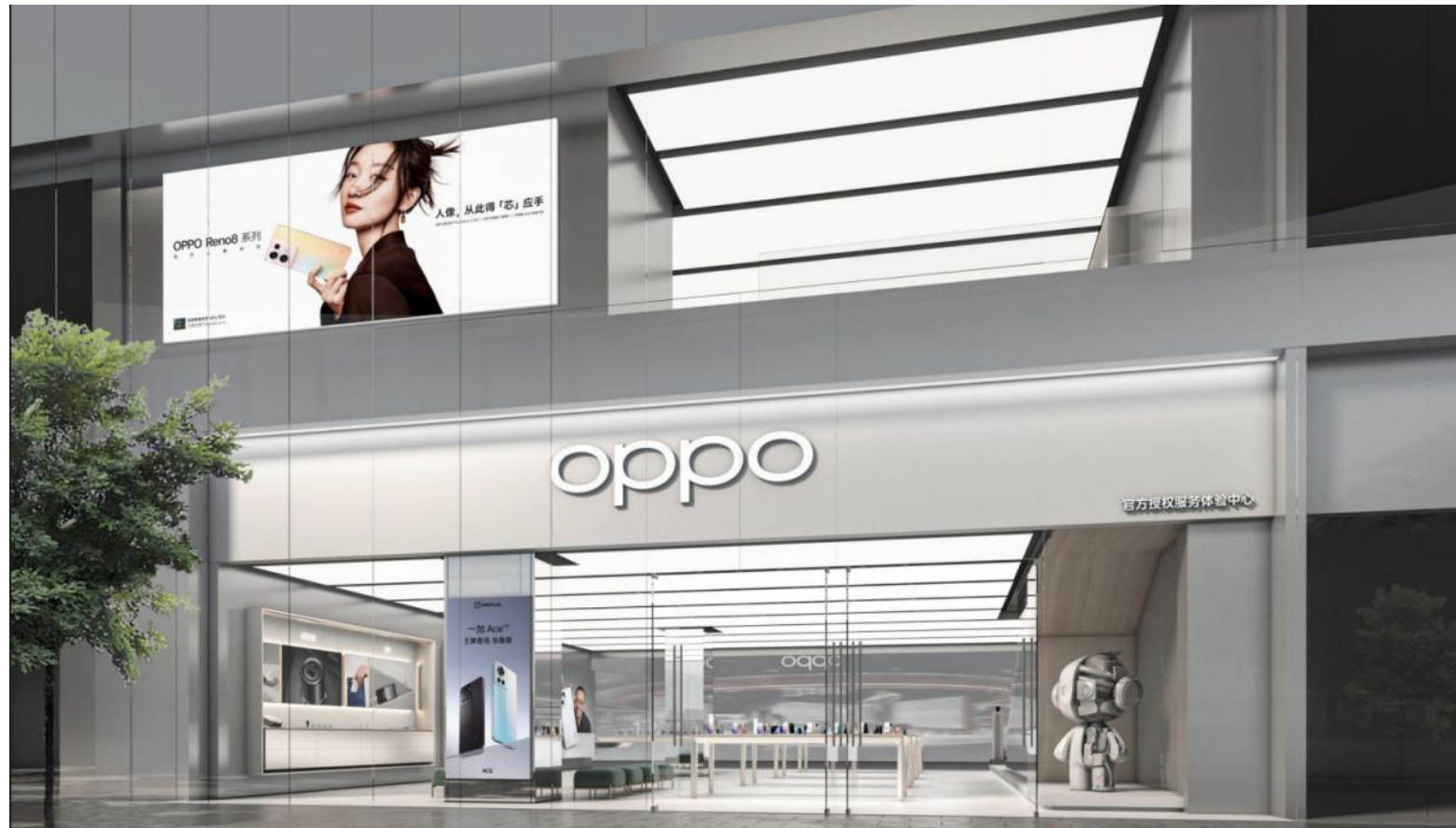


SI与展陈：大疆旗舰店/OPPO体验店SI系列



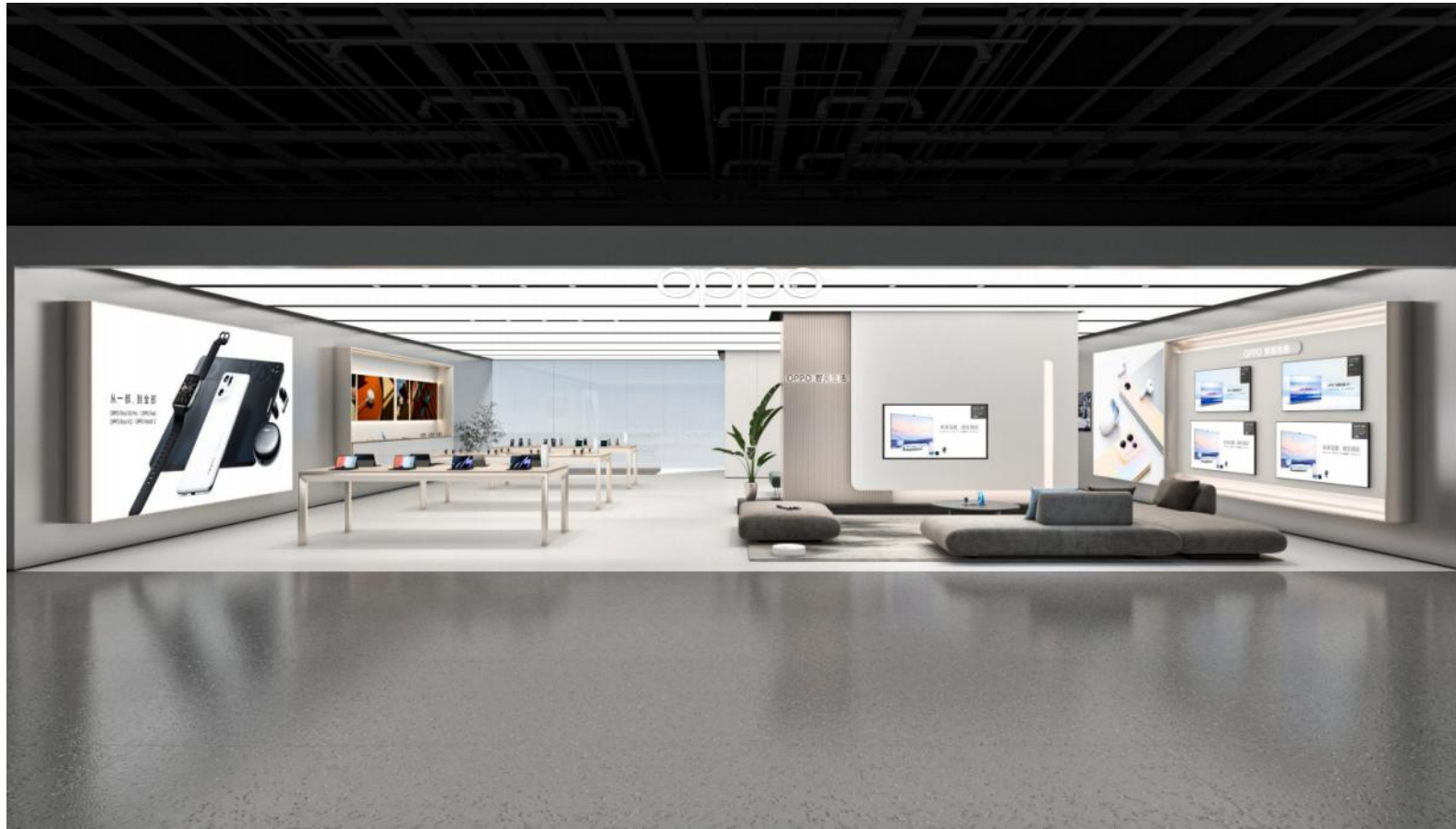
SI&展陈：沈阳京东MALL旗舰店(1)

支撑与京东MALL的战略合作，开发全新版本形象及展陈道具，提升品牌形象及用户体验



SI&展陈：沈阳京东MALL旗舰店(2)

