

【案例 1-4】奥康的舒适战略环保行动

随着我国经济发展，居民收入快速增加，消费结构不断升级，消费者对产品和服务更加注重质量，讲究品牌消费，呈现出个性化、差异化、体验式的消费特点。时值第六个中国品牌日，中国鞋业领军品牌奥康以一场“万物焕新”的绿色行动，立足企业面向全国，致力于建立以打造绿色国际品牌为目标，先行示范引领中国品牌强国梦。奥康在这 33 年浪潮迭起的时间里，坚持专注打造“舒适”的男士皮鞋，跟随国家的号召一路砥砺前行，让绿色经济成为发展新引擎，积极践行社会责任，更彰显了国民品牌的企业担当。

在奥康上市十周年之际，奥康不忘初心从产品本身出发，为消费者带来一场“万物焕新”的绿色行动，以“旧鞋当钱花”激发消费者参与，为消费者提供实在价值的方式，将回收的旧鞋再造为一条环保跑道，通过奥康专业的绿色循环回收计划为每一双旧皮鞋赋予“二次生命”。这场“以旧换新”活动一经发布，便获得了广大消费者的追捧与参与，更在抖音、微信朋友圈等多个私域/公域中掀起了一场全民“种草”热潮。本次活动线上超 1.6 亿次关注，超 100 万人参与热议，声量居高不下。据不完全统计，本次活动已收集超过一万双旧鞋，赢得了广大消费者的一致热捧与认可。

作为中国皮鞋品牌代表，奥康通过这场有温度、有环保情怀的“万物焕新”活动，把可持续发展从概念贯彻到实践，做默默保护地球环境的“地球守护者”，用创新模式推动绿色事业发展，取得经济效益与社会效益的统一，为鞋业探索环境保护梳理了一条新思路。奥康在国潮崛起之下，不断赋予“中国鞋王品牌”新的内涵。

资料来源：《绿色营销如何出圈？奥康舒适战略环保行动告诉你答案》，凤凰网商业，2022 年 5 月 1 日，内容有改动。