

安踏：构建奥运社交营销闭环生态

- ◆ **品牌名称：**安踏
- ◆ **所属行业：**服饰类
- ◆ **执行时间：**2021.07.24-08.08
- ◆ **参选类别：**体育营销类

6月25日，安踏在京正式发布2020年东京奥运会中国体育代表团领奖装备。这款由安踏精心设计打造、象征中国体育最高荣耀的“冠军龙服”终于揭开神秘面纱。同时，安踏也发布了为本届奥运会打造的举重、游泳、摔跤、拳击、体操等代表队比赛装备。安踏正式吹响东京奥运会营销战的号角。

借奥运传递品牌概念



中国队领奖服



运动队装备赞助

与奥运内容强捆绑
领奖、运动队相关时刻都可以看到安踏

奥运内容绑定

形成社交热点、占领用户心智



爱运动+安踏科技

引发用户热议
形成社交热点，输出品牌概念

社交场景营造

合作策略

奥运内容为纽带 + 社交场景为核心 + 平台产品为驱动，在微博构建安踏奥运营销闭环生态

奥运内容

强捆绑，记忆深化

看到奥运，就看到安踏（领奖服）

奖牌榜，#站上领奖台#

社交场景

快聚焦，热点打造

关联运动员（领奖服/定制装备），
传递品牌概念

全程打造热搜话题
(赛场热点伴随/运动员连麦创造热点)

平台产品

深沉淀，引导认同

品牌内容聚合，加速粉丝转化

品牌号升级合作
(冠军挚友加持)

奥运前预热

安踏奥运启动大秀：东京奥运装备发布会直播观看量超1380万，领奖服高调亮相

6.25安踏打造发布会大秀，联动明星代言人发博预告，为大秀蓄水引流，吸引用户观看直播

预热：安踏代言明星625提前发布直播预约，为大秀引流



UNIQ-王一博 6-25 13:30 来自 Note 10 Pro 已编辑
期待东京奥运中国代表团领奖装备诞生！安踏用东方美学和专业运动科技助力中国健儿闪耀奥运，今天16:00，和@安踏体育一起见证荣耀时刻！#爱运动中国有安踏#



转发 评论 赞

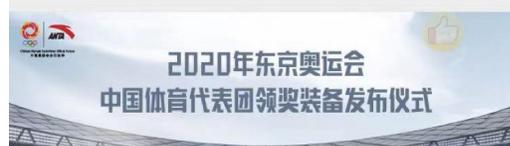
关晓彤 6月25日 15:00 来自 nova8SE 和你嗨闹中
东京奥运会中国体育代表团领奖装备即将发布，期待一场中国精神与运动服装结合的完美演绎。一起感受@安踏体育 的运动科技，为中国健儿加油！今天16:00，走秀见！#安踏东京奥运装备发布#
安踏体育的微博直播



张继科 6月25日 15:29 已编辑
期待已久的#安踏东京奥运装备发布#终于要来了！今天下午4:00锁定 @安踏体育 直播间一起揭开中国奥运健儿领奖服和奥运装备的神秘面纱吧！期待安踏助力中国奥运健儿在东京奥运赛场上展风采，收获满满！听说会有很多奥运装备黑科技展示，快来线上围观！安踏体育的微博直播



点击加入守护群



UNIQ-王一博 3小时前 来自 Note 10... 已编辑
期待东京奥运中国代表团领奖装备诞生！安踏用东方美学和专业运动科技助力中国健儿闪耀奥运，今天16:00，和@安踏体育一起见证荣耀时刻！#爱运动中国有安踏#

一起聊聊... 50.8万



奥运前预热

安踏奥运启动大秀：直播后持续发酵，发布会登上自然热搜最高第二位

大秀后，发掘发布会中的精彩内容，通过不同圈层的传播，形成双热点，传递安踏核心品牌理念和内容

安踏科技感—明星娱乐向热搜（6.25）

安踏领奖服（身份）—跨圈层事件热搜（6.26）

概念短视频



明星走秀出图



明星走秀直拍小视频



体育明星：

出席大秀的
国家队运动员（现役/
退役）



媒体大V：

李晨、程潇、
檀健次等



娱乐明星：

李晨、程潇、
檀健次等



7.24开赛



8.8闭幕

捆绑
赛事

奖牌榜+ #站上领奖台# (品牌/领奖服露出)

