



Chinese Olympic Committee Official Partner
中国奥委会合作伙伴

24Q3【中国甲】营销结案



CONTENT

01 项目回顾+数据总览

02 项目亮点分析

03 推广路径复盘

04 推广内容拆解

CONTENT

01 项目回顾+数据总览

02 项目亮点分析

03 推广路径复盘

04 推广内容拆解

强锤「安踏中国甲」认知 持续引爆「奥运精神」情绪共振

制造热点
撬动关注

围绕热点爆梗造话题
炒热现象级活动

强势联动
矩阵发声

国家地理/安踏官方
矩阵联动发声

头部KOL
跟踪互动

KOL带头探寻
丝路去巴黎活动

氛围投放
锁定TA

多平台精准投放
锁定目标TA

媒介执行策略

2句核心主题

#中国国家队同款冲锋衣#

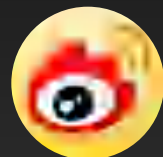
#穿中国甲为中国加油#

其他话题

#中国甲#

#沿着丝路到巴黎#

两大传播主阵地

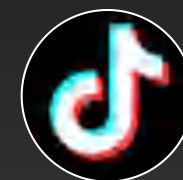


**事件重点扩散+热搜
持续曝光强互动**



**优质内容二创
高举高打强锤用户心智**

双平台强势种草



多维度强化产品认知

执行规划

7月24日-8月8日

7月26日-8月11日

8月12日-8月15日

传播阶段	上市爆发期	奥运借势期	爆品打造期
重点事件	【沿着丝路到巴黎】纪录片发布、二创造话题	奥运热点借势	产品种草推广
传播平台及内容	 纪录片安踏剪辑版、每站路透海报发布 女祭司视频发布 微博热搜话题造势	 结合赛时热点 宣发国家队拍摄物料  结合赛时热点 宣发国家队同款种草  结合赛时热点 营销号二创运动员同款	 体育、生活圈层 种草#中国国家队同款冲锋衣

