

安踏燃奥运·东京奥运营销项目

- ◆ **品牌名称:** 安踏
- ◆ **所属行业:** 服饰
- ◆ **执行时间:** 2021.07.23-08.08
- ◆ **参选类别:** 体育营销类

● 营销诉求

奥运之于安踏营销价值



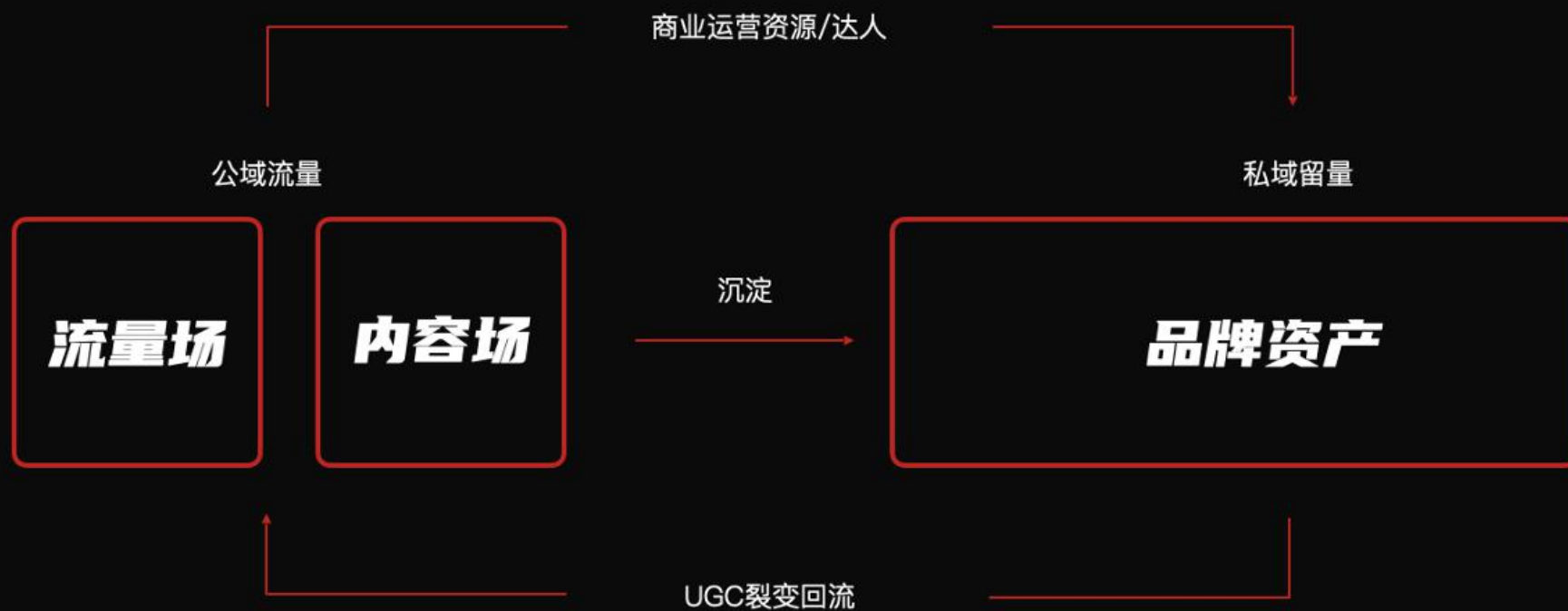
把全人类
最伟大
体育盛事



变成
输出
品牌价值
舞台

● 核心策略

强矩阵多场景曝光，多点信息触达，双链路引流官号，赋能品牌长效经营



●安踏奥运推广策略

全域营销引擎 驱动安踏奥运燃放三重奏

7.23

奥
运
序
章
引
燃

预热海报&banner

东京奥运会banner上线

「老铁早上好」预约PUSH引导关注

共
融
燃
点
时
刻

7.23-8.8

东京奥运会主话题banner持续露出

「老铁早上好」栏目前垫片露出

官方短视频作品推广

多元达人花式种草安踏

持
续
燃
动
之
旅

8.8-

@官媒/战报 PR宣推扩散影响力

116品质购物节
2022冬季奥运会
持续合作输出



● 营销亮点

预热海报/博文释出
安踏奥运外围抢先发酵



东奥主话题banner上线
高频曝光截流用户至安踏



总曝光

1.96 亿





● 营销亮点

冠名奥运资讯档「老铁早上好」
实现安踏破千万曝光

「直播+连麦」犀利点评奥运事件，趣味盘点体育资讯

以连麦形式串联北京和东京两地直播，每天早晨8:00-8:40分开播，持续17期。节目中，刘语熙以及各路奥运冠军、文艺明星们分别与北京演播室的主持人实时连麦，通过视频讨论奥运话题，对当日赛事观点进行全面分析，并邀请观众们线上投票，亲身参与对奥运热点的讨论，让更多人体验到奥运的热烈氛围

