

天丝红牛《新新运动会》

- ◆ 品牌名称：天丝红牛
- ◆ 所属行业：食品饮料类
- ◆ 执行时间：2024.07.26-08.11
- ◆ 参选类别：整合营销类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://v.kuaishou.com/U5gB03>

以奥运精神内核为连接点，借势奥运热点传递品牌理念

内核链接

以奥运会的精神内核作为载体
巧妙的将品牌与奥运精神进行了衔接



诚实营销

坦诚明晰品牌的非官方身份
以传递奥运精神作为品牌的使命和责任



曲线借力

结合奥运热点内容及话题
通过以小搏大、脑洞大开的形式借势



以小博大，通过全民体育竞技抢占奥运营销

找到红牛与奥运内核的连接点

年轻人

喜欢创新不设限的新兴运动，敢于对抗未知

X

红牛品牌

代表着能量与活力与年轻人同频共振



明确品牌营销事件的立意点

用一场全民参与的线下运动会传递红牛的品牌责任与使命



立挺生活里面对困难却勇敢的你

抓住TA内容偏好 以创意取胜

线上

在年轻人的语境里对话年轻人用创意与脑洞借势奥运

线下

充分利用奥运期间全民运动的热情与年轻人玩在一起



增加品牌在奥运节点的曝光，增强"品牌讨论度"提高泛用户对天丝红牛的品牌喜爱度与忠诚度。

在巴黎奥运的全民关注期

红牛陪你“唤醒心中的力量”

一次说走就走 敢于用自己的力量挑战
这就是红牛精神最好的诠释



“快手里的新新运动会”

