

## 2024年海信霸屏欧洲杯 品牌声量与认同多维度提升

- ◆ 品牌名称：海信
- ◆ 所属行业：3C类
- ◆ 执行时间：2024.06.17-06.19
- ◆ 参选类别：体育营销类

## ● 背景&目标

### 项目背景：

为了凸显中国企业在世界范围的影响力和作为引领重塑者的全新形象；  
深化全球布局，展现海信品牌的全球影响力和行业革新力，成为全球最值得  
信赖的品牌，完成品牌升级，最终达成品牌声量与品牌认同多维度提升。

## ● 背景&目标

### 项目目标:

目标1 夯实海信品牌自有定位，聚集品牌综合能量&情感调性

目标2 结合欧洲杯寻找顶流大咖背书，以大咖影响力为热度再加码

目标3 以网友积极正面评价，提升大众对海信品牌信任与支持

目标4 自然借势【欧洲杯】社会热度，为海信聚集自发性社交热量

目标5 结合欧洲杯聚焦球迷文化，精准定位兴趣人群带动情感共鸣

目标6 打造海信品牌社交宣发矩阵，多角度发出海信声音，塑造品牌完整价值体系

## 洞察&策略

### ◆ 目标人群洞察

- 海信本次目标客群剑指全球用户，须借助国际项目，激发目标用户兴趣，积极参与品牌讨论，提升品牌热度及影响力。

### ◆ 整个案例核心策略

- 深度捆绑国际赛事-热度IP，瞄准欧洲杯全球球迷受众，提升本品声量

### ◆ 内容概括

- 本次合作围绕“海信欧洲杯霸屏”，中国企业重磅出海亮相，引发社交用户对海信的品牌热议和话题活动参与，展现中国企业的世界力量。

### ◆ 案例亮点

- **互动性**：从顶流大咖背书，到全网民热议，实现品牌与受众的友好联动
- **精确性**：结合欧洲杯聚焦球迷文化，精准定位兴趣人群带动情感共鸣
- **高热度性**：欧洲杯作为全球顶级赛事，本身具备高流量，高热度，以此为契机，海信品牌与此强强联手宣传，深度捆绑，渗透植入，提升中国企业在世界范围的影响力