二楼为客服+IoT融合体验区



SI&展陈：西安熙地港旗舰店

延续沈阳京东MALL旗舰店形象版本，
改造西安熙地港店，在原有门店1/2面积改造后，销量连续提升。



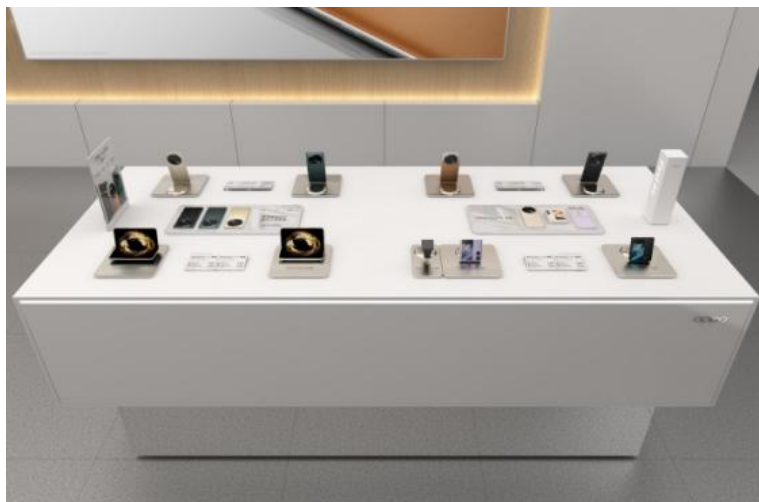
SI&展陈：新品道具类设计

FindN2 系列新品道具设计，从此手机陈列优化为拉线盒防盗，开启全新的陈列方式



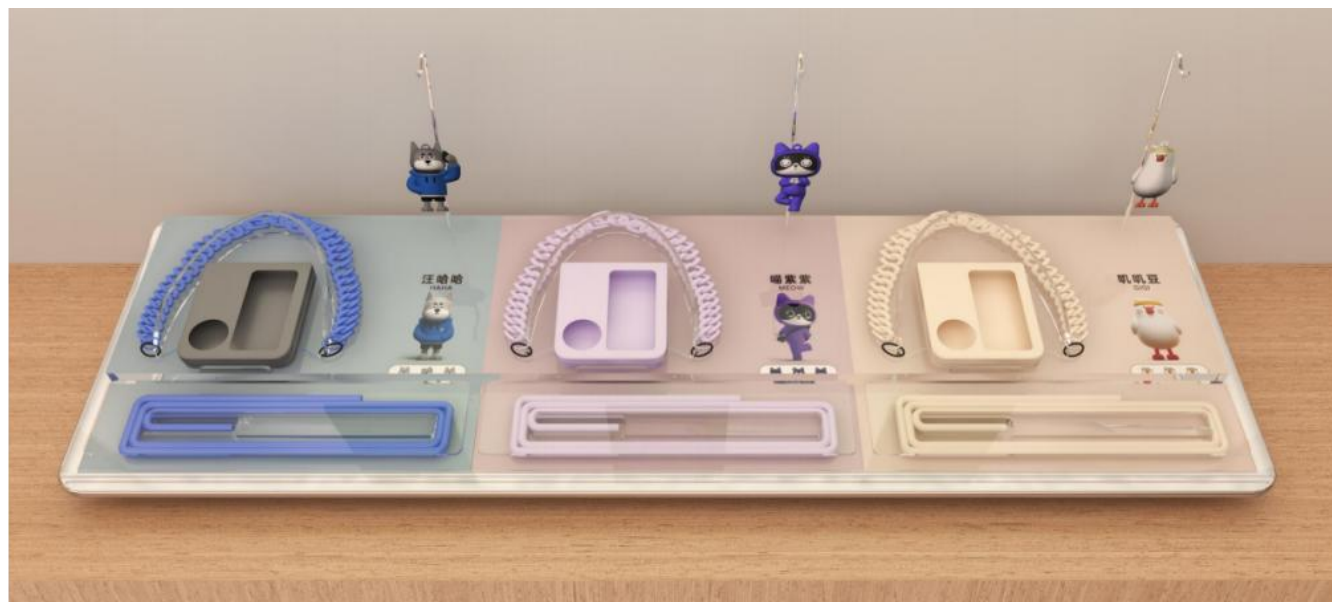
SI&展陈：新品道具类设计

Find、Reno系列新品道具设计



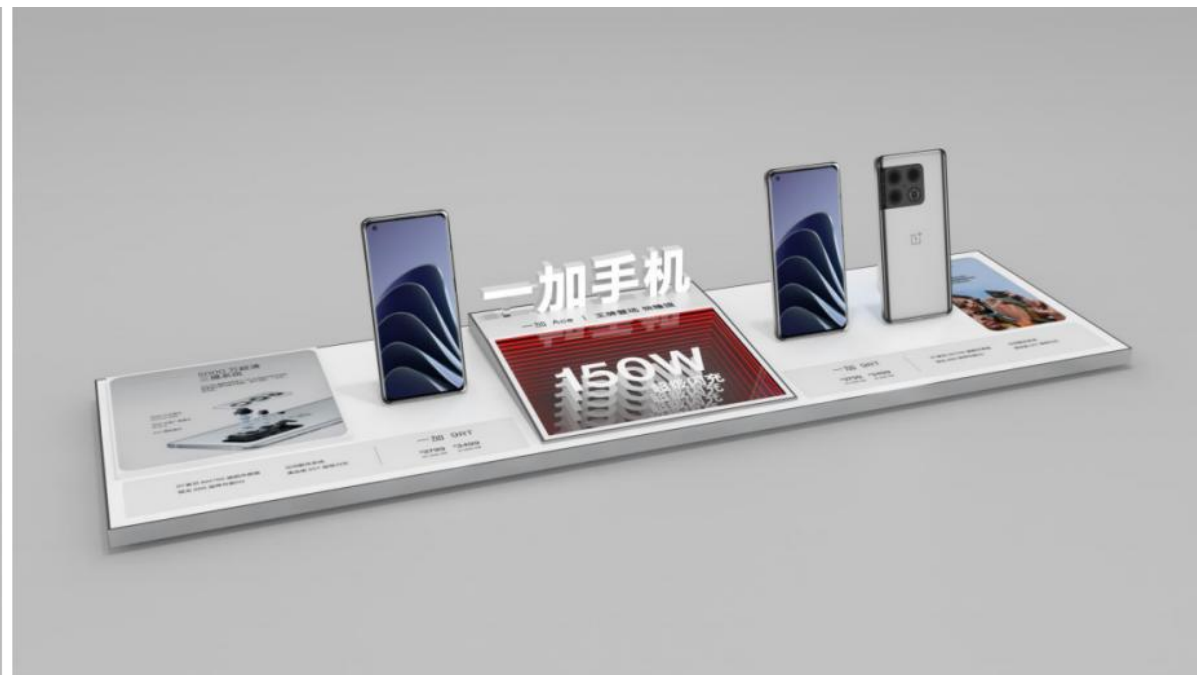