项目整体传播数据情况

全平台总曝光 **1.05亿+**

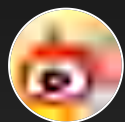
总互动 **75万+**

全平台视频播放量 **347.7万+**

*包含5条纪录片视频+1条女祭司视频（2条达人视频已提交未发布）



各平台数据情况



双话题总声量 **8163.2万+**

双话题总互动 **28.5万+**

热搜话题总曝光 **935.7万+**

总互动 **1.2万+**

*共发布14位营销号、定制1次热搜冲榜



共发布37位

整体曝光量 **148.6万+**

总互动量 **1.7万+**

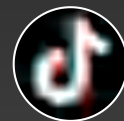
爆款率 **60%+**



共发布29位

视频总播放量 **860.7万+**

总互动量 **7.5万+**



共发布11位

整体播放量 **369.4万+**

总互动量 **36.1w+**

CONTENT

01 项目回顾+数据总览

02 项目亮点分析

03 推广路径复盘

04 推广内容拆解

亮点总结

一次从运动员，到品牌粉丝，到路人，都全面覆盖的 **#穿中国甲为中国加油#** 热潮

从品牌力到营销力 都深入人心的 安踏**#中国国家队同款冲锋衣#**

用流量分贝撬动品牌影响力

微博热搜上榜

霸榜总榜+文娱热点榜单

实力霸榜

抢占社交平台高热浏览路径

总曝光超 **1亿**
总互动超 **75万**

破圈制爆

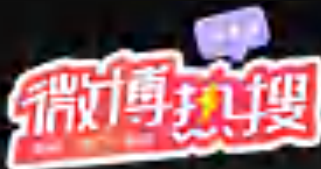
借势热点，快速反应

热点跟踪即时输出品牌
相关内容
路人好感收割

热点追踪

亮点01

N个话题组合策划冲榜 在海量信息席卷的奥运期间 杀出安踏中国甲的热度空间



重点冲榜话题

#奥运会女祭司的第一套中国风#

登上当日微博热搜总榜

TOP 48

热搜期间
女祭司×安踏中国甲强强绑定
为品牌争取到最大化曝光



话题舆情反馈截图

品牌内容话题置顶

辅助冲榜话题

多维度实时热点，打开品牌热议窗口



热搜当日助力中国甲主话题强曝光

当日总阅读量增长达**2171.6万+**
当日品牌相关话题阅读量总增长超**4695.3万+**



亮点02

品牌话题阅读量强劲增长
多倍超额完成整体互动量KPI

双品牌话题共增长 **8129.6万+** 互动量增长 **13.4万+**

#穿中国甲为中国加油#

阅读量增长 4193.6万+

讨论量增长 6.7万+

互动量增长 14.4万+

7.24起始数据

8.20截止数据

#中国国家队同款冲锋衣#

阅读量增长 3936万+

讨论量增长 6.7万+

互动量增长 14万+

7.24起始数据

8.20截止数据

亮点03

合作主题搜索安踏相关信息占据前列
各平台产品关键词搜索均有优质内容沉淀



视频号搜索#沿着丝路到巴黎#
前十条视频中，安踏内容有8条
且有4条与中国甲强关联



微博#沿着丝路到巴黎#话题页中
首条热门资讯为安踏官方内容



传播期间中国甲
8.07-8.09连续3天霸榜冲锋衣新品榜
第一名
截止至8.22 连续2周霸榜前三名



传播期间抖音“安踏”相关搜索词
TOP4中有“安踏冲锋衣”“国家队”
其中曝光高峰期（8.02-8.10）均与
安踏中国甲强关联



已形成三大品牌话题页，均
为中国甲相关内容
其中#穿中国甲#话题浏览量
已超802.8万



亮点04

赛事热点及时跟踪传播 联合冠军热点将观众视线聚焦到中国甲上

DATE 0730

孙颖莎混双大战朝鲜神秘之师

输出“想要孙颖莎同款”

“孙颖莎穿的是什么”方向话题

短平快营销化视频

DATE 0802

樊振东大战张本智和及当晚总决赛热点

输出“小胖同款”