# 媒介&执行

亮点1：登榜话题形成热度核心，双话题互动情感激活，声量再升级

目标1 夯实海信品牌自有定位，聚集品牌综合能量&情感调性

## 登榜话题

#霸屏欧洲杯的中国企业#  
聚焦品牌核心阵地  
自然热搜激发巅峰能量



### 数据总览

1.2亿  
阅读量

3万  
讨论量

6.4万  
互动量

287  
原创量



总阅读量  
1.2亿



总讨论量  
3万



互动量  
6.4万

线第一视角的新浪财经欧洲站站长 @郝倩在欧洲，一起为大家分享关于欧洲杯的那些事儿~ #霸屏欧洲杯的中国企业# ... 全文



1120

647

4244

和大家一起讨论

数据

智搜

## 热度话题

#中国队把欧洲杯承包了#  
热度双向汇集  
双话题互动声量再升级



### 数据总览

1亿  
阅读量

2.8万  
讨论量

6万  
互动量

220  
原创量



总阅读量  
1亿



总讨论量  
2.8万



互动量  
6万

线第一视角的新浪财经欧洲站站长 @郝倩在欧洲，一起为大家分享关于欧洲杯的那些事儿~ #霸屏欧洲杯的中国企业# ... 全文



1120

647

4244

和大家一起讨论

数据

智搜

新浪财经首发微博  
为投票预热，助力  
话题声量扩散



## 媒介&执行

亮点2：直选热度&话题&正面形象兼具的顶级嘉宾，权威造势一击必中

目标2 结合欧洲杯寻找顶流大咖背书，以大咖影响力为热度再加码



三大足球咖位顶流



新浪财经顶级财经女神博主

## 媒介&执行

### 亮点3：多维物料&社交互动，助力海信在欧洲杯期间获得大量支持发声

目标3 以网友积极正面评价，提升大众对海信品牌信任与支持



丰富内容引发用户自主传播  
嘉宾海报 | 直播预热海报 | 直播金句海报 | 直播精剪视频 | 收官海报

触达海信目标用户 收获巅峰社交热度



## 媒介&执行

亮点4：当日海信专属话题自然登榜，网友自发围观激发热度攀升TOP45

目标4 自然借势【欧洲杯】社会热度，为海信聚集自发性社交热量

6月17日  
#霸屏欧洲杯的中国企业#  
形成自然热搜

# TOP45

借势【欧洲杯】网友自发围观  
海信品牌成为社会热议话题

|    |                  |        |
|----|------------------|--------|
| 42 | newjeans新歌       | 127756 |
| 43 | 墨雨云间 减更          | 126995 |
| 44 | 妻子出轨后要离婚被丈夫打伤身亡  | 126068 |
| 45 | 霸屏欧洲杯的中国企业       | 120454 |
| 46 | 结婚后为啥朋友都疏远了      | 119434 |
| 47 | 中方管制非法闯仁爱礁海域的菲船只 | 119380 |



## 媒介&执行

亮点5：通过趣味视频将品牌软性露出，形成目标用户的有效触达

目标5 结合欧洲杯聚焦球迷文化，精准定位兴趣人群带动情感共鸣

幽默  
趣味

文化  
科普

情感  
共振

自然  
植入



## 亮点6：蓝V意见领袖定调，橙V影响力聚焦，形成立体品牌传播生态风暴

目标6 打造海信品牌社交宣发矩阵，多角度发出海信声音，塑造品牌完整价值体系

关键传播人：指带动转发量较多的蓝V、橙V博主

#中国队把欧洲杯承包了#

参与蓝V

51个



新浪财经

带动转发：5399



新浪科技

带动转发：3677



新浪财经头条

带动转发：974



新浪科技视频

带动转发：417



蓝V

#霸屏欧洲杯的中国企业#

参与蓝V

54个



新浪财经

带动转发：5394



新浪科技

带动转发：3677



新浪财经头条

带动转发：974



新浪科技视频

带动转发：417

● 效果&反馈

1.打造微博热门话题，巅峰阅读量达**2.2亿**，巅峰讨论量达**5.8万**，巅峰互动量达**12.4万**

| 热门话题         | 阅读量 (亿) | 讨论量 (万) | 互动量 (万) |
|--------------|---------|---------|---------|
| #霸屏欧洲杯的中国企业# | 1.2     | 3       | 6.4     |
| #中国队把欧洲杯承包了# | 1       | 2.8     | 6       |
| 总计           | 2.2     | 5.8     | 12.4    |



2.视频播放量高达**598万**，大咖直播观看量高达**367.5万**，精准触达目标人群，为品牌正面造势，提升品牌影响力

| 直播与短视频       | 视频播放量 (万) | 大咖直播观看量 (万) |
|--------------|-----------|-------------|
| 出战欧洲杯的中国品牌直播 | 414 (回放)  | 367.5       |
| 《我不理解》视频     | 184       | -           |
| 总计           | 598       | 367.5       |

