

霸王茶姬 借势巴黎奥运， 讲好中国茶的健康故事

- ◆ 品牌名称：霸王茶姬
- ◆ 所属行业：食品饮料类
- ◆ 执行时间：2024.07-2024.08
- ◆ 参选类别：节日/事件营销类





背景&目标

霸王茶姬是来自云南的新中式国风茶饮品牌，以原叶鲜奶茶为主打，打造东方新茶铺。自2017年诞生来的7年时间里，霸王茶姬成长为“中国十大茶饮品牌”，全球总门店数已突破6000家，其中海外门店超过100家，成为当地消费者心目中的“茶饮之光”

01

然而近些年，茶饮赛道竞争异常激烈，霸王茶姬希望构建独特的品牌价值，成为全球现制饮品行业TOP品牌。对此，霸王茶姬瞄中巴黎奥运会，一方面，巴黎奥运自带流量全球瞩目；另一方面，其代表的健康、积极、与国力，和霸王茶姬的核心理念不谋而合

02



01

1. 国内外联动：奥运会期间，打造霸王茶姬快闪店，国内外联动，实现全球露出
2. 线上线下联动：郑钦文夺冠后，线上线下霸屏联动庆贺，线上发布高质祝贺视频，线下大屏投放热血海报
3. 场景开拓：打造#霸王茶姬霸门出征 任务，从赛场出征延展至职场出征、朋友出征的新场景
4. “会友”主线：奥运期间，在国内外展开深度会友，在巴黎街头街采当地人，在国内以霸王茶姬会友人为奥运加油，并传播中国文化

02

1. 霸王茶姬是首个走出国门，在巴黎现场直播，为奥运健儿助威的茶饮品牌
2. 霸王茶姬健康大使郑钦文网球女单摘金，创造历史，霸王茶姬官方抖音号发布视频，并与线下大屏联动庆贺
3. 奥运期间，霸王茶姬在巴黎开设快闪店，进行全球露出
4. 打造高质的达人内容矩阵，国内外达人共同带动氛围
5. 赛后持续传递品牌文化，弘扬女性力量



媒介&执行

赛前 7.13-

发布刘翔、郑钦文、汪顺、陈清晨、贾一凡、王瑞苗、刘清漪七位运动员宣传片、及霸门出征话题，用红蓝干杯，为运动员加油！



BGC

七位运动员宣传片发布

UGC

运动员出征 红蓝干杯

赛中 8.3-

巴黎前线 + **中国线下**
王冰冰、白岩松闪现 快闪店会友 跨越时空的会友



PGC

国内外配合 深度诠释品牌文化理念

金牌时刻 8.3

夺冠时刻
郑钦文夺冠追投



3天跨国直播
新疆 x 巴黎



赛后 8.11

品牌文化持续演绎
弘扬女性力量
#Girls Together



@峨眉派功夫女子团，祝女孩铮铮昂扬

数据表现 7.13-8.25

整体曝光：**22.6亿**

整体CPM：**4.9**

硬广CTR：**4.13%**

(Bench: 1.47%)