“小胖×安踏”方向话题

短平快营销化视频

掀起多平台“孙颖莎同款冲锋衣”
“樊振东同款冲锋衣”热潮

总播放量
53.1w+
总互动量
5k+

总播放量
37.2w+
总互动量
3k+

亮点05

路人自来水种草安踏中国甲
真实口碑拉升更多关注与转化

小红书出现众多自来水种草帖

内容方向包括

- 孙颖莎樊振东同款
- 帮我选选怎么搭配
- 安踏店试穿极限五选一
- 中国甲哪里买
- 中国甲好穿吗

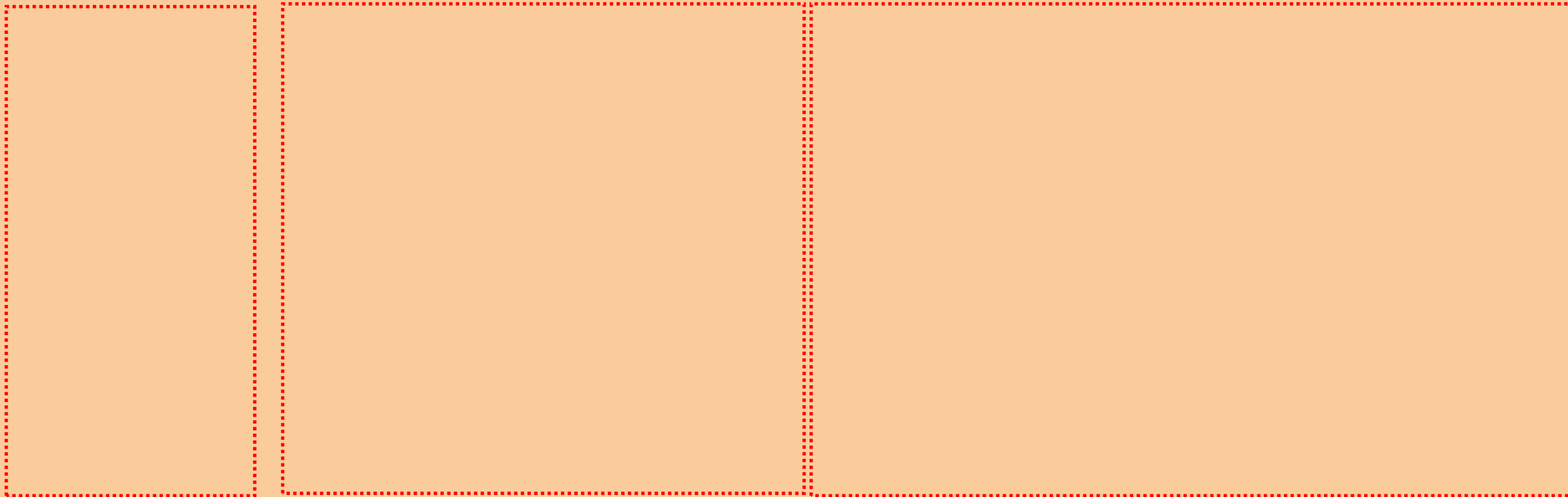
.....

围绕产品的正向了解和购买咨询内容

亮点06

《沿着丝路到巴黎 与奥运同行》线下影展 沉浸式体验 营销势能进一步扩大

安踏×中国国家地理



KOL多平台分发

共计 **9** 频次，曝光量共计 **279.2万+**，总互动量 **3117+**
覆盖抖音、小红书等多平台内容分发

CONTENT

- 01 项目回顾+数据总览
- 02 项目亮点分析
- 03 推广路径复盘
- 04 推广内容拆解

执行规划

7月24日-8月8日

7月26日-8月11日

8月12日-8月15日

传播阶段	上市爆发期	奥运借势期	爆品打造期
重点事件	【沿着丝路到巴黎】纪录片发布、二创造话题	奥运热点借势	产品种草推广
传播平台及内容	 纪录片安踏剪辑版、每站路透海报发布 女祭司视频发布 微博热搜话题造势	 结合赛时热点 宣发国家队拍摄物料  结合赛时热点 宣发国家队同款种草  结合赛时热点 营销号二创运动员同款	 体育、生活圈层 种草#中国国家队同款冲锋衣