运动员
关联

#哨响之后#运动员连麦节目 (运动员嘉宾领奖服露出)

安踏专场
红包互动

7.25

7.29

7.31

8.3

8.5

8.8

社交热点
(热搜话
题矩阵)

品牌自有话题--#爱运动中国有安踏#、#安踏 科技助力中国奥运#

运营自然
热搜话题

赛事热
点伴随

7.28-#石智勇好强#

7.30-#中国女子蹦床体操服太美了#

7.31-#吕小军黄金战靴#

运动员花
絮热搜

8.2-#历届奥运中
国领奖服盘点#

8.5-#朱雪莹说穿凤
凰旗袍上场很自豪#

8.8-#朱雪莹穿凤凰旗
袍服发美妆vlog#

8.8-#芦玉菲想要刘昊
然签名#

社交资
产沉淀

品牌号+品牌专区

7.24-品牌挚友 (KOL)

7.29-品牌挚友 (KOL)

7.29-8.2 品牌时刻 (互动)

8.8-品牌挚友 (杨倩)

硬广
资源

节点大曝光 (开机报头、下拉悬停、发现页浮层、发现页大视窗、热搜三等) + 粉丝通全程铺排

赛事期-捆绑赛事，深化记忆

奖牌榜+#站上领奖台#，中国队领奖时刻就有安踏（领奖服）

中国领奖时刻是领奖服出现的最重要场合，安踏赞助奖牌榜和#站上领奖台#，与领奖强捆绑，加深用户对安踏和领奖服的印象



导语：爱运动，中国有安踏！安踏累计为28支中国国家队打造奥运装备，用科技助力中国奥运。和安踏一起助威东京奥运会，... [更多]

综合 实时 热门 视频 图片 十

奥运奖牌榜	1 美国	2 中国	3 日本
	39 41 33	38 32 18	27 14 17



奥运奖牌榜	金	银	铜	总计
1 中国	2	0	1	3
2 厄瓜多尔	1	0	0	1
2 伊朗	1	0	0	1
2 韩国	1	0	0	1
2 科索沃	1	0	0	1
6 比利时	0	1	0	1
6 印度	0	1	0	1
6 日本	0	1	0	1
6 荷兰	0	1	0	1
6 ROC	0	1	0	1
6 塞尔维亚	0	1	0	1
12 法国	0	0	1	1
12 印度尼西亚	0	0	1	1



奥运奖牌榜	金	银	铜	总计
1 中国	2	0	1	3
2 厄瓜多尔	1	0	0	1
2 伊朗	1	0	0	1
2 韩国	1	0	0	1
2 科索沃	1	0	0	1
6 比利时	0	1	0	1
6 印度	0	1	0	1
6 日本	0	1	0	1
6 荷兰	0	1	0	1
6 ROC	0	1	0	1
6 塞尔维亚	0	1	0	1
12 法国	0	0	1	1
12 印度尼西亚	0	0	1	1