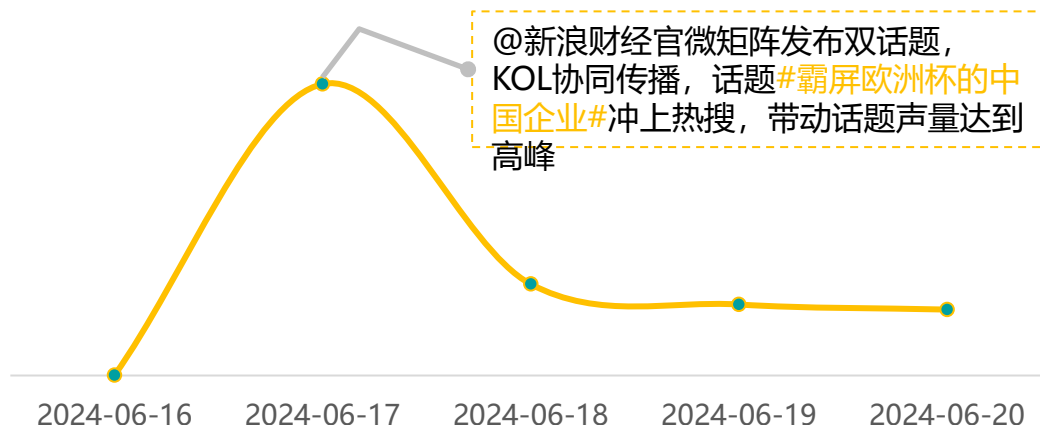


# 效果&反馈

达成效果：

“海信、欧洲杯、中国企业”三大关键词强锁定，带动话题声量占据高峰

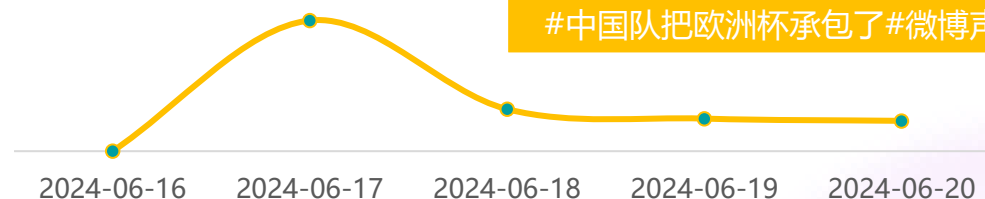
2个  
话题总体  
微博声量  
走势



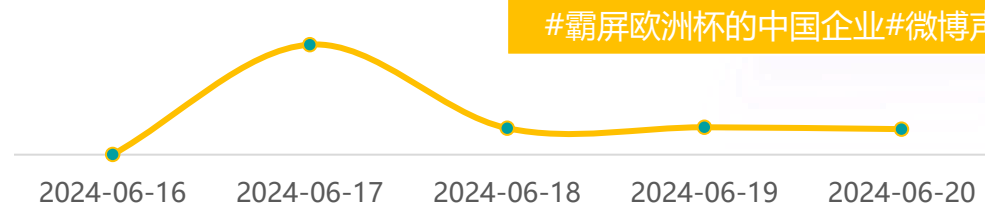
两大话题强锁定海信X欧洲杯X中国企业



#中国队把欧洲杯承包了#微博声量走势



#霸屏欧洲杯的中国企业#微博声量走势



两大话题运营助力海信兴趣人群扩容

海信微博兴趣人群

31%  
来自

#中国队把欧洲杯承包了#

#霸屏欧洲杯的中国企业#

话题触达人群

(6.17-6.19)

海信微博兴趣人群：指与海信相关博文有过发博和互动行为的用户

6.17-6.19海信微博兴趣人群中，31%来自#中国队把欧洲杯承包了#、#霸屏欧洲杯的中国企业#触达人群

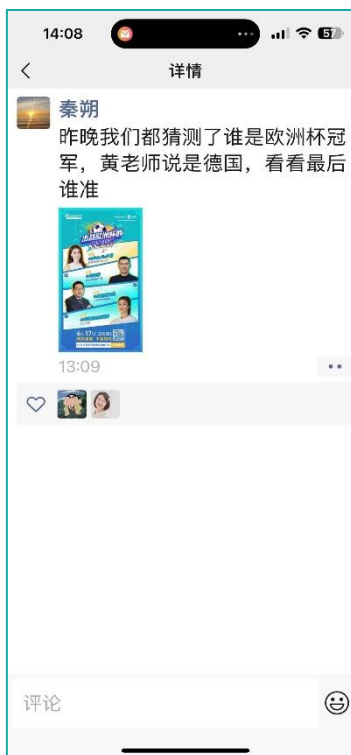
## 效果&反馈

达成效果:

17日当天连麦视频播放量破百万，顶流咖位效应为品牌正面造势



视频播放量414万次



嘉宾大咖为直播推流发声

网友纷纷参与正面热议

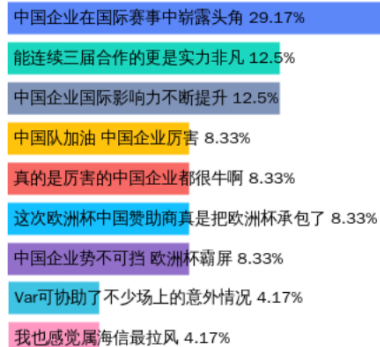
## 达成效果：

多维物料铺发反复触达，加强品牌印象，强绑定海信与欧洲杯信息攫取海量关注

欧洲杯赞助商大众关注度投票中，海信获得最多支持



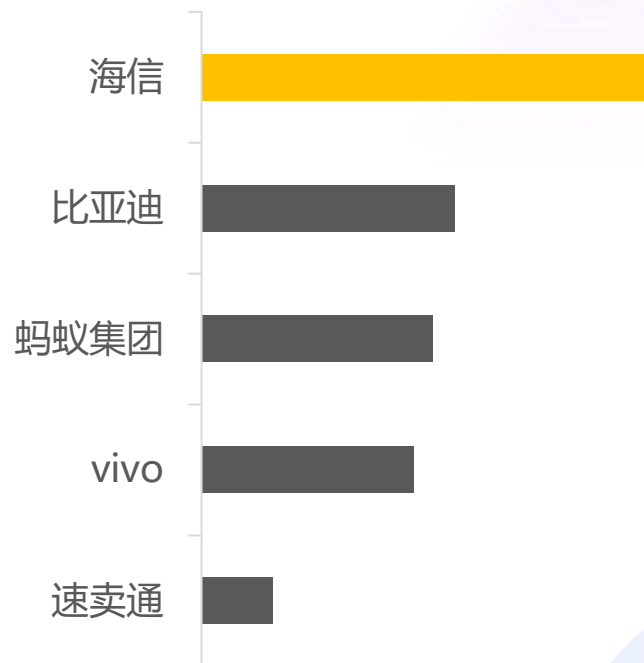
海信官微亲自下场评论，收获**最高内赞**



## 达成效果：



## TOP5-五家赞助商声量对比



## 效果&反馈

达成效果：

### 《我不理解》视频播放量破百万，精准触达高净值人群

视频博文对两话题整体曝光用户贡献度：**4%**

视频博文对两话题整体互动用户贡献度：**10%**



新浪财经

06月17日 08:55 来自 微博视频号

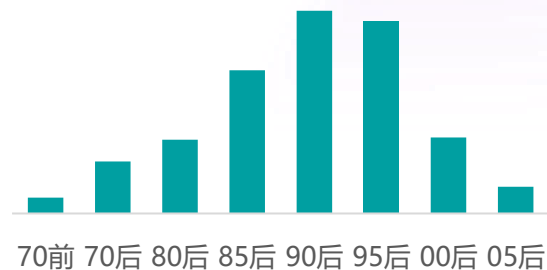
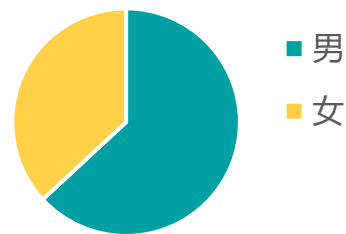
【#中国队把欧洲杯承包了#？！盘点疯狂球迷文化背后的门道】欧洲杯激战正酣，你身边也有那种废寝忘食、孜孜不倦、如痴如醉的球迷吗？还是说，你自己就是？全世界范围内，要论球迷的疯狂程度，足球说第二，没有体育项目敢说自己是第一。其实，足球成为最能调动人们情绪的运动有其内在的科学特点，它不但 [展开](#)



视频播放量**184万次**

#### 视频博文触达人群特征

男性、一线城市、中青年、对国际化资讯与体育深感兴趣



#### 细分兴趣爱好

|   |      |    |       |
|---|------|----|-------|
| 1 | 国外民生 | 6  | 国内高校  |
| 2 | 财经资讯 | 7  | 互联网人物 |
| 3 | 体育明星 | 8  | 国际资讯  |
| 4 | 医疗科普 | 9  | 生活记录  |
| 5 | 国内旅游 | 10 | 社会民生  |

# 效果&反馈

达成效果：

近七百蓝V橙V成为事件核心关键传播人，公私域立体传播生态能量破圈爆发

关键传播人：指带动转发量较多的蓝V、橙V博主

## #中国队把欧洲杯承包了#

参与蓝V

228个



大望路女青年

带动转发：1104



张逸轩同学

带动转发：31



黄健翔

带动转发：514



史小煮

带动转发：26



股指期货998

带动转发：102



狂龙神骑士

带动转发：25



哈利宝舵主

带动转发：33



o小怂包

带动转发：20



县令互联网

带动转发：32



青松古藤

带动转发：20

## #霸屏欧洲杯的中国企业#

参与蓝V

229个



股指期货998

带动转发：102



张逸轩同学

带动转发：31



菜鸟耶夫斯基

带动转发：58



史小煮

带动转发：26



好车的宝典

带动转发：50



狂龙神骑士

带动转发：25



哈利宝舵主

带动转发：33



o小怂包

带动转发：20



县令互联网

带动转发：32



青松古藤

带动转发：20