Part 01

纪录片播执行情况

- 官方纪录片发布
- 视频号二创+微博营销号扩散+微博冲搜

0724第一站传播内容及数据

剪辑版视频×1 定制发布文案×3 视频号原创×3 微博营销号×3 朋友圈广告投放×1



定制文案+精彩剪辑+精选美图官方矩阵发布

微博视频 转210 评338 赞487 视频号 赞1263 总互动3334
微博图文 转107 评122 赞157



视频号二创传播

营销号话题扩散



总播放量 128.6万+
总互动量 1万+

总曝光量 466万+
总互动量 0.5万+



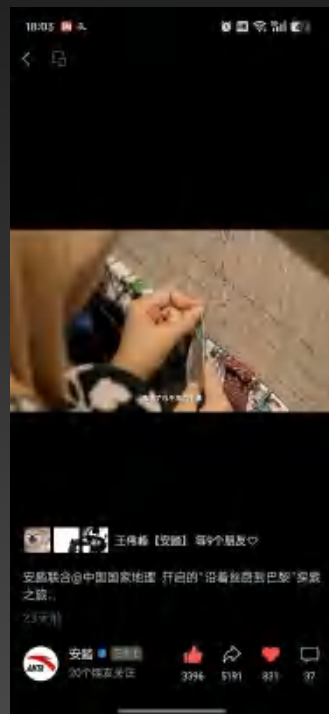
0730第二站传播内容及数据

剪辑版视频×1 定制发布文案×3 视频号原创×4 微博营销号×3



定制文案+精彩剪辑+精选美图官方矩阵发布

微博视频 转238 评248 赞340 视频号 赞3395 总互动6059
微博图文 转106 评122 赞249
播放量 53.2万+



视频号二创传播

营销号话题扩散



←
总播放量
125.7万+
总互动量
1.6万+

总播放量
455万+
总互动量
0.9万+
↓

0803第三站传播内容及数据

剪辑版视频×1 定制发布文案×3 视频号原创×3 微博营销号×3



定制文案+精彩剪辑+精选美图官方矩阵发布

微博视频 转179 评460 赞692 视频号 赞3120 总互动4941
微博图文 转105 评157 赞141
播放量 54.4万+



视频号二创传播

营销号话题扩散



←
总播放量 68.9万+
总互动量 0.8万+

↓
总播放量 400万+
总互动量 0.4万+

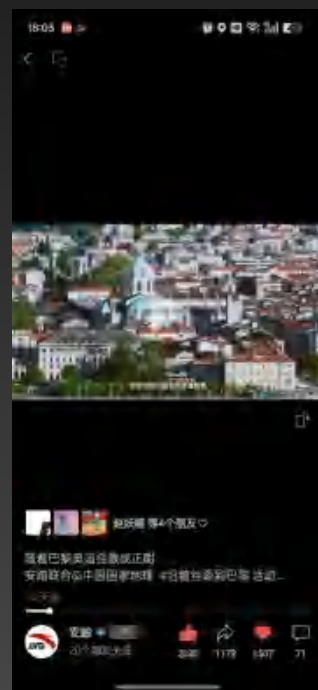
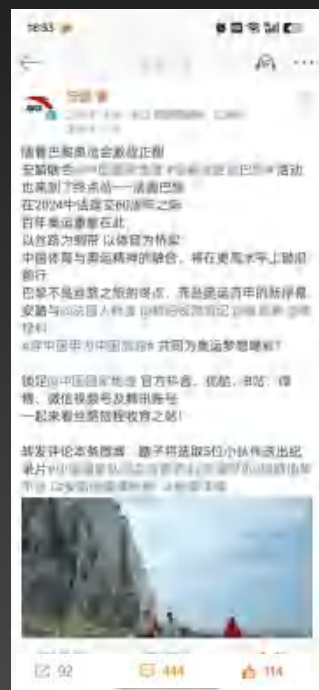
0808第四站传播内容及数据