奖牌榜总曝光

81亿

#站上领奖台#

阅读增量11.3亿

讨论增量26.1万



奥运奖牌榜 站上领奖台

奥运奖牌榜	1 中国	2 美国	3 日本
	29 18 16	22 27 17	17 6 10



发现页-奖牌榜入口 logo体现

#站上领奖台#话题页体现（头图、banner）

奖牌榜页-顶部banner轮播

赛事期-关联运动员，放大品牌资产

#哨响之后#邀请运动员连麦，穿安踏领奖服出境，发掘更多运动员热点内容

新浪体育运动员访谈节目独家合作，运动员生活化内容吸引网友关注，发掘更多热搜热点内容，提升安踏和领奖服曝光度



连麦现役/退役运动员（18人）

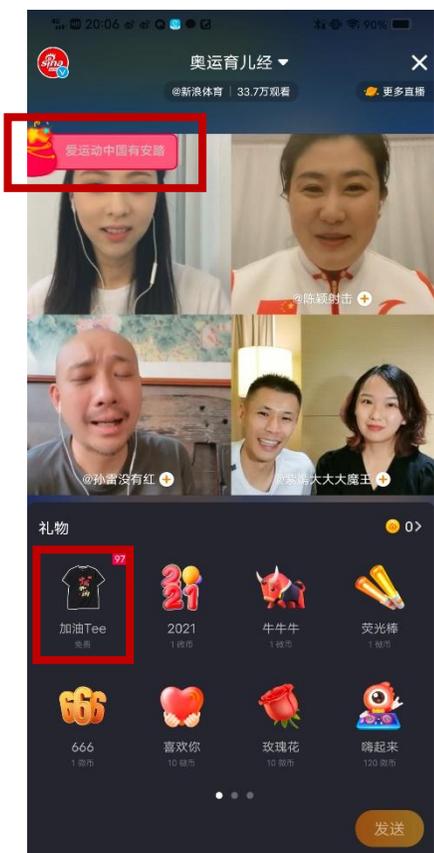
- 杨舒予（女篮）
- 朱雪莹（蹦床）
- 陈雨菲、吴鹏（游泳）
- 陈清晨、贾一凡、王懿律、黄东萍（羽毛球）
- 芦玉菲、肖若腾、冯喆、陈一冰（体操）
- 王璐瑶（射击）
- 杨昊、魏秋月（女排）
- 何冲（跳水）
- 邓亚萍（乒乓球）
- 邹市明（拳击）

#哨响之后# 18期 视频总播放量**4900万+**，话题阅读增量**1亿**，讨论增量**2.1万**

赛事期-关联运动员，放大品牌资产

#哨响之后#安踏专场，品牌互动红包吸引45万+用户参与传播

安踏专场全程植入安踏权益和红包互动，用户边看边抢红包，引导转化品牌粉丝



角标、贴纸、礼物



购物车



品牌红包

安踏专场	运动员嘉宾	播放量
7月25日	陈颖 (射击)	1,490,000
7月29日	杨昊 (女排)	2,120,000
7月31日	陈一冰 (体操)、王璐瑶 (射击)	2,680,000
8月3日	王懿律、黄东萍 (羽毛球) 冯喆 (体操)	1,640,000
8月5日	叶锦添 (领奖服设计师)、 朱雪莹 (蹦床)、魏秋月 (女排)	1,400,000
8月8日	芦玉菲 (体操) 邹市明 (拳击)	2,710,000

6期总播放量**1446万+**

安踏红包领取人次**45万**

赛事期-社交热点全周期覆盖，品牌声量热度持续走高

9大品牌热搜话题矩阵，赛事伴随+热点共创，拉满安踏奥运赛事社交热点周期

安踏双品牌话题贯穿全程，同时联合新浪体育矩阵，实时捕捉赞助队运动员热点，植入安踏领奖服和科技装备卖点

赛事中实时捕捉运动员热点

<p>• 7.28</p> <p>#石智勇好强# <small>热搜</small></p> <p>阅读1.1亿 讨论6.4万 详情></p> <p>主持人: 鞋狂</p> <p>热搜榜最高第3位</p>	<p>• 7.30</p> <p>#中国女子蹦床体操服太美了#</p> <p>阅读1.8亿 讨论2.3万 详情></p> <p>主持人: 微博体育</p> <p>热搜榜最高第3位</p>	<p>• 7.31</p> <p>#吕小军黄金战靴# <small>热搜</small></p> <p>阅读6300.1万 讨论1.5万 详情></p> <p>主持人: 新浪体育</p> <p>热搜榜最高第29位</p>
---	--	---

自然热搜
(运营)