SI&展陈：新品道具类设计

Find N3 Flip系列手机壳展示道具



SI&展陈：新品道具类设计

Reno系列及一加手机主推道具



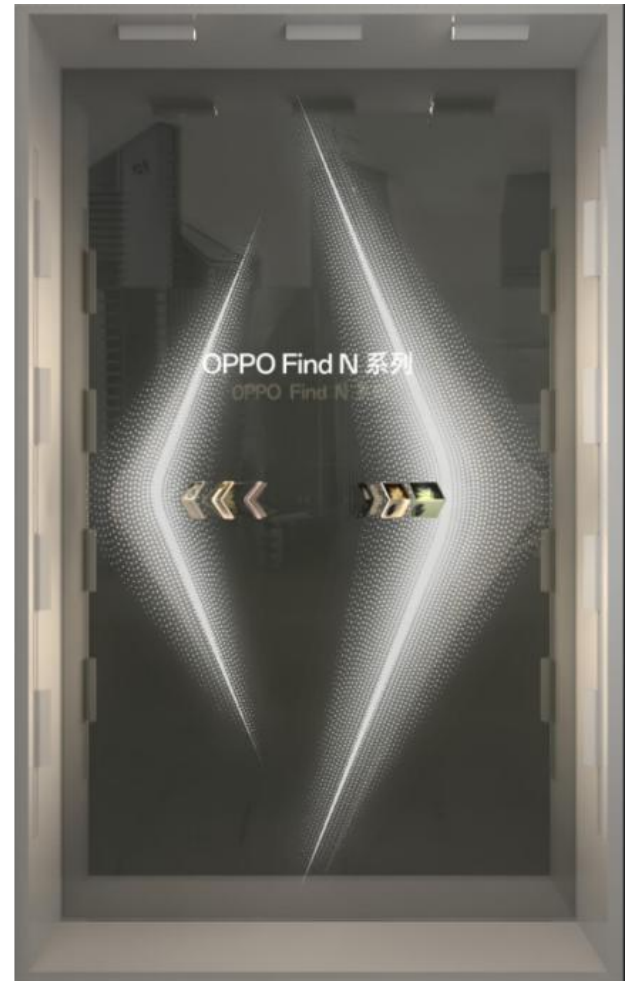
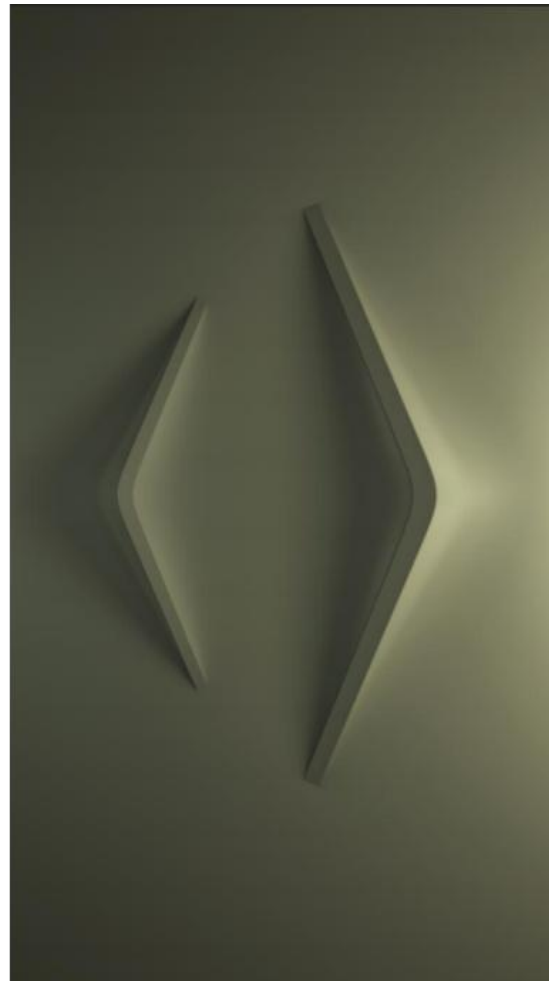
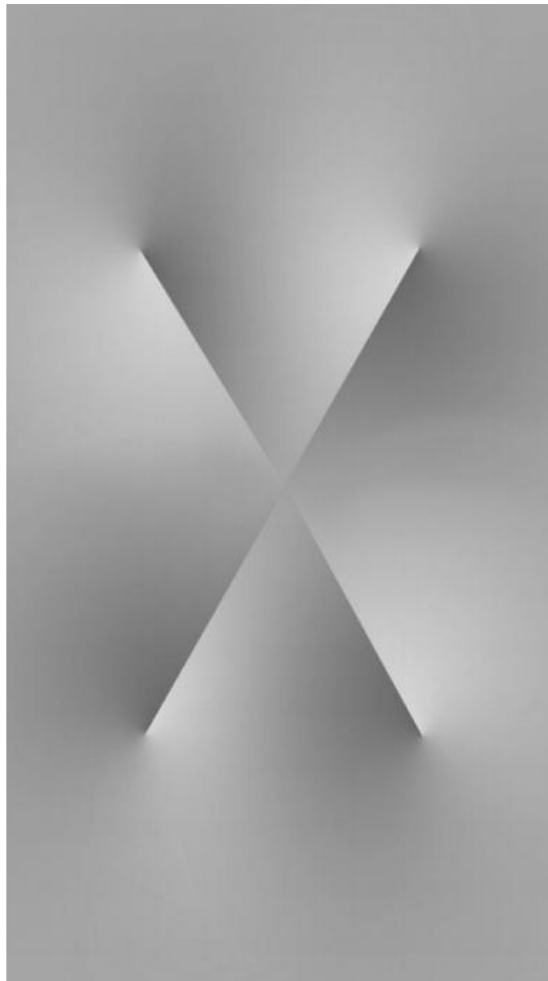
SI&展陈：正佳旗舰店新春氛围包店设计

主题店以新春影像时刻为创意理念，将中国结、福字、腊梅、灯笼、烟花和礼盒等传统元素，通过现代设计手法，以及金属、绒布、皮质等不同材质的结合和重塑，营造出独特的视觉效果。