剪辑版视频×1 定制发布文案×3 视频号原创×3 微博营销号×3



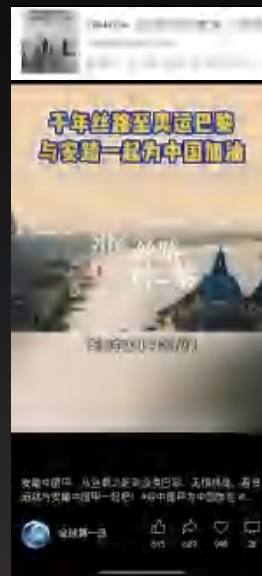
定制文案+精彩剪辑+精选美图官方矩阵发布

微博视频 转92 评444 赞112 视频号 赞2030 总互动2527
播放量 98.6万+



视频号二创传播

营销号话题扩散



←
总播放量 106.1万+
总互动量 0.8万+

↓
总播放量 547万+
总互动量 0.6万+

0814四站混剪传播内容及数据

剪辑版视频×1 定制发布文案×3 视频号原创×3



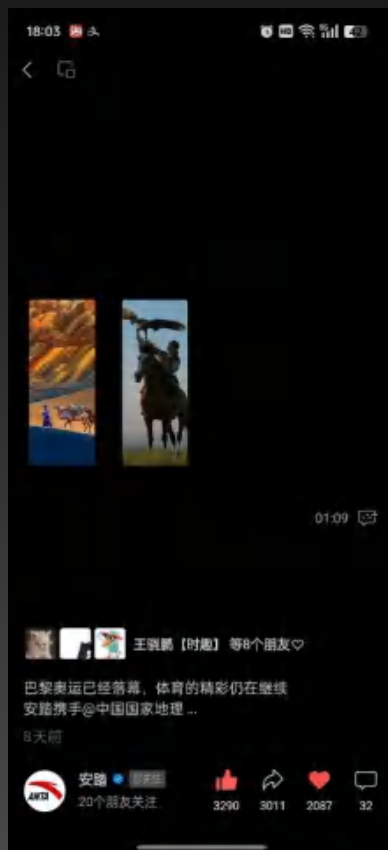
定制文案+精彩剪辑

微博视频 转315 评580 赞293
播放量 12.5万+
视频号 赞3290 总互动5130



视频号二创传播 总播放量 **65.7万+** 总互动量 **0.9万+**

内容方向：纪录片集锦+奥运会热点+产品性能展示



0729女祭司传播内容及数据

剪辑版视频×1 定制发布文案×3 视频号原创×3 微博营销号×2



微博视频 转105 评159 赞184
播放量 74.5万+
视频号 赞135 总互动389

定制文案+精彩剪辑+精选美图官方矩阵发布



视频号二创传播

营销号话题扩散



←
总播放量 126.1万+
总互动量 1.1万+

总播放量 281万+
总互动量 1万+
↓

其他配合传播部分

0807 视频号×2
配合杜波街头访谈视频发布
二创相关内容深度扩散



总播放量 **56.7万+**
总互动量 **0.6万+**

0813 视频号×3
配合barratt视频发布
二创相关内容深度扩散



总播放量 **89.1万+**
总互动量 **1.3万+**

Part 02

国家队营销情况

- 中国甲×国家队合作海报
- 视频号国家队同款热点营销

国家队海报拍摄全程总结

- 前期：**为每支队伍设置代表性的拍摄背景，为每位运动员设计独有的拍摄动作
- 中期：**在有限拍摄时间内，紧密快速地执行拍摄，现场执行迅速无误
- 后期：**配合传播需要挑选图片，精修人像，并设计个人海报及集体海报，同时配合赛事进行及最终成绩出炉发布相关海报，助力中国甲强势出圈，让#穿中国甲为中国加油#更有体感