#哨响之后#运动员连麦创造热点

<p>• 8.8</p> <p>#芦玉菲想要刘昊然签名# <small>热搜</small></p> <p>阅读2.9亿 讨论2.7万 详情></p> <p>主持人: 娱乐课代表</p> <p>热搜榜最高第3位</p>	<p>• 8.8</p> <p>#刘灵玲穿凤凰旗袍发美妆v... <small>热搜</small></p> <p>阅读1668万 讨论593 详情></p> <p>主持人: 新浪体育</p> <p>热搜榜最高第27位</p>	<p>• 8.5</p> <p>#朱雪莹说穿凤凰旗袍上... <small>热搜</small></p> <p>阅读2681.6万 讨论1.1万 详情></p> <p>主持人: 新浪体育</p> <p>热搜榜最高第31位</p>	<p>• 8.2</p> <p>#历届奥运中国领奖服盘点# <small>热搜</small></p> <p>阅读1974.1万 讨论1.2万 详情></p> <p>主持人: 鞋狂</p> <p>热搜榜最高第37位</p>
--	--	---	--

品牌双话题贯穿全程

<p>#爱运动中国有安踏#</p> <p>阅读增量11.2亿</p> <p>讨论增量171万</p>	<p>#爱运动中国有安踏#</p> <p>阅读11.2亿 讨论170.9万 详情></p> <p>主持人: 安踏</p>	+	<p>#安踏科技助力中国奥运#</p> <p>阅读4.6亿 讨论22.1万 详情></p> <p>主持人: 安踏</p>	<p>#安踏科技助力中国奥运#</p> <p>阅读增量4.6亿</p> <p>讨论增量22万</p>
---	--	---	--	---

7大自然热搜话题

阅读增量 **12.2亿**

讨论增量 **22.6万**

品牌自有双话题

阅读增量 **15.8亿**

讨论增量 **193万**

赛事期-社交热点全周期覆盖，品牌声量热度持续走高

运动员+跨领域KOL加入安踏，全网矩阵传播，快速破圈引发关注

50+ 垂类大V/KOL为安踏发声

凤凰网 7月25日 21:32 来自 微博 weibo.com
东京奥运会首日，侯志慧创纪录摘下中国历史首次突破的狂喜、瓶颈期的沮丧，才能技同样历经多年的科研攻坚，期待硬实力加持模式！ #安踏 科技助力中国奥运# #奥运

杨大姐YYY 8月8日 17:55 来自 iPhone 11
第一次参加奥运收获满满，不知不觉奥运就要结束了，舍不得-最后一天，我得把安踏的领奖服翻出来穿上看闭幕式，就当自己在现场了，哈哈哈哈哈
#爱运动中国有安踏#

Phoebe子子 7月29日 11:35 来自 weibo.com
东奥会，中国军团不断创今天我也穿上了王一博同款胸前的国旗标志真是令人
安踏作为中国第一运动品牌为28支中国国家队打造奥运让我们一起携手，

圈内一把手 8月5日 22:11 来自 iPhone 12 已编辑
#朱雪莹穿安踏领奖服上热搜#安踏在中国体坛比赛中使用了大量的磁流体黑科技，衬得衣服上的凤凰图案栩栩如生，为了不让她们在比赛中轻易掉漆，还走心地使用了手工缝制，仅贴一件就需要2小时，今年领奖服的惊艳绝美！ #安踏 科技助力中国奥运#

圈内毒舌 7月30日 16:00 来自 微博 weibo.com
#中国女子跳水队夺冠太美了#在2019年的福冈世锦赛，刘灵玲出现失误后受伤，在经历了积极的恢复训练后，跳水女神满血归来！今天的刘灵玲，这身凤凰九天旗袍不仅是国风的象征，更是重要场合的指定服饰。在日本赛场上我们看到刘灵玲展现出中国女性的巾帼英雄之美- #爱运动中国有安踏#加油，你是骄傲！