SI&展陈：广州正佳旗舰店橱窗设计

Find N3 系列主题橱窗



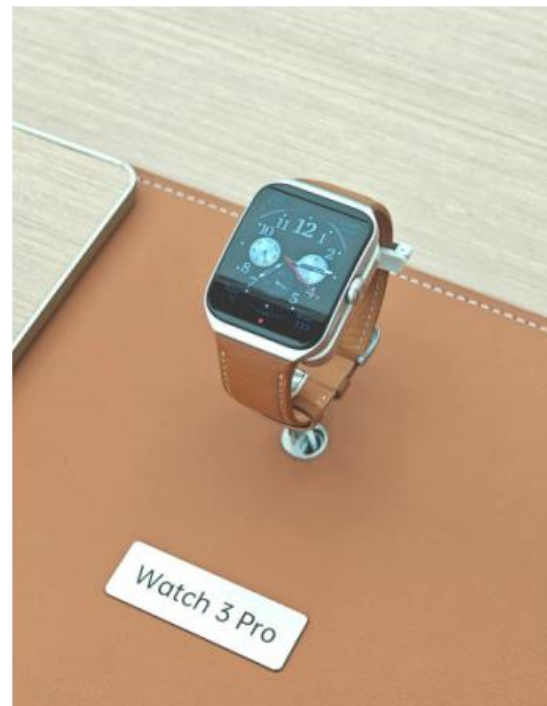
SI&展陈：广州正佳旗舰店橱窗设计

Find N3 系列主题橱窗



SI&展陈：OPPO 3.0标准陈列道具

3.0pro形象版本陈列道具设计开发及后续打样落地



SI&展陈：中国华润大厦 3F IoT展厅



SI&展陈：FindX3 项目 暗拍空间设计方案

结合FindX3暗拍卖点，设计暗拍空间打卡点

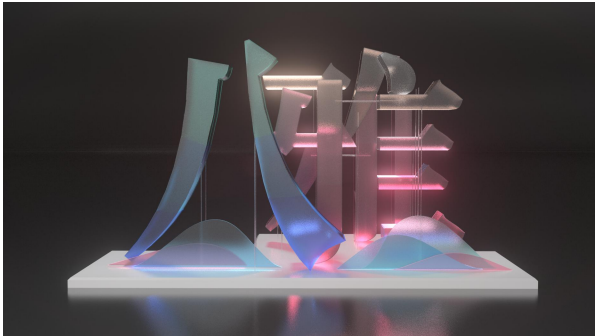
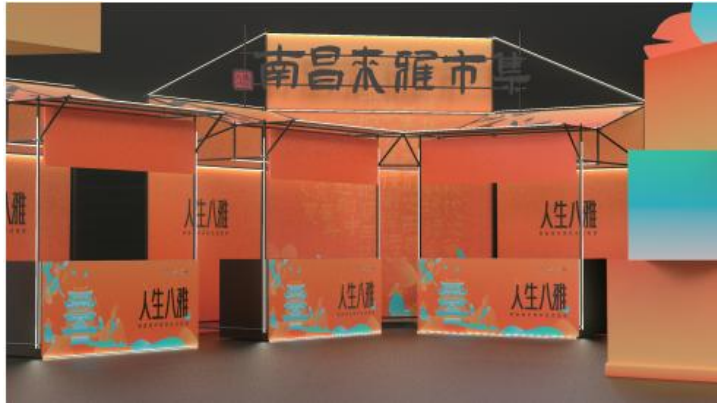


SI&展陈：OPPO3.0门店延展设计

2021.4-2022.4负责管理和对接多个区域的门店延展设计，管理并提升设计公司交付速度及质量



路演：



路演：



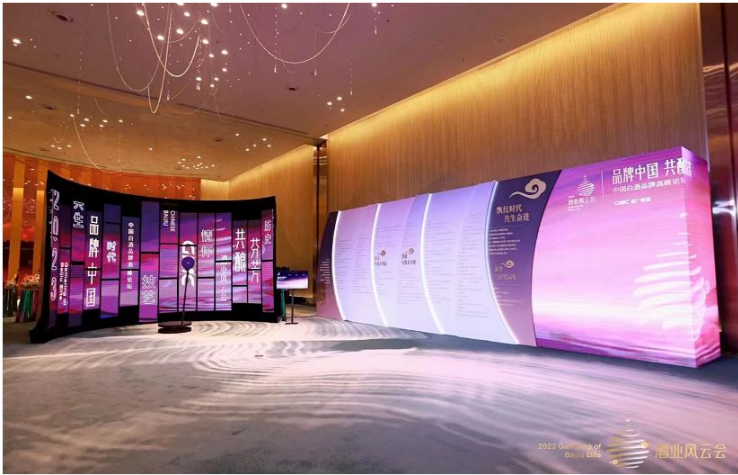
路演：



路演:



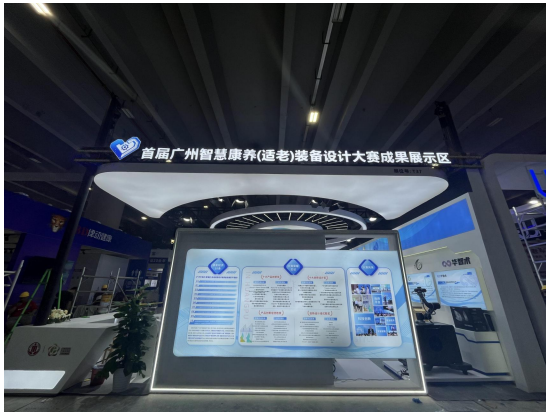
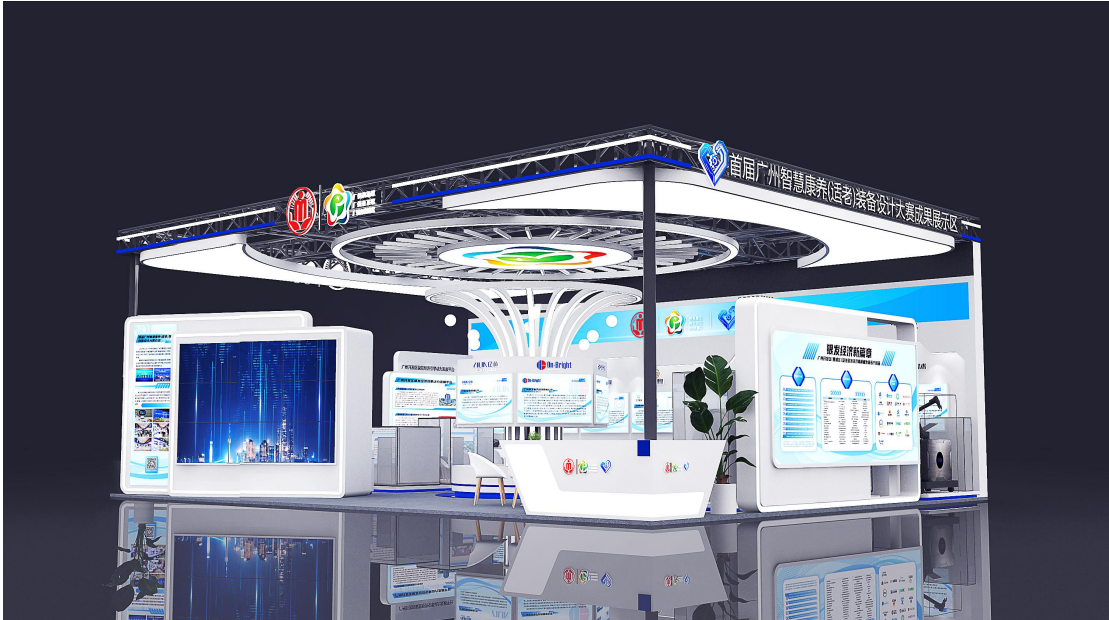
路演：



