冬奥会&元宇宙双热点碰撞
安踏实现品销双爆营销

- **品牌名称**：安踏
- **所属行业**：服饰
- **执行时间**：2022.02
- **参选类别**：体育营销类

背景&目标

- 安踏作为北京2022年冬奥会官方体育服装赞助商，将创新科技与文化元素充分融合，支持北京冬奥会顺利举办，诠释“爱运动 中国有安踏”的专业运动理念。

品牌挑战

开发中国冰雪市场

中国缺少冰雪运动的发酵基因，历届冬奥会关注度不及夏奥，如何用好“北京冬奥”及“双奥之城”的概念脱颖而出。

夯实官方赞助身份

作为官方合作伙伴，如何在冬奥周期夯实官方身份，进一步放大传播收益，强化安踏品牌认知。

巩固行业领导者地位

如何建立品牌与冰雪运动的关联，区隔竞品，沟通年轻群体，实现长效的品牌沉淀？

整合效果刺激转化

如何通过本次热点，整合平台资源，建立有效的电商体系，刺激后端销售转化？

背景&目标

01 声量出圈 提升认知

区隔竞品，强化品牌与冬奥及冰雪的关联，凸显官方身份；提振品牌在冬奥期的声量和影响力，促进品牌指数增长。

02 强化心智 沉淀人群

结合大热概念及冬奥赛事，与Z世代进行深度互动和沟通，沉淀品牌新人群资产。

03 行动转化 长效经营

短期种草拔草及长期品牌建设相结合，实现品牌长效的生意经营。

营销目标

营销策略

01

以高热度概念为核心，对话年轻群体

将元宇宙与冬奥融合碰撞出亮眼玩法，赋予品牌更多科技感，吸引年轻Z世代的广泛关注和深度参与，拉新品牌人群。

02

以抖音为内容阵地，助力安踏快速出圈

安踏冬奥官方合作身份自带热度，结合平台冬奥强属性IP，衍生赛事及运动员热点话题，建立品牌与年轻用户强关联的同时实现品牌破圈。

03

以行动为目标，提升全域范围内的关注度及拔草效率

进行达人矩阵铺排，元宇宙+特效+外围达人持续炒热安踏热度，上百名种草达人组成种草达人团花式种草，营造安踏冬奥月高浓度营销氛围。

安踏四大亮点，携手冬奥玩转元宇宙

冬奥会+元宇宙
双重热点加持

国家级体育事件冬奥会，碰撞时下热点元宇宙概念，两大营销热点组合达成优质内容爆发与品牌心智占领的双突破，安踏在关键周期区隔竞品，成功建立与冬奥及冰雪运动的关联。

冠名定制平台IP
建立冬奥及冰雪强关联

冬奥高相关IP核心冠名，成功预测高冬奥会人气明星运动员，深度互动合作，种草品牌，提振冬奥周期品牌声量，引爆品牌话题热度。

话题性拉满
自然热搜成功破圈

运动员自发穿安踏产品，强化品牌露出，视频IP类合作，服装溢出更为自然及有效，网友自制节目表情包，成功破圈登上微博热搜，IP内容具有天然的出圈及自传播属性。

KOL矩阵及广告链路协同
刺激短期拔草和品牌长建

以元宇宙达人慧慧周发起安踏召集令，多位特效师达人参与，进行传播及评论区联动，通过人群兴趣后链路协同，达人通过小黄车，有效提升效能，实现为品牌引流转化。

冬奥会+元宇宙双热点碰撞　引爆安踏冬奥月超级声量

- **大事件+热概念，双重加持**

中国顶尖运动品牌，碰撞国家级事件“北京2022冬奥会”，结合时下最热概念“元宇宙”，发起#安踏元宇宙零号玩家 全国挑战赛，在众多品牌中脱颖而出，迅速成为冬奥月全民焦点。

慧慧周 元宇宙
https://www.xinpianchang.com/a12118063?from=UserProfile

零号玩家招募令
https://www.xinpianchang.com/a12118056?from=UserProfile

冬奥会+元宇宙双热点碰撞　引爆安踏冬奥月超级声量

- **炫酷贴纸互动，吸引Z世代共创**

集合品牌信息+冰雪元素+元宇宙，多重互动体验，吸引年轻用户参与共创多元内容，使其深度认知品牌科技，建立与冬奥会及冰雪运动的强关联。

冠名冬奥高相关IP 《冠军驾到》 提升安踏官方身份认知

定制主话题页

- 热点话题多次登上自然热搜并出圈登上微博热搜，成功强化了品牌与冬奥及冰雪运动的关联性。
- 通过话题页、H5、直播间等多种形式与冬奥高人气明星运动员深度合作互动，共同打造趣味内容，种草品牌。