邓程帆Jason 7月29日 11:55 来自 微博 weibo.com
今日LOOK助威中国队 #爱运动中国有安踏#
我最近才知道，#安踏 科技助力中国奥运# 安踏为28支中国国家队打造奥运装备，安踏国旗系列产品，采用的是国家队比赛服、训练服的同款面料，是国家队队的品牌。夏天衣服的首选白T！无论是训练、或是日常逛街，质感气质绝不输！完全大赢！有尺码的， #展开全文#

中国青年报 8月5日 16:27 来自 微博 weibo.com
#谷红霞女子拳击重量级决赛# 谷红4:1大胜对手！追平中国女子最佳历史成绩，向奥运金牌发起冲击。每一次出击都是整个身体的精密配合，是身上装备的助力，让我们一起揭秘奥运装备。#安踏 科技助力中国奥运# (广告 视频和文字来源：安踏体育) □ 中国青年报的微博视频

时酷COSMO 7月23日 14:32 来自 微博 weibo.com
#COSMOHits七月刊# 东京奥运会今天开幕，一起为中国健儿们加油助威！
@COSMOHits 微博

科技头条 8月5日 18:40 来自 微博 weibo.com
#历届奥运中国领奖服盘点#专注于体现中国的特色，融入中国奥运会的服饰也很吸睛！领奖服“冠军龙服”中加入了小立领和一奖鞋则参考了汉代出土文物“五星出东方利中国”，并在鞋了织锦中云纹、瑞兽、日月图案，寓意奥运健儿们在奥运赛场上科技助力中国奥运#不愧是安踏品牌叶锦添先生

环球网 8月3日 23:23 来自 微博 weibo.com
中国摔跤男运动员时隔13年再登奥运领奖台，让我们期待接下来的比赛中摔跤队再创佳绩。科技也是运动员冲击成绩突破的重要因素，戳视频了解下摔跤队的超级装备！ #安踏 科技助力中国奥运# □ 科技周刊的微博视频

俞乃西Nice 7月24日 17:45 来自 微博 weibo.com
燃爆了！今年东京奥运会中国代表团的领奖服也太酷了吧，@安踏体育 联手设计绝对让人期待，圆立领的设计线条一路延伸至丹田，穿在身上中国健儿的精气神一下子就被托出来了，真是霸气十足！ #奥运装备 科技助力中国奥运# □ 俞乃西Nice的微博视频

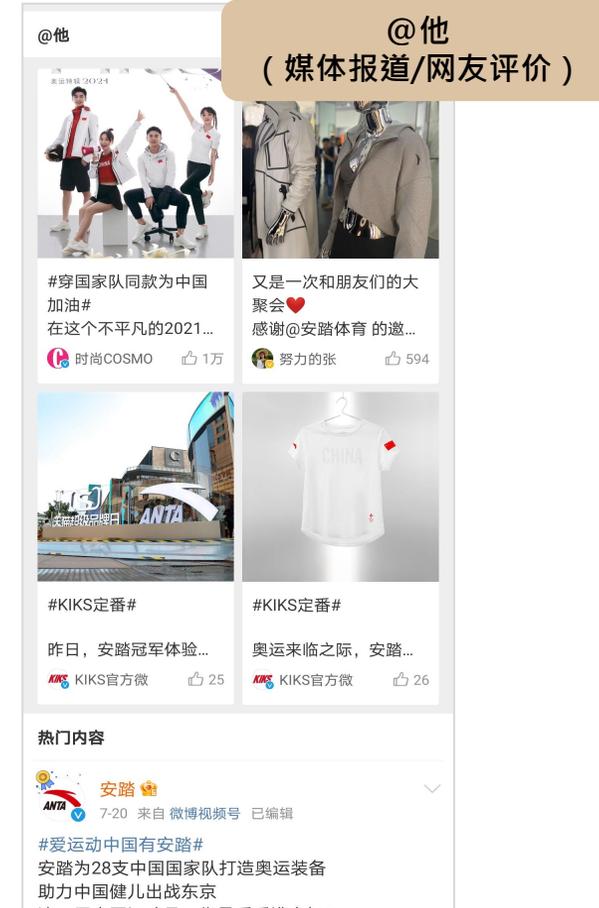
邱玉菲Sophia 7月24日 17:00 来自 微博 weibo.com
不知道大家有没有看东京奥运会开幕式-@安踏体育 邀请大神叶锦添，用了将近四年的时间，打造出这兼具功能性和艺术感兼具的领奖服。服装圆立领设计，版型设计强调胸部和脖子的轮廓，使得衣服整体更具美感；红白配色，极具东方意象。更有奥运装备专用鞋，转发此微博并关注@安踏体育 抽取一位幸运儿，将在8月2日12:00开奖。@微博抽奖平台 让我们期待一下它惊艳国际舞台吧！ #爱运动中国有安踏# #安踏 科技助力中国奥运#