*共选图修图31张，最终确认发布海报16张



游泳队×6



举重队×4



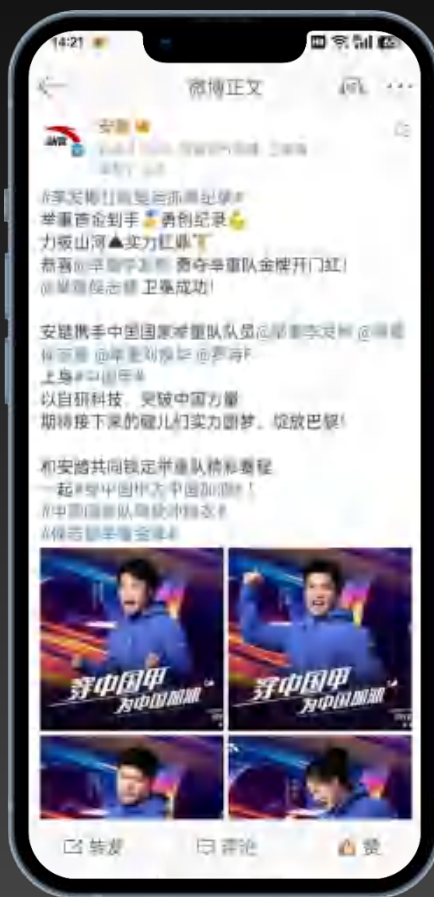
艺术体操队×6

国家队海报官方发布传播总结

微博+朋友圈为主要发布阵地



转116 评139 赞234



转106 评122 赞168



转107 评134 赞169

在每条官宣博文下
都收获了满满的来自粉丝、路人的正向
认可与祝福
安踏中国甲×国家队×自研科技实力的绑定深入用户心智



Part 03

小红书/抖音种草发布情况

- 小红书产品种草
- 抖音达人探店+种草

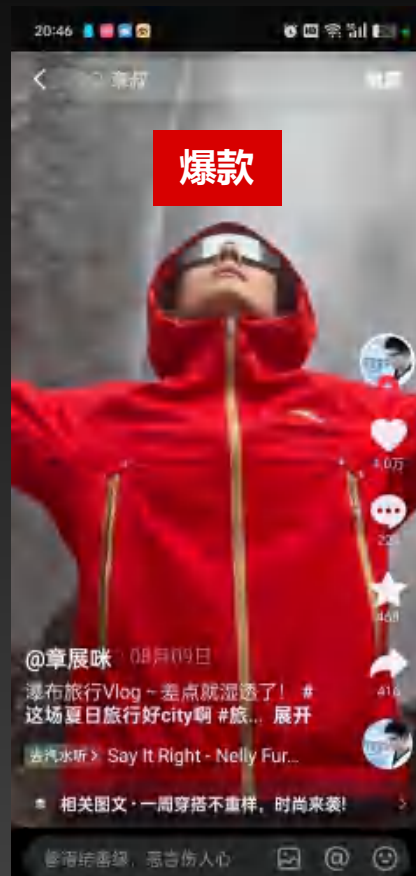
抖音种草-共8位达人+3位赠送

整体播放量**369.4万+** 总互动量**36.1w+**



发布时间: 8.01
发布方向: 观赛现场
播放量: 56.9w+
赞10.9w 评520+

<https://v.douyin.com/iMnWHqBH/>



发布时间: 8.09
发布方向: 户外vlog
播放量30.8w
赞4w 评219

<https://v.douyin.com/ir2275na/>



发布时间: 8.10
发布方向: 出行旅程
播放量99.2w
赞5.7w 评820+

<https://v.douyin.com/irBFN5wf/>



(赠送)
发布时间: 8.04
发布方向: 户外爬山

<https://v.douyin.com/ir7hWngW/>



发布时间: 8.11
发布方向: 户外爬山
播放量11.5w
赞4640 评64

<https://v.douyin.com/irk23PmC/>



发布时间: 8.13
发布方向: 户外骑行
播放量20w
赞4.9w 评211

<https://v.douyin.com/ir7hvU31>

抖音种草-共8位达人+3位赠送

整体播放量**369.4万+** 总互动量**36.1w+**



(无星图)
发布时间: 7.31
发布方向: 线下探店vlog

<https://v.douyin.com/iMtQLcCN/>



发布时间: 8.08
发布方向: 搞笑户外