路演:



路演:



路演:



活动陈列:



活动陈列：



活动陈列:



陈列:



IP衍伸文创：



IP衍伸文创：



新媒体运营

视频号案例 & 全棉时代 x 万物秀/巨网联合营销



触点

公众号为中心、小程序、社群
视频号矩阵（官方商城、自营
商城、品牌号）

货

20%福利品拉流量
80%利润品，婴童服饰，
棉柔巾，内衣

人

主播大于运营
用户分场景运营

场

公私域联动
内容社群+福利群+直播宠粉群

结合不同节点、主题、货品生命
周期进行货品的阶段性组合

高效转化目标群体
618当天70万+

新媒体运营

● 视频号案例 & 白小Tx万物秀/巨网联合营销

私域引流+公域广告+视频号直播



明星素材

新奇特
明星素材背书



投放管理

小时制管理
数据驱动营销策略



定向策略

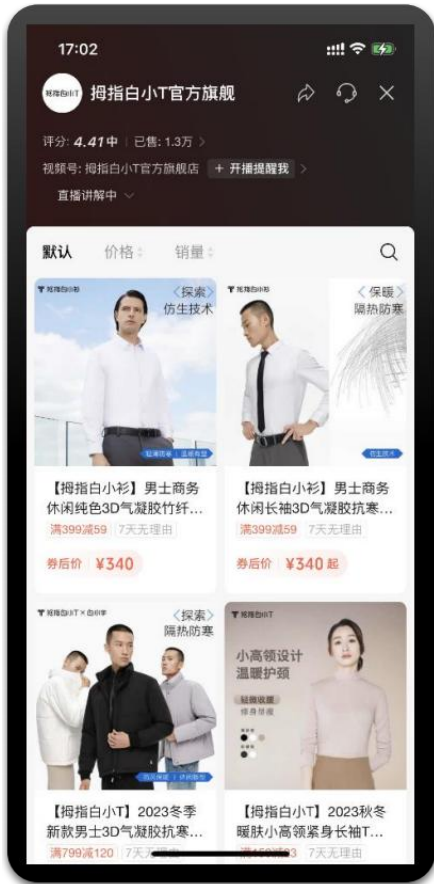
大量人群
用户分类管理



公私域联动

全链路打通
提升用户留存

1-5月ADQ广告1500万消耗
ROI3 阶段性提升10+



新媒体运营

直播案例 & 唯一俏 x万物秀/巨网联合营销



978W+

成交金额环比（增长11%）

5.6W+

成交订单环比（增长11%）

4.50%

点击率环比（增长11%）

以千川商品，直播内容场连接唯一俏品牌商城，挖掘更多流量潜能，实现生意增长

全域找对人

营销说对话

产品推对货

1.扩大拉新流量蓄水充足

类目&同行业品牌搜索词：
对标客单价核心同行业品牌（如曼妮芬内衣，浅飞内衣，有棵树内衣等品牌关键词）

2.核心转化确保销量

品牌&产品&功能标签词：
承接需求用户搜索结果，拦截其他品牌搜索结果
老客复购：
结合洞察分析，3个月未购用户成为首选

1.针对拉新沟通话术

使用创始人以对话形式展现产品买点，让客户在线也能体验
线下购物体验感与服务

2.针对转化沟通话术

重点突出商品优惠券，及添加场景化素材，引起用户共鸣，吸引下单

1.针对拉新产品布局

以爆款沟通为主：
突出（舒适，透气）等场景卖点
同时以新品为辅：
突出新品上新曝光，打造新品新认知

2.针对转化产品布局

用不同SKU爆款，新品商品组合售卖，提高品牌客单价

全链路闭环策略，复购达成

新媒体运营

直播案例 & DR女装 x 华瑞 / 巨网联合营销



项目背景

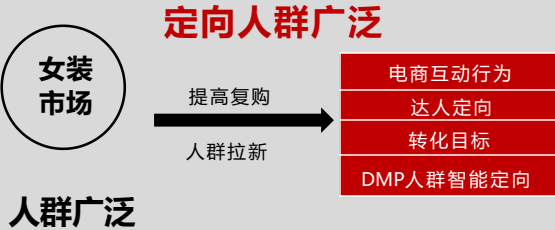
杨圣坤达人原创高定潮牌女装，由于换季导致主推品过季，品牌直播间用户观看时间较短，互动能力较弱，场均GMV波动较大，急需选定品，加强引流和运营效率

以货找人创意定向，制定直播间人货场策略，高效助力品牌抢夺核心流量

核心商品过季

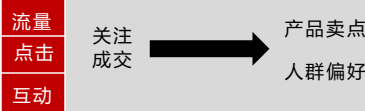
由于服装有时效性，
夏季转冬季，
服饰核心产品急需选择
当季核心商品

痛点：转季导致直播间GMV波动



直播间GMV下降

拉取历史直播数据，整体均下降
急需优化提升



策略：人货场精细化运营

结合季节及价值规模利润锁定爆款

直播上家20+款商品，
主要为：女装 女裤

引流款 百元高品低价夏季核品
主推款 主推高盈秋季新品

引流品
策略配

人群内容策略-分层突破

产品卖点提点

目标1：成单

根据拆分测试年龄拓展DMP种子
包人群，智能定向

已购人群偏好

目标2：下单

利用账户模型筛选用户放量投放

直播间互动内容

直播间内外运营推流

产品短视频
信息流

达人推荐

直播间推流

人群蓄水

引流收割

主播穿搭

话术优化

陈设优化

项目亮点

当日直播广告ROI高达9.07，直冲服饰箱包前榜3
以货找人，精细化运营，有效提高直播间效能

优化策略

商品策略：高低价SKU商品组合策略，引导高客单价下单

人群策略：差异化定向人群，时刻关注直播间流量和GMV趋势变化，优化广告



天猫母婴行业S级IMC

天猫520亲子节

总计媒介发布25频次，总阅读量超过700w+，整体曝光超8,064,420+
次 此次“520亲子节”期间，圣元优博在短短的一周左右时间内，创下了远超前期的销售业绩