FFF团微博支那 7月30日 16:05 来自 微博 weibo.com
#中国女子跳水队夺冠太美了#真的太太太惊艳，跳水女神的比赛让我那不开眼！夺得多个冠军的女神在赛后卷土重来，女神今天的跳水表现真的太美了，犹如天外凤凰来！ #安踏 科技助力中国奥运#

赛事期-品牌号构建助力社交资产沉淀

品牌号升级合作，安踏传播阵地更聚力，立体化动态展现品牌奥运故事

安踏在奥运开赛即升级品牌号，伴随奥运赛事周期的推进，不断丰富品牌内容，多角度展现品牌和产品实力



赛事期-品牌号构建助力社交资产沉淀

品牌号升级合作，68位品牌挚友发声+品牌时刻定制互动，助推安踏品牌号热度

7.24开赛 7.29 8.2 8.8闭幕

搜索品牌专区 (长期)

品牌挚友-KOL

博文正文页加关注
feeds流正反饋

品牌挚友-KOL

品牌时刻 (互动) (7.29-8.2)

互动形式：关注、点赞、分享、助力贡献心动值

全程心动值累积 **超1亿**

安踏品牌号主页 日均PV增长 **22倍**

品牌冠军挚友-杨倩

流量导入



68位品牌挚友发博，总阅读量**1.43亿**，互动量**109万**

赛事期-全平台曝光资源，聚焦全网关注

全域最优资源组合，节点大曝光打透+赛事周期粉丝通投放，斩获最大化曝光

打开微博



开机报头

进入微博首页



下拉悬停

进入发现页



发现页浮层

进入发现页



发现页大视窗

进入发现页



热搜3套装

(7.24-8.8) 硬广总曝光量 **8.4亿+**

安踏奥运全周期社交声量：发布会&赛事期两大波峰，中间阶段声量较低

安踏625发布会形成第一个波峰，奥运赛事期间持续走高。但在发布会后到开赛前，安踏声量出现较长的波谷期

安踏微博社交声量趋势
(6.22-8.8)

