



# 重新定义年轻一代 「无界咖啡馆」



# BACKGROUND



为加速品牌年轻化进程，深入链接新一代消费人群，德龙正式官宣兼具活力与品味的青年演员王安宇为品牌大使。

以此为契机，同步主推三款全新半自动咖啡机，旨在将专业级的咖啡体验融入年轻人的日常生活场景，开启品牌沟通新篇章。

王安宇  
意大利德龙品牌大使



CHALLENGE

# 当经典遇见新生：一杯咖啡的年轻化战役

如何让德龙在年轻人群中从“知道”走向“想要”？

破圈  
年轻客群

重塑  
产品认知

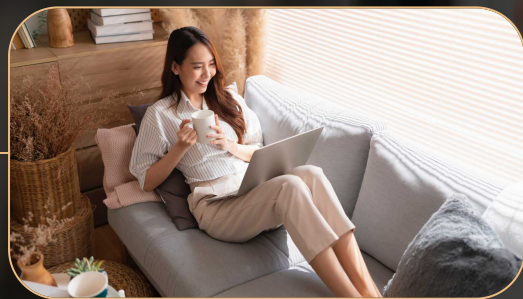
创新  
沟通场域

INSIGHT

# 年轻人的专业咖啡，只能来自咖啡馆吗？

咖啡，是年轻人切换生活模式的“任意门”

「高效模式」  
居家/办公室



“一杯个性化自制咖啡”  
是我为自己举办的开工典礼

「沉浸模式」  
客厅/影音室



“论一个沙发土豆的自我修养”  
需要一杯好咖啡来唤醒高能感官

「社交模式」  
家/共享空间



“我来做杯咖啡给你喝”  
是我的独有的社交人设

「探索模式」  
车旅/户外



带上我的移动咖啡馆  
去山野间喝一杯“慢生活”

生活无界，咖啡亦无界

# 当咖啡被空间定义，我们打破定义

德龙愿从“专业咖啡设备”，重塑年轻一代的“无界咖啡体验”

# MEDIA INSIGHT

## 与年轻人最爱的品牌一起，成为无界体验同行者

DeLonghi

### 品牌无界

不设限的创新精神

年轻人最爱的科技品牌

探索黑科技  
小米为发烧而生

**75%**  
18-34岁  
年轻用户占比

### 生态无界

全球最大的消费级AIoT平台

万物互联，面向年轻人的未来



**10.36亿**  
AIoT已连接设备数

**1.15亿**  
米家App月活跃用户

### 场景无界

“人-车-家”全场景闭环

覆盖年轻人生活全场景

人	车	家
小米手机	小米汽车	小米OTT
<b>7.42亿</b> 全球月活跃用户	<b>50万台+</b> 小米汽车累计交付	<b>9340万</b> 小米OTT累计激活量

## 重新定义年轻一代「无界咖啡馆」

借助小米全球最大硬件平台优势，打破咖啡固有场景：层层突破渗透，完成用户“无界咖啡体验”心智征服



PART 1

# 核心居家场景

德龙×小米OTT居家专业咖啡馆

在“家”的原点，对精准人群  
建立德龙品牌认知与信任





# 年轻人宅家的松弛感，从打开电视开始

## 能量充电时刻

“

瘫进沙发，让一部好剧和一杯德龙特调，将白天的电量充满

”

## 感官沉浸时刻

“

大屏亮起，咖啡香气漫开...  
这一秒，工作和烦恼都静音了

”

## 社交分享时刻

“

让你们看一看我的追剧搭子  
今天客厅就是我的专属咖啡馆

”