搜索指数：**环比+85%**

线上任务+线下巴黎快闪店，霸王茶姬的全球露出



打造“霸王茶姬霸王出征”任务延展至职场出征、朋友出征等场景

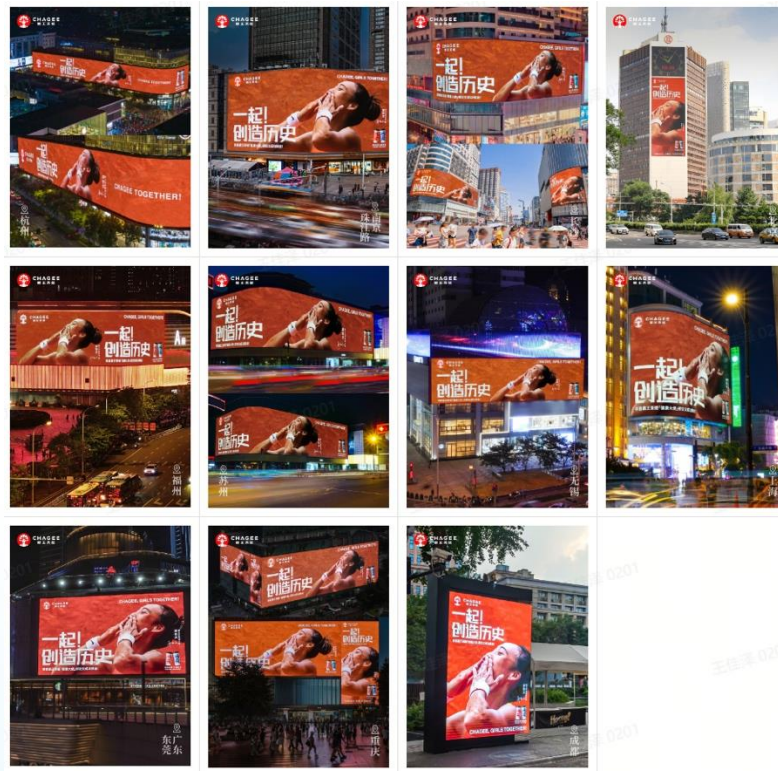
巴黎-霸王茶姬快闪店



线上视频+线下海报，霸屏联动庆贺郑钦文夺冠



霸王茶姬“健康大使”郑钦文摘金庆贺视频



杭州、东莞、无锡、苏州等地，线下大屏海报



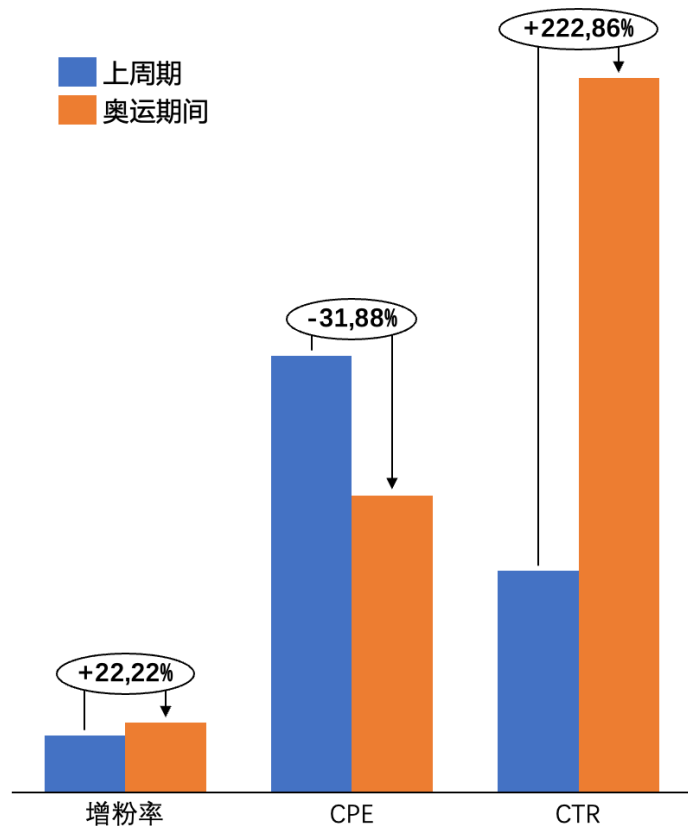
效果&反馈

- **品牌贡献Brand:** 品牌搜索指数环比增长85%，互动量从行业17上升至行业TOP2
- **用户关系 User Relationship:** 人群资产增长：1.5A人群资产从6782万上升至1.57亿，环比增加72%
- **传播力 Communication Power:** 抖音总曝光达22.6亿，整体CPM为4.9
- **创新力 Innovation:** 借势奥运热点，并实现国内外市场以及线上线下的创新联动
- **社会价值 Social value:** 提升大众对奥运会的关注度，激发大众对奥运赛事的热情，让奥运精神的热血在大众心间沸腾，并将女性在体育领域展现出的坚韧、勇敢等力量传递给更多人



效果&反馈

整体曝光: **22.6亿**
 整体CPM: **4.9**
 硬广CTR: **4.13%**
 (bench 1.47%)
 搜索指数: 环比**+85%**



增粉率：平均单次广告曝光带来的用户关注数量