播放量3.5w
赞2000+ 评19

<https://v.douyin.com/irNjT16/>



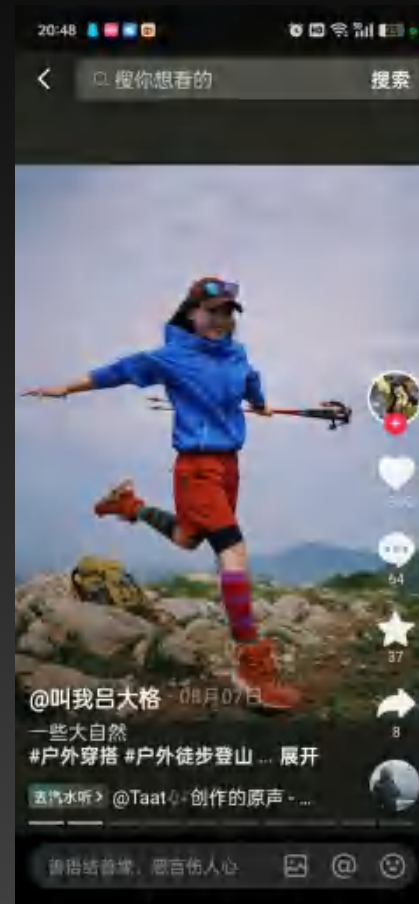
(无星图)
发布时间: 8.12
发布方向: 户外体验

<https://v.douyin.com/irBxa3QX>



(赠送)
发布时间: 8.12
发布方向: 户外体验

<https://v.douyin.com/irARGH5K/>



(赠送)
发布时间: 8.07
发布方向: 户外体验

<https://v.douyin.com/irRtxwRM>



小红书种草-共发布25位KOL+10位素人+2位赠送

整体曝光量 **148.6万+** 总互动量 **1.7万+** 爆款率 **60%+**

爆款



不用到巴黎也能切身感受奥运氛围
不用到巴黎，我在沈阳——全球首家安踏
ARENA竞技场店切身感受了一下奥运氛围！
安踏联合中国国家地理发起《沿鲁丝路到巴

<http://xhslink.com/QFv6fR>

发布时间：7.29
发布方向：探店

曝光量：1.9w+
互动量：219

爆款



谁能拒绝雨天徒步呢
雨天徒步看瀑布
山林都是清新的味道
在大自然里自由呼吸

<http://xhslink.com/LoH9WR>

发布时间：8.04
发布方向：户外徒步

曝光量：7.7w+
互动量：1022

爆款



穿上中国甲漫步奥运版法国巴黎街头
淋着雨看完浪漫的巴黎奥运开幕式第二天
终于迎来了天晴
阳光照在身上闪闪发光

<http://xhslink.com/9EYz6R>

发布时间：8.05
发布方向：奥运观赛

曝光量：12.7w+
互动量：1104

爆款



中国红就是帅
这几天看巴黎奥运会，郑钦文创造历史，
潘展乐的惊天逆转，樊振东的超级大满
满——

<http://xhslink.com/AFrD6R>

发布时间：8.05
发布方向：户外骑行

曝光量：12.3w+
互动量：1116

爆款



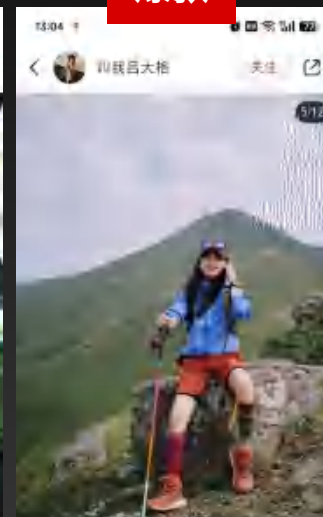
这个夏天不玩水玩什么？
今天天气超好
那就走进大自然的怀抱
开启一场酣畅淋漓的玩水登山吧！