活动H5

头条活动话题页

运动员深度合作

电商直播间导流

直播礼物/红包

①服装溢出

运动员自发穿安踏产品，强化品牌露出

②登自然热搜9次

节目直播内容及运动员相关视频，具有较高关注度及话题性

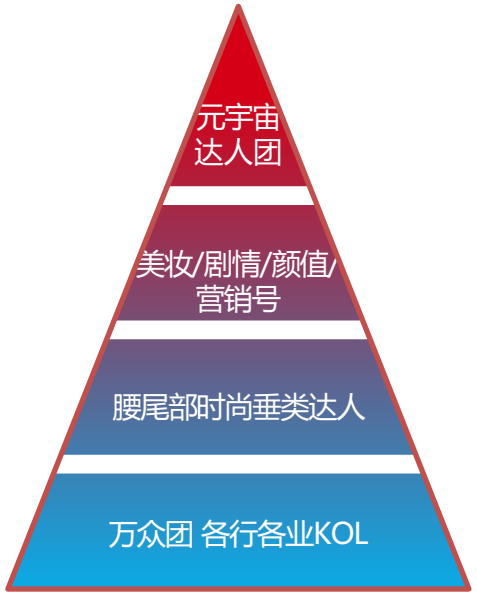
④ 运动员定制合作

深度合作徐梦桃、武大靖、谷爱凌，产出行李箱开箱、比赛服介绍等内容，保证品牌露出，提升好感

③ 热点出圈

节目内容被网友自制表情包
#换王濛上班 出圈登微博热搜

200+达人矩阵式分层传播 全民种草氛围加速短期转化



红人效应，声量引爆

利用火爆的元宇宙达人，结合冬奥场景及酷炫特技，实现安踏奥运营销出圈，引爆话题声量

扩散传播，圈层渗透

通过泛娱乐达人丰富“安踏冬奥元宇宙”内容玩法，辐射各自圈层粉丝人群，扩大传播面

引领种草，促进转化

围绕安踏冬奥元宇宙中出现的高级武器单品进行产品种草

多样化类型达人多维度种草
视频产出超200支+
广泛覆盖目标消费者

借助UGC传播互动贴纸
搭建更好玩的安踏元宇宙
解锁装备，用户更有参与感

高频传递产品亮点及战略信息
视频直达电商页 形成转化闭环

「种草」 「长草」 「拔草」

6亿+ 播放量

1107万+ 互动总量

多个爆款视频点赞量单条突破70万，最高170万+

106位达人首评挂车，引导销售转化助力短期拔草

品牌话题长线经营，持续沉淀优质内容资产

原生项目相关话题

两大核心板块曝光/播放量共占
本次抖音整体曝光/播放量的87%

品牌冬奥热点相关话题

打造品牌战略相关话题，夯实运动品牌
领导地位，强化曝光，促进周期内种草。

品牌长期积累话题

以原发内容作为投放素材，KOL内容
带入#安踏，持续沉淀品牌内容资产

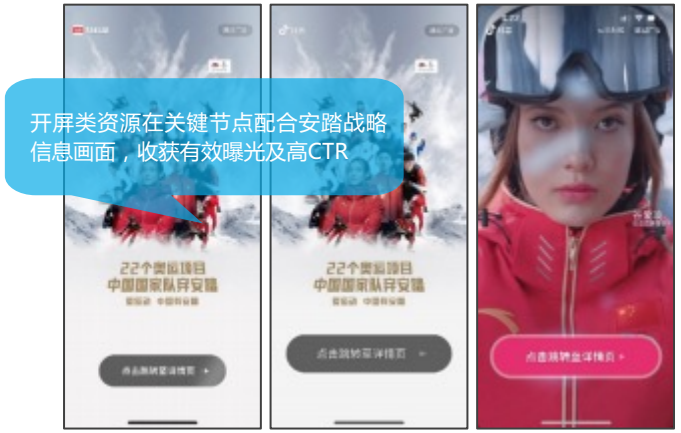
- 矩阵达人对应细分话题，助力冬奥项目原创话题运营，所有达人视频文案均加入话题#安踏 ，不断为品牌话题积累数据，沉淀内容资产。
- #安踏元宇宙零号玩家 、#过冬奥年穿冬奥款 、#冬奥会15赛项12支中国国家队穿安踏 三大话题总播放量20.4亿+。

创新运用媒介触点战术 提高粉丝拉新效能

- 紧跟品牌&赛事热点，打造多版素材配合广告投放，并引入抖音平台新形式智能追投，提升有效曝光和互动效率，快速构建品牌认知。

关键节点 强势爆发

开屏广告占关键开闭幕式流量周期，收获大曝光及高点击率，强化官方身份，夯实领导地位



头条开屏　抖音开屏　抖音topview

关键周期 整体提振声量

信息流及内容服务紧跟品牌原发/KOL优质内容，利用多版素材成功占据周期整体声量

内容服务-慧慧周　品牌原发素材　品牌原发素材

新形式智能追投 提升有效曝光和互动

尝试整合广告新形式，匹配用户即使兴趣，构建更短品牌认知，甚至是消费决策路径

筛选与带有自定义关键词内容互动过的用户　追投安踏谷爱凌版TVC，提升有效曝光

效果&反馈

冬奥周期
优质曝光
38亿+
预期目标完成率211%

《冠军驾到》
曝光
15.39亿
预期目标完成率335%

挑战赛收获
曝光/播放量
17.4亿
+174%于预估值

成功提振品牌声量，荣登抖音运动品牌 *TOP 2*

*安踏相关内容登上抖音自然热搜**21**次*
*热搜排名TOP10 共**9**次*
*出圈微博热搜**1**次*

35亿
品牌视频播放量

20.4亿+
矩阵达人原创话题
总播放量

资产沉淀促转化，安踏抖音官方账号涨粉 *143.7万*

***+105%** vs 预期目标*