# 创意诠释

## 德龙居家专业咖啡馆 · 客厅种草全链路

覆盖用户观影全链路，助力德龙传递居家咖啡馆理念，同时打通后链路，实现边看边买

精准定向TA

打开电视：创意开机

首页种草：首拼巨幕

购买商品：电视淘宝

小米生态级DMP大数据平台  
为德龙精准定向目标受众

强势曝光，抢占用户心智

用户观影必经路径，二次种草，加深用户记忆

大屏私域，沉淀用户，助力转化

咖啡爱好者

高品质生活人群

奢侈品豪华车

王安宇粉丝



均可点击进入电视淘宝，一键购买

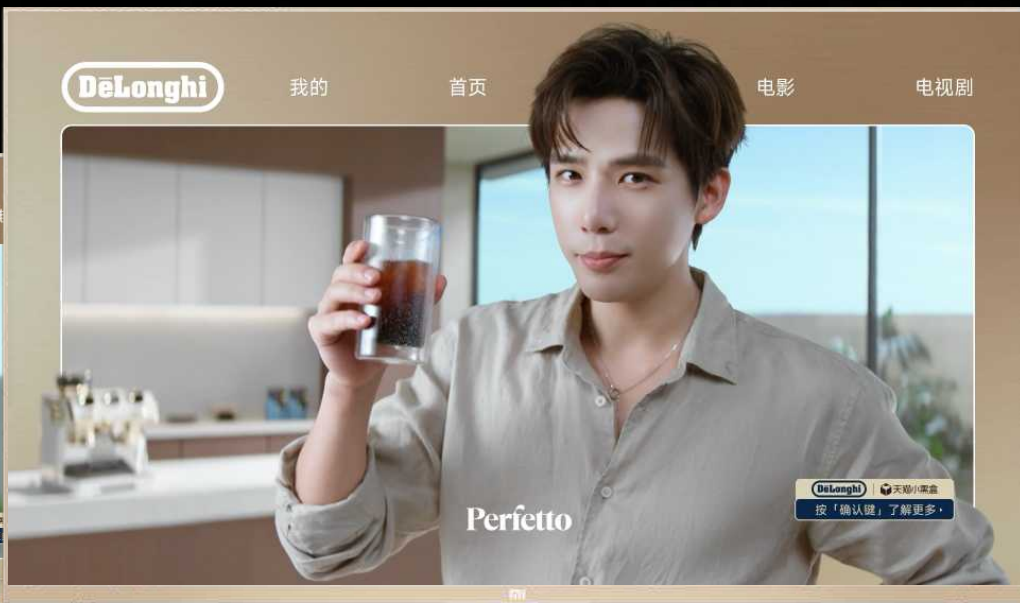
## 创意诠释

# 打开电视第一眼，王安宇「创意开机」向你递来一张居家咖啡馆邀请函

小米OTT首创沉浸式裸眼3D技术，仿佛王安宇打破电视边界与你互动，第一时间激发年轻用户好感

王安宇打破电视边界，隔空互动  
邀你享用一杯“完美”的德龙意式咖啡

打开电视第一眼  
王安宇化身德龙咖啡师



裸眼3D技术展示  
德龙产品理念诠释



# 创意诠释

## 覆盖用户观影路径，「电视淘宝」拓展大屏品效边界，边看边买新时代

搭建德龙电视淘宝，强曝光矩阵与电视淘宝打通，缩短用户路径的同时，实现“从心动到行动”的秒级转化

创意开机



首页拼图

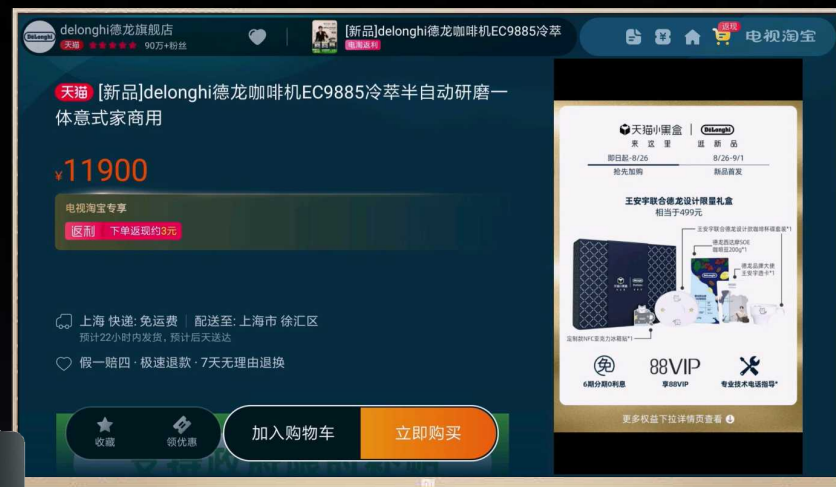


点击跳转

一键购买

### 电视淘宝：德龙大屏居家咖啡店

无需手机，直接用遥控器下单购买



PART 2

# 拓展破圈场景

德龙×小米汽车移动咖啡生活

在高势能场合，向高净值  
人群展示咖啡想象与可能



● 粤港澳大湾区车展6号馆·小米展台

# 不是所有车展都叫 「顶流秀场」

为德龙锁定年度现象级跨界场景：小米汽车车展



xiaomi yu7

粤港澳大湾区车展6号馆·小米展台



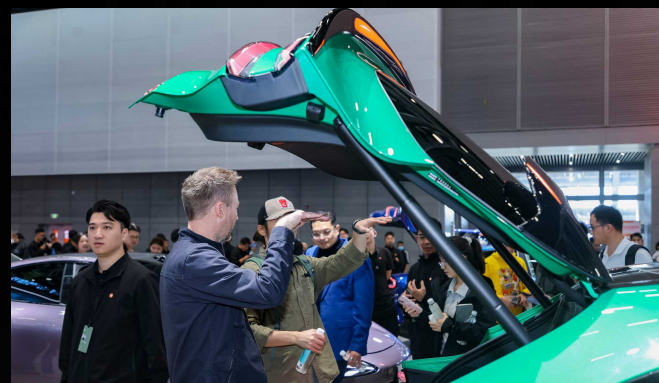
小米汽车

天津国际车展 N24号馆·N2407



小米汽车

成都国际车展 16号馆·H1607



小米汽车

广州国际车展 D区17号馆·17206

## 品牌引力

小米汽车的“破圈”号召力  
吸引了大量年轻科技爱好者与高净值潜在客户

## 现场验证

“流量”即“实力”  
小米是车展全场当之无愧“流量心脏”