品牌权益：前垫片

前垫片总曝光

1200w+



● 营销亮点

品牌助推
加热安踏奥运官方视频推广



助推作品
49 ↑

总曝光

2457w

播放次数

2400w

完播率高达

9.4%

真实点赞

220w+



● 营销亮点

借势奥运种草运动装备
为官号引流，赋能品牌长效经营



话题播放量

2.6亿

达人作品互动量

160w+

● 营销亮点

多场景种草

情感营销、达人原创为品牌官方互动引流

不同产品与达人定制推广形式、花式种草

| 推广达人类型 | 品牌推广产品 | | |
|--------|---------|---------|--------|
| | 国家队同款T恤 | 奥运纪念款球鞋 | 奥运同款外套 |
| 运动 | PK种草 | 效果种草 | 好物推荐种草 |
| 测评 | 效果种草 | 好物推荐种草 | 测评种草 |
| 科普 | 细节种草 | 效果种草 | 科普种草 |
| 恋爱短剧 | 剧情种草 | 使用场景种草 | 细节种草 |
| 生活喜剧 | 剧情种草 | 好物推荐种草 | 科普种草 |

双重链路引流官方快手号，助力品牌长效经营

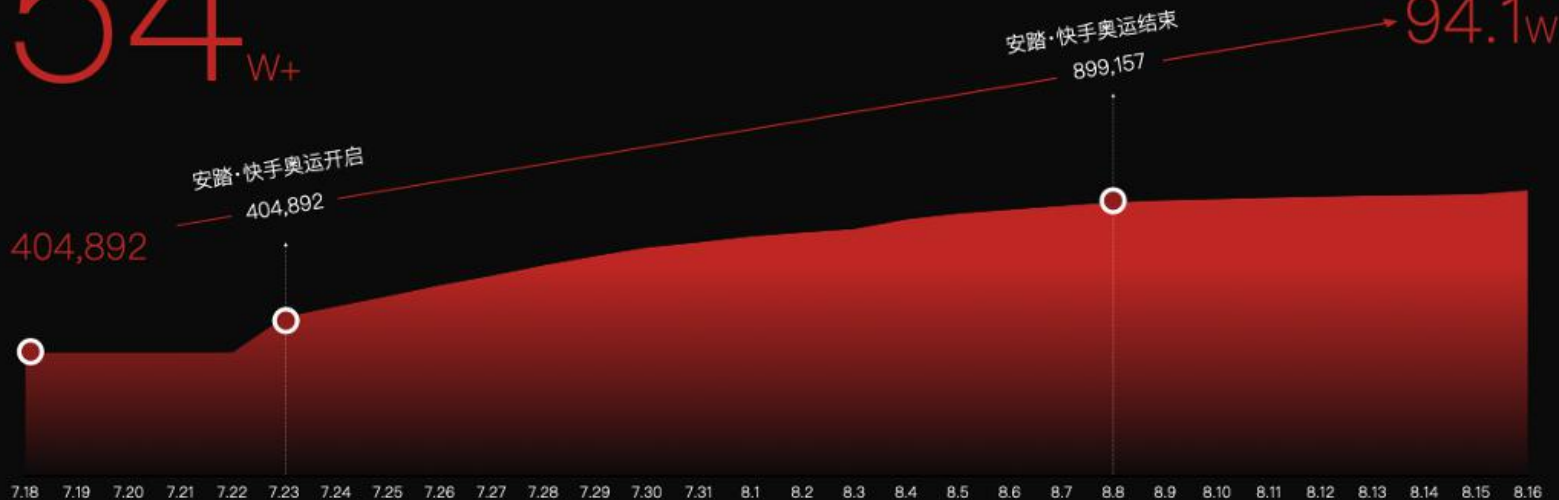


● 营销亮点

快手奥运助力 安踏品牌持续沉淀优质粉丝

截止8.19品牌官号涨粉达

54_{W+}





合作官方媒体号PR稿



合作方官方战报



合作方官媒外宣

合作方官媒/战报外宣
持续释放影响力

营销战绩

借势奥运爆点，安踏利用合作方生态场景优势，在流量顶峰时期，快速占位，极大地缩短了品牌信息的触达链路，后通过双链路引流的内容策略承接流量，长效积累了品牌在合作方的社交资产

多场景渗透 破圈引爆

双链路赋能 长效经营



外国发酵

强效曝光

曝光补强

情绪共振

视频口播

文案发布



总曝光

2亿+

品牌关键词搜索量上涨

51%

截止8.19品牌官号涨粉

54w+

● 项目总结

不止终点 安踏持续刷新奥运营销边界



广

广泛覆盖目标受众

快手强资源矩阵发力

借势奥运热点，整合平台S+运营资源，奥运主题banner+品牌助推+自制栏目贴片等助力安踏奥运营销破圈，总曝光达2亿+，实现目标受众覆盖最大化



精

精准传递品牌理念

官方视频立意/达人花式种草

安踏发起#爱运动中国有安踏#话题，在价值层面阐述安踏与运动、国家之间的连接；达人种草安踏奥运装备，创意准确契合客户诉求，与用户达成共鸣，截至8.8话题阅读量超2.6亿+，160万+的互动量



益

破圈涨粉双效提升

曝光吸粉最大化，品牌共振

客户预算合理利用，实现了资源配置最优解，最终总曝光达2亿+，品牌号涨粉54W+，品牌关键词搜索量上涨51%，用户关注安踏的热度持续提升，奥运整体合作表现赢得客户认可



远

正向反馈影响深远

营销持续发酵辐射冬奥

安踏奥运营销，多场景曝光+双链路（口播+文案发布）引流官号的模式，为品牌实现曝光+涨粉双赢，成为了奥运期的标杆型案例之一。也为后续夏季奥运会合作开展埋下了良好的伏笔。

多场景短视频种草、情感营销、达人原创作品与品牌官方号创意互动引流
• 不同产品与达人定制推广形式、花式种草