快乐陪伴 见证成长

520 预售 - 预售 -

预售爆款 买六送一

优博 SUPER 520

520 预售抢货攻略

支付定金 抢限量好礼

支付尾款

优先发货

520 亲子节

天猫520

和孩子一起成长的道路上，我们知道你已经足够用心。女本柔弱，为母则刚。圣元优博深知母爱的伟大，任何奶粉都不能代替母乳。20年专注母乳仿生科技，只求向母乳靠近一点，再近一点。天猫520亲子节圣元优博形象大使张柏芝来给妈妈们发福利啦。参与h5链接活动：网页链接，为自己的宝宝争取一份礼... 全文

11岁的Lucas身高赶超妈妈张柏芝，她到底给娃吃了啥？ | 亲子

张柏芝官博鲜有私人信息PO出，最近恰逢小儿子的八岁生日，张柏芝便大方PO出了一系列和儿子的照片。

众所周知宝宝天然健康获取营养的来源就是母乳。每个妈妈都希望宝宝可以从母乳中一直吃到2-3岁都能跟上营养全面的母乳。但妈妈宝宝们一直喝母乳到3岁也不是件容易事。

举个例子，我身边很多宝妈都因为三天两头的发火地奶；原因是无论何时何地都无法让宝宝顺利入睡；还有因为工作等各种原因，或是喂奶一睡就睡几个小时就醒，到中午再睡几个小时，喂奶时经常惊醒，而且他们还爱偷喝母乳，每隔2-3小时就要喂一次，完全不能断奶。最终我下定决心用配方奶粉代替母乳。

给宝宝选择一款健康的放心奶粉是妈妈们的头等大事。确实经历过三番五次三聚氰胺事件，很长一段时间内对奶粉尤其是婴幼儿奶粉都有很大的顾虑。但从我自己在大部分奶粉都会首选进口的粉。历经10年之久，各品美国货也逐渐出现。我和身边的妈妈们看到国内再奶粉的诞生，都已经对国内奶粉有信心了。相信现在在坚持国产奶粉的品牌，食用质量与时间

张柏芝官博鲜有私人信息PO出，最近恰逢小儿子的八岁生日，张柏芝便大方PO出了一系列和儿子的照片。

母爱伟大 为爱摘星

张柏芝邀您为爱问答

出发

520 亲子节

天猫520

天猫 Tmall.com

天猫行业S级IMC

天猫时尚洁净家洗护品类日

图文曝光量165w+, 进店人数达到27.9w+
UGC直播130场产生36,523,496次PV, 332,690次UV, PGC直播1场产生146,329次PV, 30,590UV



Tmall 天猫 x 蓝月亮
4月11日-13日 HomeFashion 焕新家

天猫 时尚清浄家



大胃王
奔驰小哥

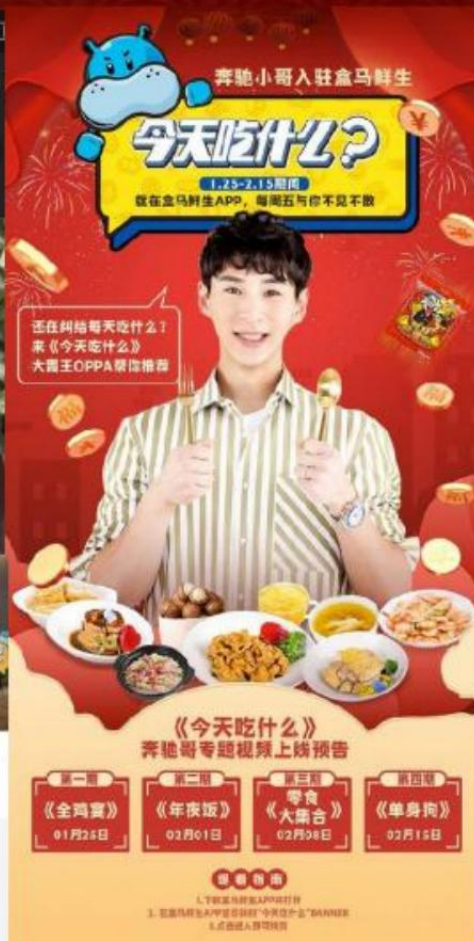
大胃王
密子君



PGC直播

盒大胃王一起囤年货吧

奔驰哥一直播平台的直播曝光量达到1352万，并登上当天一直播小时热搜榜
全平台总直播曝光量超过1977万。盒马年货节项目整体曝光量超过4125万



苏宁易购&各品牌内容营销专题

The image displays a collection of ten promotional banners for various brands, likely from the Suning.com (苏宁易购) platform. The banners are arranged in a grid-like fashion, showcasing different product categories and marketing strategies.

