



视频



夏日青春

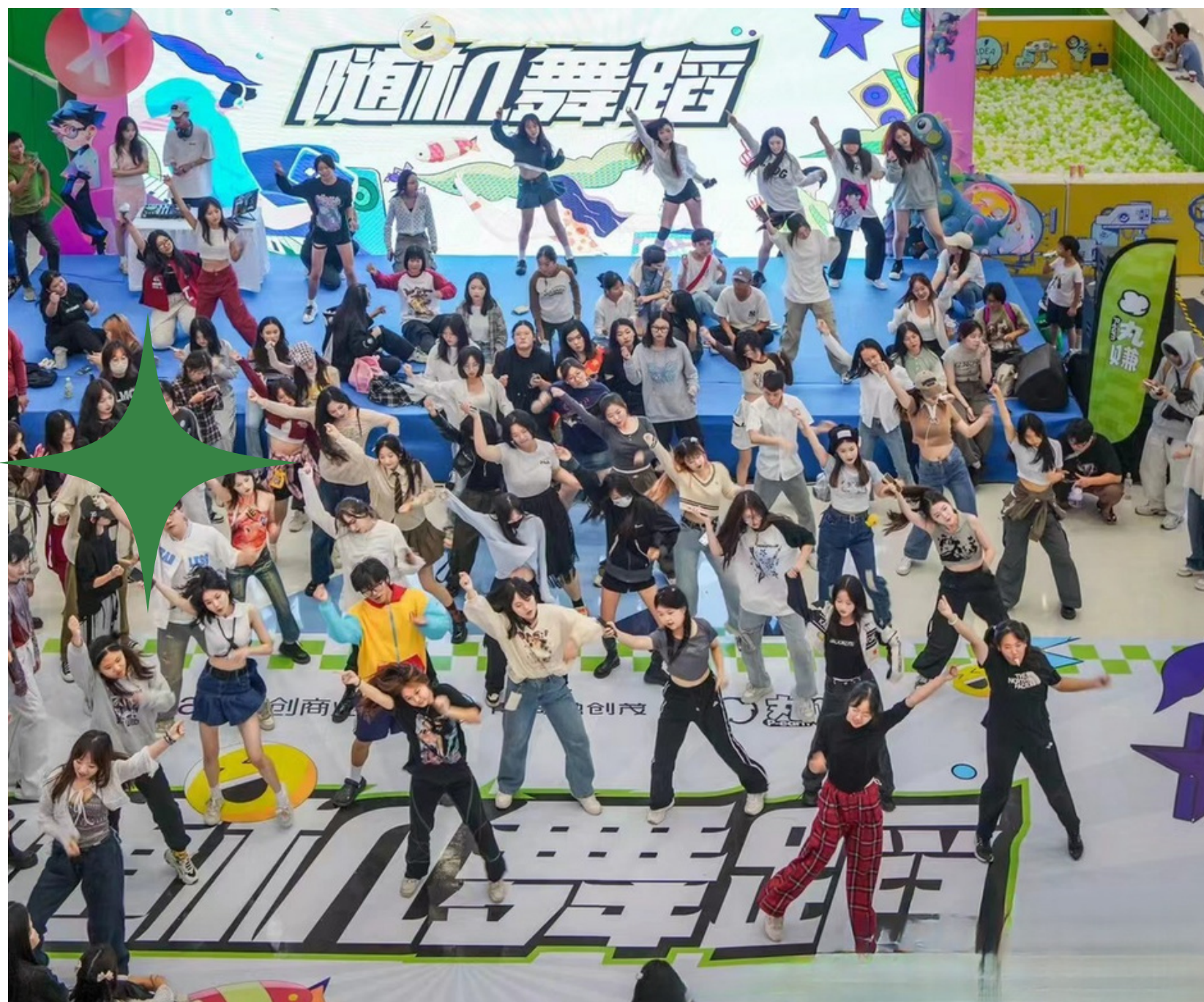


阿水大杯茶随舞营销活动

小组成员：姜怀金 房怡欣 孙嘉璐 周琰 吴鹏



随舞，是什么？



介绍：在商场等开阔的公共场所举办的特殊商业娱乐活动

活动形式：

随机播放音乐：主办方会选取一系列歌曲，每首歌曲只播放其高潮部分的几十秒，随后会进行五秒倒计时，然后播放下一首歌曲。

参与者自由舞蹈：人们可以根据播放的音乐自由跳出对应的舞蹈，或者根据音乐的节奏即兴创作舞蹈。

活动效果：

营造热烈的现场氛围
社交与娱乐结合
吸引大量关注

活动内容

形式：广告赞助（阿水大杯茶）

时间：2025年6月15日至6月16日

地点：济南市印象城悦立方

目的：孵化品牌，为阿水大杯茶的两个当季新品造势，通过随舞的活动形式进行推广营销，实现流量变现



市场分析

1、目标人群

细分标准	具体类型	随舞、饮品需求
年龄	儿童	无随舞需求，饮品需求较多
	少年	随舞需求较少，饮品需求较多
	青年	随舞需求最多，饮品需求最多
	中年	随舞需求较少，饮品需求较少
	老年	无随舞需求，无饮品需求
性别	男	随舞需求较少，饮品需求较多
	女	随舞需求最多，饮品需求最多
兴趣爱好	动漫爱好者	随舞需求较多，饮品需求较少
	舞蹈爱好者	随舞需求较多，饮品需求较多
	其他	随机性较强

2、市场细分

主要类别	细分标准	消费者行为分析