最懂年轻TA
的运动会

红牛与TA感同身受

红牛精神的
深度诠释

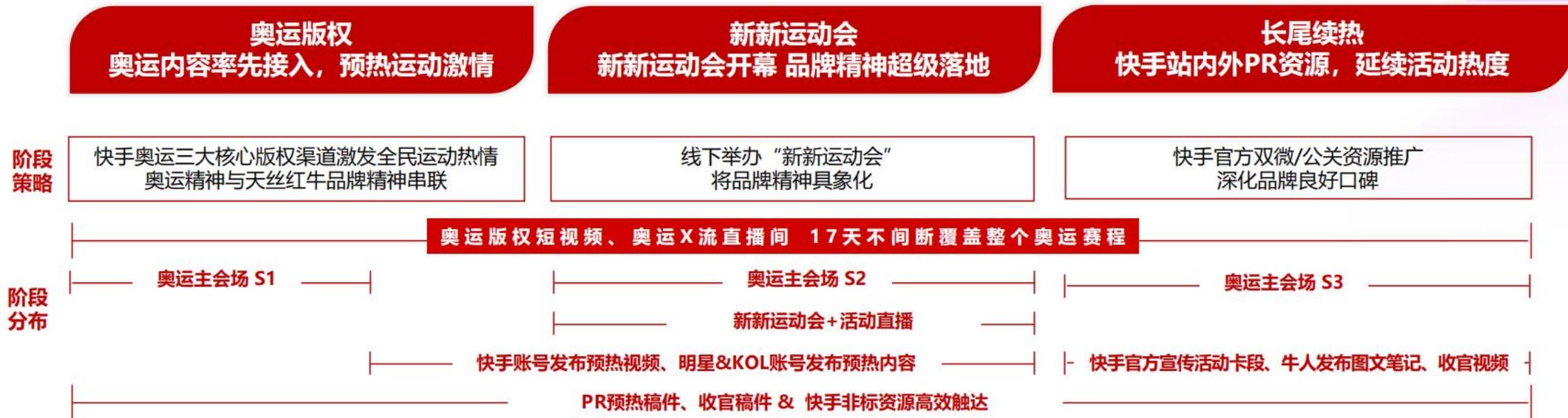
红牛精神与TA沉浸式
体验

人人都是红牛
精神代言人

红牛精神社交裂变式传播



天丝红牛「新新运动会」推广Timeline



今夏，在奥运营销大年



携手打造了一场引领行业的标杆事件



快手 x 天丝红牛

天丝红牛借助快手平台商业基因打造国际饮料营销新玩法

行业首次
勇攀泰山

餐饮+文旅
首创合作标杆

沉浸式解锁
登山运动场景

奥运x品牌
深度整合营销

品牌TVC
照进现实



行业首次

饮料品牌首进泰山景区落地活动，天丝红牛重新定义线下营销

创新性



首个进入泰山景区举办活动

天丝红牛打破传统营销场景的限制，成为首个把活动搬进泰山的饮料品牌，树立食品饮料行业突破性营销标杆

象征性



中国文化心智符号迁移

泰山是挑战也是力量的激发者

泰山自古便承载着坚韧不拔、勇攀高峰的象征内涵，攀登泰山的过程更是能激发人们内心深处的坚韧与力量，与天丝红牛所倡导的“唤醒心中力量”理念相得益彰

首创新风向 「餐饮+文旅」合作破圈成功，引领行业创新营销新思路



摸索出「餐饮+文旅」合作的新道路

历史自然景区 + 国际能量饮料品牌

天丝红牛活动引发文旅产业连锁反应

创新合作模式吸引多个著名自然景区
负责人与快手寻求合作机会



黄山景区



武当山景区

首次沉浸式突破 解锁登山运动饮用场景，在已知的场域中得到确定性的选择



将放大登山运动场景中功能饮料的迫切需求

构建消费者内心更加确定性的品牌选择



整场活动一共发放12,219杯试饮



许多人表示在爬山的过程中喝到一杯加了冰块的红牛非常舒适，购买意向强烈

试饮点服务人员服务周到，居然能喝到带冰的红牛饮料

爬到大观峰的游客体力消耗较大，在试喝完后想要购买的意愿比较强烈

多维深度结合

奥运精神与红牛品牌理念深度结合，打造线上+线下的整合营销

线上



奥运入口主会场



#红牛新新运动会 话题



品牌活动小游戏

线下



品牌六项运动互动特殊装置

首个品牌TVC照进现实

1:1还原片中体育项目，将‘唤醒心中力量’的理念跨越屏幕



今年夏天，
由一支天丝红牛TVC
在奥运期间唤醒全民心中力量

构建全新情绪场域

品牌与消费者之间的深度对话
全民运动热潮让品牌理念不再只是口号

品牌精神的践行落地



品牌六项运动互动特殊装置

线上超级资源 强势霸占快手用户视野

锁定奥运核心流量入口，
多点位布局实现奥运超级曝光



快手设立奥运主会场TAB入口，
5.24亿次用户访问实现天丝红牛
品牌在奥运期间超级曝光

奥运版权短视频合作，赛事热
点深度演绎“唤醒心中力量”



国内6大热门体育项目赛事进行包框植入；
涉及樊振东、汪顺、王楚钦、潘展乐等奥
运期间备受高关注度的体育明星

奥运X流直播间中国夺金赛事，同一
时刻“唤醒”全国人民心中力量



植入万众瞩目的中国奥运首金赛事直播，天丝
红牛闪现夺金瞬间，共唤国民心中的磅礴力量

品牌定制化小游戏联动线下新新运动会，
“唤醒心中力量”从泰山走向全国



创新互动玩法
完成线上线上新新运动会营销闭环，吸引线上用户参与

线下活动

1比1还原「品牌TVC」新新运动赛场

7/月27日-8月11日

活动区域	活动	活动描述	
红门区	艺术家涂鸦墙	邀请涂鸦艺术家共同创作红牛新新运动会涂鸦墙	
	品牌专区展示	8月3日-8月4日：红牛品牌专区打造IP氛围体验	
岱庙区域	很新的运动会	明星开幕式liveshow	8月3日：邀请两位体育明星+音乐明星，体娱跨界打造爆款事件
		牛人邀请赛	8月3日：联动快手站内头部达人及运动牛人参与运动会现场全程参与6项独特的运动项目，开启趣味比拼
		运动会颁奖仪式	8月3日：比赛结束后，在LIVESHOW舞台区，进行牛人颁奖礼，由明星嘉宾们及政府领导代表为参与今天比赛项目的牛人颁奖
		运动会对外开放	8月4日：游客玩家参与进场，共同参加6项创新的运动项目，通关不同关卡，获得品牌周边
泰山景区内	特别的登途	泰山登途	8月4日：4个试饮点+3个互动点游客玩家途中与品牌互动并试饮

超燃人气

线下

现场总参与2w+人

多个具有地标特色的品牌打卡点
见证每一位参与者尽情投入的运动热情
全程为大众提供红牛饮料能量补给
传递“挑战自我，突破极限”的红牛精神



“泰山沿途跑”的精彩登途

全程总互动次数近4w次 沿途派发红牛能量饮料试饮 1w+杯

政府资源倾力相助

泰安市政府资源协助出地、出声、出人，鼎力相助天丝红牛“新新运动会”成功举办

出地 泰山管理部门为特定活动特设专属场地，特别授权在历史悠久、文化深厚的岱庙北广场举办活动

出声 泰安市政府官员莅临天丝红牛新新运动会现场，为在泰山上展现卓越风采的牛人们颁发奖牌以此表达对品牌活动的高度认可与支持

出人 当地政府协助快手GR、PR沟通山东卫视知名综艺节目《快乐向前冲》栏目组，邀请节目中实力选手参加新新运动会，助力活动热度



超燃现场

艺术家

艺术与潮流碰撞

涂鸦艺术家吴炎创作的天丝红牛新新运动会巨幅涂鸦墙
奥运即时奖牌榜与涂鸦墙链接
增强用户对品牌运动精神的心智



打卡「新新运动会巨幅涂鸦墙」

超燃竞技

互动

六大品牌创意装置

融合全民性和趣味性
风阻羽毛球、圆桌乒乓球、五框制篮球
等六大比赛项目的趣味装置项目
现场参与热情高踴，撬动二次传播
进一步拓展天丝红牛品牌的影响力



品牌六项运动互动特殊装置

发放手环参与游戏6000+人次 近1550名成功领取品牌奖品

项目指标超预期完成



项目总曝光

17亿+

话题总曝光量

15.6亿+

线下活动参与总人数

2.6W人

直播总场观

7000万+

全网热搜

15个

官媒关注报道影响力升级