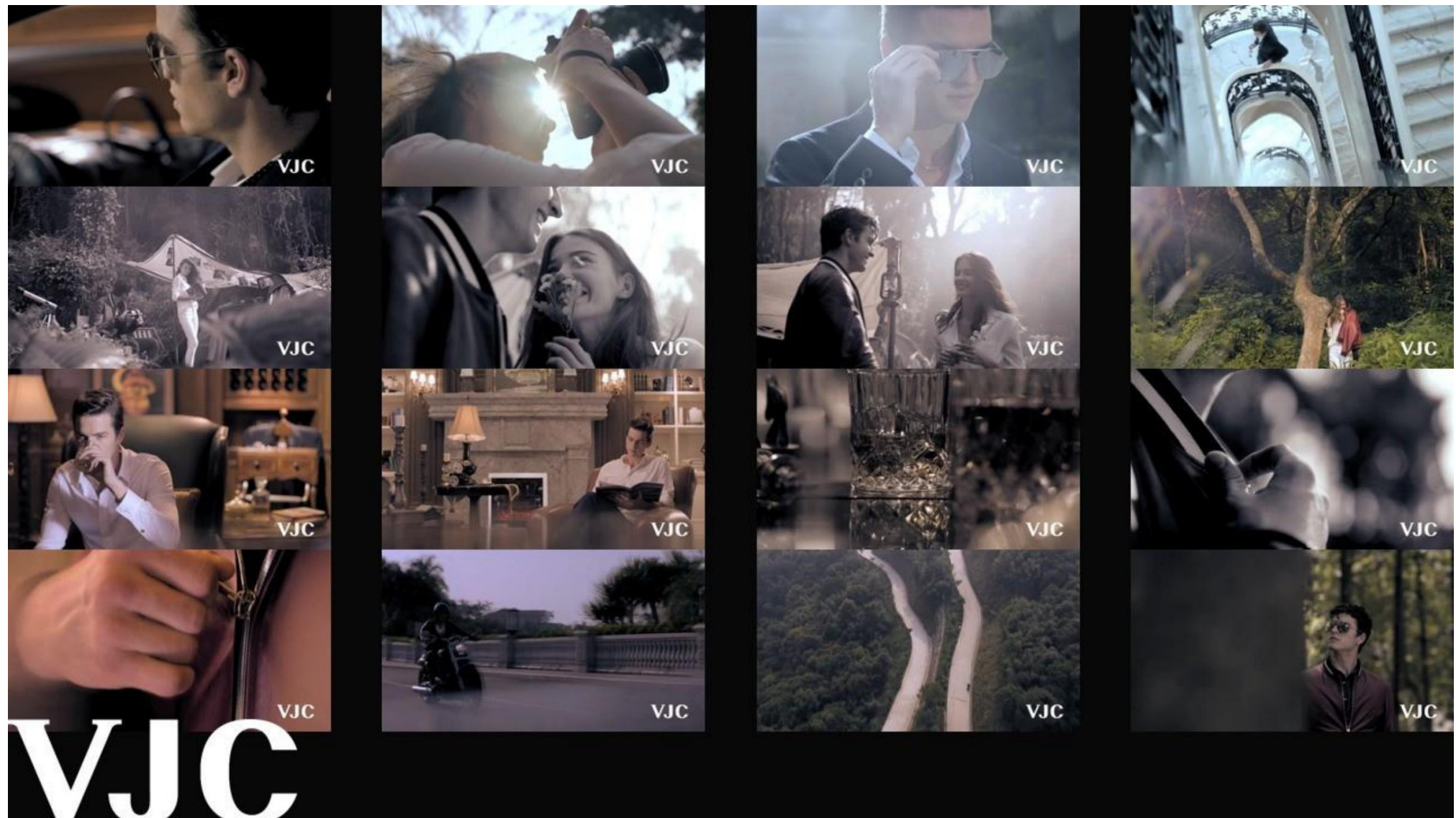
- ROBAM 老板 (Top Left):** Promotes a "Chinese Restaurant, Open for Dinner" (中餐厅, 开饭啦) campaign, featuring a chef and a bowl of food. Text includes "品味东方味道, 老板用心" (Taste the Eastern flavor, Boss is thoughtful).
- OPPO (Top Left-Middle):** Features a woman holding a smartphone, with the text "听说见过TA的人 都想换现任" (I heard that people who have met TA want to replace the current one). It also mentions "喜欢TA, 从久违的新鲜感开始" (Like TA, start from the freshness of long absence).
- BOSCH (Top Middle):** Promotes a "终极挑战令" (Ultimate Challenge Order) for Bosch products, including a washing machine and a refrigerator. It includes a "博世家电" (Bosch Home Appliances) section.
- TCL (Top Right-Middle):** Features a woman holding a smartphone, with the text "想奇袭 No way 精致人生 无可挑剔" (Want to surprise? No way. Refined life is impeccable). It also mentions "100 RMB" and "联合利华官方旗舰店" (Unilever Official Flagship Store).
- VIVO (Top Right):** Promotes a "探秘山城秘境" (Explore the Secret of the Mountain City) campaign, featuring a woman holding a smartphone. It includes a "vivo NEX" section.
- Pampers (Top Far Right):** Promotes a "解放夏季小屁屁" (Liberate the Summer Little Butt) campaign, featuring a baby. It includes a "READY GO!" section.
- Bottom Left:** Promotes a "鲜味的滋补汤水" (Fresh Flavor Nourishing Soup) campaign, featuring a woman holding a bowl of soup. It also mentions "鲜味的滋补汤水" and "鲜味的滋补汤水".
- Bottom Middle:** Promotes a "想去现场看球" (Want to go to the stadium to watch the game) campaign, featuring a soccer player. It includes a "想去现场看球" section.
- Bottom Right:** Promotes a "想去现场看球" (Want to go to the stadium to watch the game) campaign, featuring a soccer player. It includes a "想去现场看球" section.

BRAND MICRO FILM

品牌微电影 # 广告大片#

形象大片视频 & 产品创意视频 & 品牌微电影

影视广告&广告大片









Touch. Made Powerful

HUAWEI Mate S

MAKE IT POSSIBLE
<http://consumer.huawei.com>

Product colors, shape, interface and the functions are for reference only. The actual product may vary.

vivo

vivo

X50 Pro+

专业影像旗舰

1/1.3英寸超感光主摄 | 高通骁龙865 | 120Hz高刷新率体验



· 产品图片仅供参考，请以实物为准。



vivo

Project:
VIVO X50 Pro+













dji



dji





LI-NING



LI-NING





THANKS

A red cursive signature, possibly reading "Marketing", is written over the word "THANKS".

全案整合营销方案服务商

Focus on providing customized services for brand customers