购买行为分析	频率和趋势	消费者可能会在活动期间增加对阿水大杯茶的购买频率
	促销敏感度	消费者可能会更加敏感于活动期间的促销活动，因此更有可能愿意参与消费
消费偏好分析	口味偏好	消费者可能对阿水大杯茶的不同口味有着偏好，活动期间可能更愿意尝试联名款式
	品牌认知	消费者对阿水大杯茶的品牌认知以及对随舞活动的兴趣度将直接影响他们是否参与活动。
消费决策因素分析	社交因素	活动的社交属性将促使消费者参与活动。



场地选择

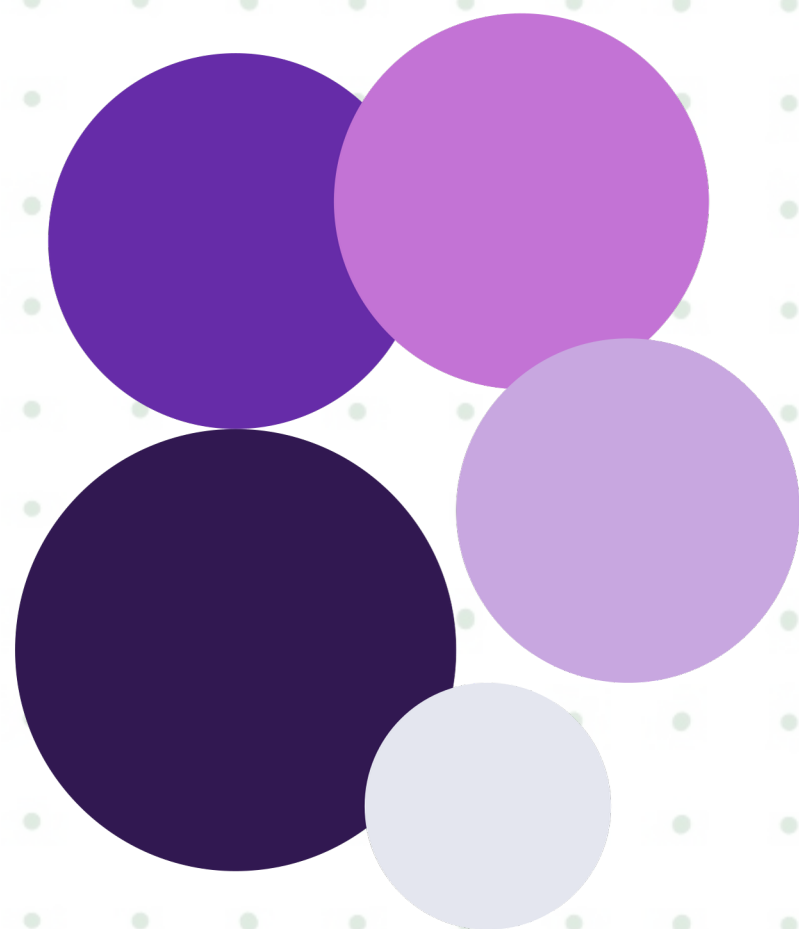
场地筛选					
场地	费用	场地面积		距离	联系方式
龙湖奥体天街 (历下区奥体西路3699号)	1.5w	100-150 m ²		阿水大杯茶(龙湖奥体天街店) 166米 4F到2F步行5分钟	18769751300
悦立方 (历城区花园路136号)	1.5w	150-200 m ²		阿水大杯茶(印象城店) 172米 步行3分钟	13864116310
银座购物广场 (长清区大学路2166号)	1w	150-200 m ²		阿水大杯茶(银座商业街店) 369米 步行6分钟	0531-87208099
中海环宇城 (市中区二环南路6638号)	1.5w	100-150 m ²		阿水大杯茶(环宇城店) 131米 B1到F1步行3分钟	18764100019
泉城公园 (历下区经十路18762号)	拒绝				