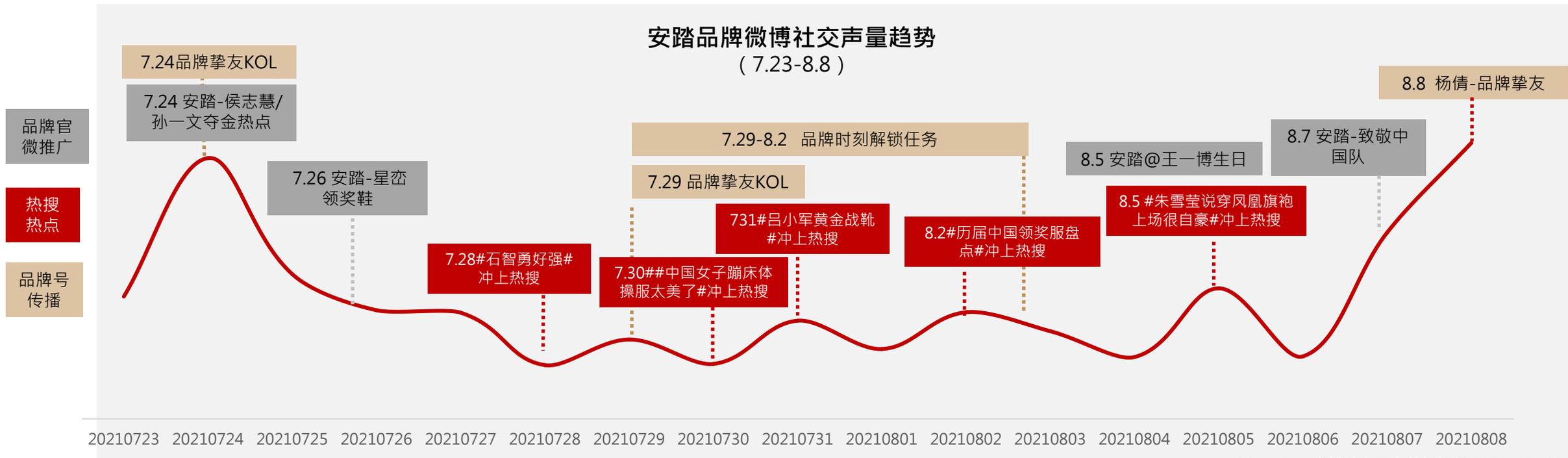


安踏奥运赛事周期声量：整体声量远超竞品；全程多点铺排，形成连续性波峰

	安踏	李宁	阿迪	耐克
品牌声量比	1	0.72	0.12	0.4
品牌奥运相关声量比	1	0.39	0.13	0.22

* 品牌奥运相关声量定义：品牌+奥运相关声量，同时排除郑州捐款事件

竞品声量洞察：除了郑州捐款事件外，李宁声量主要来自肖战和体操运动员李宁；阿迪达斯来自消防被罚负面和女排公益；耐克与杨倩穿耐克被狙负面相关



安踏热词数据- 与奥运逐步建立强关联，提升安踏“科技”“专业”的用户热议

安踏借势奥运，成功强化品牌的体育IP认知度，形成奥运IP为主，明星次之的双维社交热议圈层

安踏-625发布会后
(6.25-7.22)



600%

“科技” “专业”
热词占比



安踏-奥运赛事周期
(7.23-8.8)