## 社交刷屏

从行业事件到公众话题  
社交话题不断、用户UGC自发传播形成刷屏

## 创意诠释

# 跨界破圈：携手小米汽车多城车展打造「移动咖啡的生活样板」

2025.5.31-6.8  
2025粤港澳大湾区车展

2025.8.29-9.7  
2025成都车展

2025.9.30-10.6  
2025天津车展

2025.11.21-11.30  
2025广州车展

## 产品跨界融合

### 德龙×小米汽车“限定特调咖啡”

结合小米汽车海湾蓝、璀璨洋红等车身主打色，定制**专属限定特调咖啡**。将汽车工业美学与咖啡饮品风味融合，打造“看展+品咖”的双重体验，实现德龙与小米汽车品牌美学联动，加深用户跨界记忆点。

移动咖啡场景共创

跨界美学联动

视觉味觉双享



海湾蓝



璀璨洋红



闪电黄



宝石绿

## 创意诠释

# 场景拓展：从室内展台到户外后备箱，拓展咖啡场景想象，强化产品卖点

### 场景共建

德龙灵感咖啡站@小米展台

占位顶级流量场，高效触达高净值人群



### 创造范式

德龙“后备箱咖啡馆”

直观定义“移动咖啡的生活样板”



DeLonghi

PART 3

# 社交扩散场景

小米汽车官方+KOL

在社交平台，引爆大众共识，刷新场景革命话题



# 小米汽车官方微博矩阵首次全面站台，升维跨界合作热度

小米汽车社交矩阵 + 集团大佬联合发声，为德龙带来超预期传播效果，全面助力合作声量破圈

## 小米汽车官方微博



## 小米汽车官方小红书



## 李田原官方微博



小米汽车  
工业设计总经理  
首席设计师



# KOL多维内容引爆，穿透不同圈层，共同见证咖啡场景革命

通过多领域KOL矩阵，将跨界事件转化为适配汽车、生活、时尚等多圈层话语体系的精彩内容，实现穿透式传播

汽车博主

刘昌睿

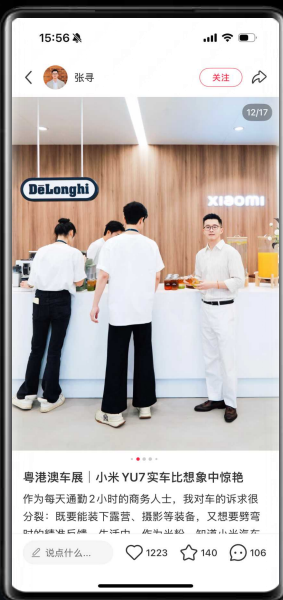
微博粉丝：1.4万



家居时尚博主

张寻

小红书粉丝：23.8万



时尚博主

BooBoo\_蛋清

小红书粉丝：23.7万



时尚博主

怡含怡含

小红书粉丝：67.8万



美妆博主

楼下小姨

小红书粉丝：28.8万



亲子穿搭博主

廖蹄花

小红书粉丝：45.8万



时尚博主

皮儿黑

小红书粉丝：11.6万



生活博主

拿铁小圆子

小红书粉丝：15.3万



## 项目成果

德龙重新定义年轻一代「无界咖啡馆」 跨界整合营销

从核心居家场景到移动咖啡生活，实现用户从心智到销量的全面占领

年轻受众  
广泛影响

全平台总曝光

10亿+

跨界破圈  
赢得好感

线下车展互动总人次

30万+

营销期间德龙关键词搜索指数

+39%

社交共识  
声量引爆

社交矩阵总曝光

9亿+

社交矩阵总互动

388万+

销量转化  
超越预期

电视淘宝ROI

2.12

支付笔单价

> 4,000

# 项目总结

## 德龙重新定义年轻一代「无界咖啡馆」 跨界整合营销 不止于营销：一次对咖啡场景的重新定义

### 战略升维

从“产品营销”到“场景定义”，与年轻一代共同书写“无界咖啡”的生活新叙事



### 生态共建

携手小米，建立“场景级深度绑定”，实现从单点曝光到生态场景全面影响



### 范式创新

成功打造“移动咖啡生活”新范式，为品牌开辟广阔增量市场想象空间



### 品效闭环

在定义场景的同时，完成从全域触达、深度体验到销售转化的完整闭环





# THANK YOU

重新定义年轻一代「无界咖啡馆」