随舞人员安排

与山东艺术学院的街舞社和动漫社合作，拟邀请街舞社 20 人、动漫社 15 人参与活动，演出时服装颜色符合饮品主题色



6.15KPOP随舞



6.16宅舞随舞





宣传推广

线上

阿水大杯茶社群广告
阿水大杯茶抖音同城
悦立方
山东艺术学院
济南随机舞蹈活动宣传

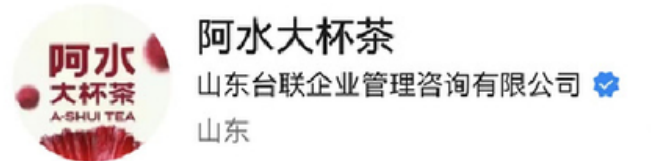


36.4万 获赞 49 关注 24.3万 粉丝

实在好茶 快乐阿水!

官方电话 IP: 山东

本店团购 98件商品 线下门店 1410家门店



实在好茶, 快乐阿水 >

视频号: 阿水大杯茶

55个朋友关注

已关注公众号

发消息



23 关注 2.4万 粉丝 5.7万 获赞与收藏

关注



已关注公众号

发消息



你的段落文字

宣传推广

线下

阿水大杯茶（悦立方店）设置地贴、张贴活动海报

现场工作人员分发小卡片
邀请在场观众参与抽奖



抽奖活动

轮次	开奖时间	抽取人数	奖品内容
第一轮	17: 30 开奖	抽取 20 名幸运观众	每人赠送 吧唧 ×1
第二轮	参与抽奖人数达到 100 人时开奖	抽取 10 名幸运观众	每人赠送 盲盒 ×1
第三轮	参与抽奖人数达到 150 人时开奖	抽取 5 名幸运观众	每人赠送 阿水大杯茶 20 元无门槛兑换券 ×2



奖品预览



成本预算

开支科目	单价（元）	数量	预算经费（元）
(3) 随舞演员出行费	150/人	15（动漫社）	5250
		20（街舞社）	
(4) 志愿者费	50/人	10 人	500
(5) 服务人员水费、饭费	20/人 (饭 15 水 5)	50	1000
3. 饮品免单券费	20/张	10 张	200

开支科目	单价（元）	数量	预算经费（元）
预算经费总额			44750
1. 周边制作费			500
(1) 贴纸	2/贴	50 贴	100
(2) 镭射吧唧	4/个	50 个	200
(3) 亮膜小卡	1/张	200 张	200
2. 现场费用汇总			6000
(1) 场地搭建费	15000/天	2 天	30000
(2) 安保、清洁费	400/天	2 天	800

效益评估

预计现场有500人/场观看随舞活动
有300人会去购买营销产品
线上预计达到20w+浏览量

- ✦ 活跃阿水品牌知名度，提高曝光
- ✦ 度营销阿水大杯茶活力青春的品牌
- ✦ 牌形象挖掘其作为山东本土品牌的
地域特色





人员分工



姜怀金：统筹管理，项目推进

房怡欣：海报设计、ppt制作，项目

调研 周琰：海报、小卡制作，成本

估算 吴鹏：联系场地方，效益评估

孙嘉璐：联系场地方、活动设计



让我们在2025年的6月
共赴一场夏日的青春