科技热议细分类别排行

科技类

科技、黑科技、科技感

专业类

专业、创新、研发

功能类

防滑、耐磨、舒适度

40%

王一博相关

明星话题、街舞、代言等

22%

奥运相关

品牌话题、奥运、领奖服、科技等

49%

奥运相关

品牌话题、奥运、加油、装备等

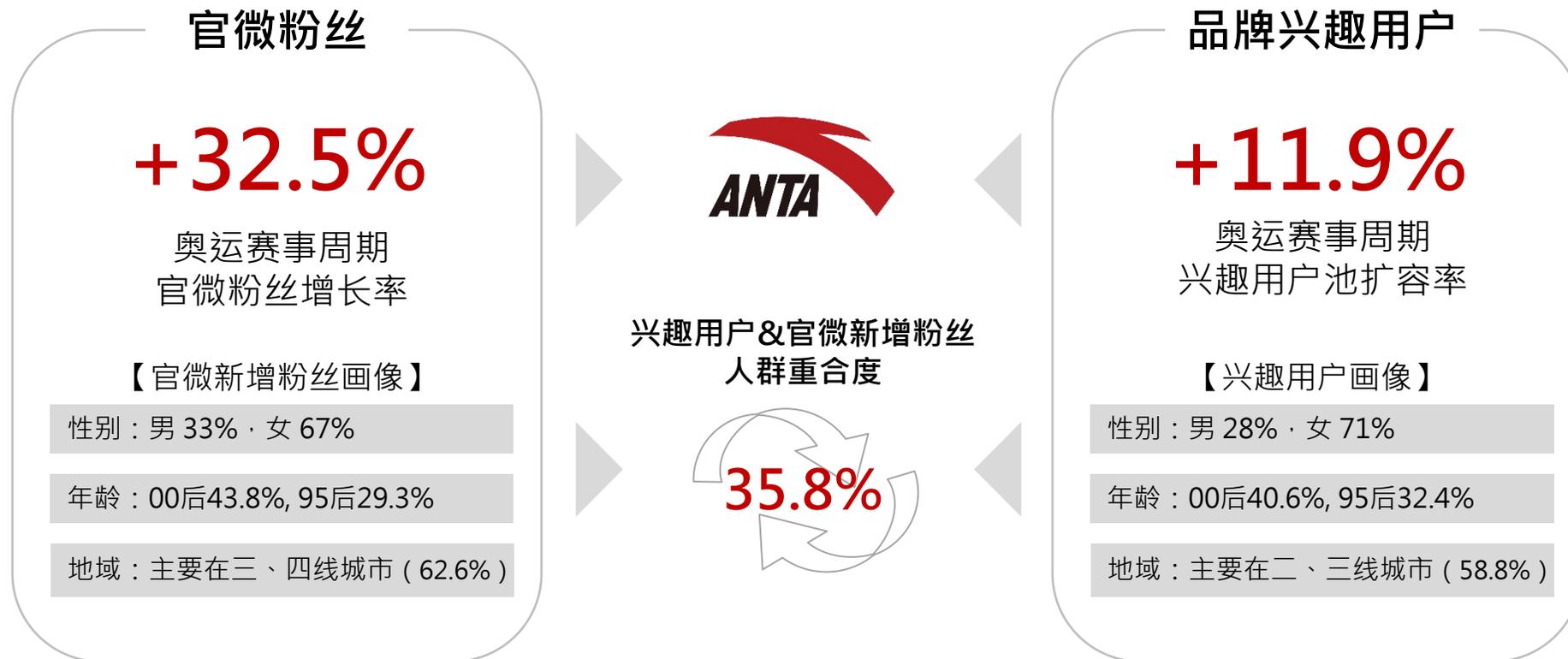
20%

王一博相关

明星话题、滑板、代言等

安踏人群数据-奥运赛事周期官微粉丝量&兴趣人群快速增长，吸引大量年轻用户

安踏官微粉丝、兴趣用户资产新增大量95/00后用户，主要居住在二到四线城市



发现关键传播者——冠军挚友，高效助力安踏品牌社交声量提升



- 找对的人

- 前期 通过大数据监测，找到适合的头部人气运动员-杨倩

运动员热搜+微指数

- 做对的事

- 匹配赛事周期预估热点-闭幕式，营造适合的领奖服场景，为品牌和产品发声

#杨倩穿领奖服看闭幕式#

- 效果

8.8日，杨倩博文，为安踏当日品牌声量贡献度**44.5%**

安踏社交热点打造：赛事热点伴随+热点共创，多角度挖掘品牌+奥运热点

运营逻辑

赛事期间，成功运营7个自然热搜

热点挖掘

内容设计

链路设计

赛事
热点
伴随

- 挖掘往届同类赛事的热搜词条，提前铺排热点节奏(重要节点/运动员/运动队/花絮/态度等)

- 结合安踏权益(赞助队/运动员/产品等)和热搜词条类型进行组合匹配，设计话题词：如举重决赛赛点的#石智勇好强#

- 体育运营建话题词冲榜；
- 根据客户需求圈定垂类KOL，同步发博冲榜；
- 话题词上榜后，在话题页置顶含品牌内容的KOL博文，建立热点与安踏的关联性。

热点
共创

赛事中每天挖掘热议词条

- 发现运动员相关热点构成趋势(运动员+赛后访谈/金句/明星互动/生活向)
- 通过产品词云，挖掘安踏产品相关热点(体操服被网友起名凤凰旗袍)
- 整理热门人气运动员名单

预埋脚本/话题词，邀请运动员配合产出热点内容

- 如预设“朱雪莹/刘灵玲+凤凰旗袍”的热点方向
- 邀请朱雪莹参加连麦节目，设计脚本话术引导，打造话题#朱雪莹说穿凤凰旗袍上场很自豪#
- 邀请刘灵玲拍vlog，打造话题#刘灵玲穿凤凰旗袍发美妆vlog#