<http://xhslink.com/w9gpdS>

发布时间：8.06
发布方向：户外轻运
动

曝光量：22.6w+
互动量：1549

爆款

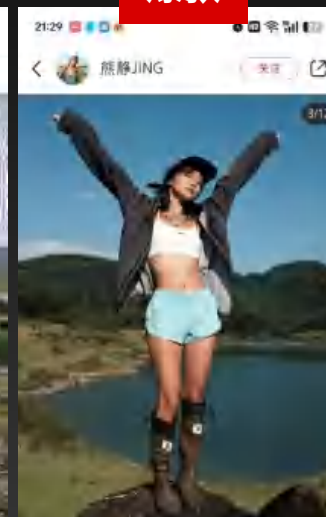


因为孙颖莎，种草了同款冲锋衣！
在店里试完版型超正
在红色和蓝色之间终极抉择选择了蓝色！

<http://xhslink.com/z9ALeS>

发布时间：8.06
发布方向：户外徒步

曝光量：17w+
互动量：1334



做个野丫头 | 永远不要失去发芽的心情
有趣的人生在于对这个世界保持好奇心
敢于探索和创造千万个不同的“我”
这样的我鲜活！漂亮！

<http://xhslink.com/hJdHnS>

发布时间：8.07
发布方向：户外徒步

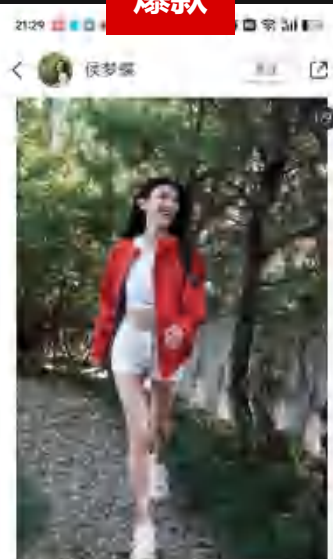
曝光量：5.7w+
互动量：1107



小红书种草-共发布25位KOL+10位素人+2位赠送

整体曝光量 **148.6万+** 总互动量 **1.7万+** 爆款率 **60%+**

爆款



在上班和上进中，我选择了上山
在山野间汲取快乐能量 自在呼吸
生活和情绪的出口就藏在大自然的入口
美远的雨淋湿了巴黎，淋不湿为爱冲锋的

<http://xhslink.com/lrNPnS>

发布时间：8.07

发布方向：户外徒步

曝光量：3.1w+
互动量：1001

爆款



人在杭州 心在巴黎
又到了每年骑行上头期 但杭州天气不是很好
决定买一件防水又透气的冲锋衣 雨天也可

<http://xhslink.com/wOl1wS>

发布时间：8.08

发布方向：户外骑行

曝光量：9.4w+
互动量：1117

爆款



好喜欢户外 感受一些光合作用
没想到在西湖边还有这样一座博物馆！
被绿意满满的天然氧吧
我可以呆一整天

<http://xhslink.com/TQtFzS>

发布时间：8.08

发布方向：户外出行

曝光量：6.6w+
互动量：1047

爆款



灵魂和肉体都在路上
不止奥运，女性要永远留在场上
不止奥运，女性要永远留在场上！这是最

<http://xhslink.com/X5W0wS>

发布时间：8.08

发布方向：户外骑行

曝光量：4.4w+
互动量：1008



户外 海边 骑行
休息日来一场cityride
做个追风少女
赴一场夏日海边骑行的邂逅

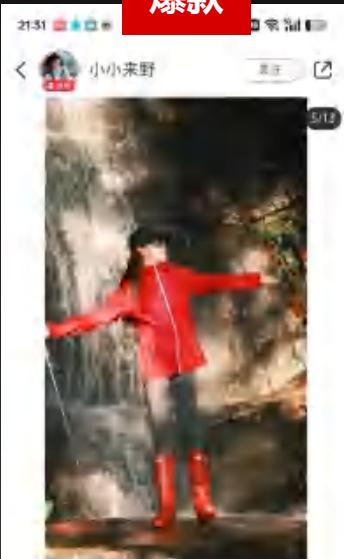
<http://xhslink.com/SJMEFS>

发布时间：8.09

发布方向：户外骑行

曝光量：2.5w+
互动量：404

爆款



一生无所求 只要热爱与自由
自从接触户外后，身上多了一点以前没有
的东西
我把它称为“疯”感！

<http://xhslink.com/WFmBAS>

发布时间：8.09

发布方向：户外体验

曝光量：6.9w+
互动量：1027

爆款



灵魂和肉体都在路上
露营变溯溪？炎炎夏日就是要快乐玩水
呀！

<http://xhslink.com/1SbhIS>

发布时间：8.09

发布方向：户外体验

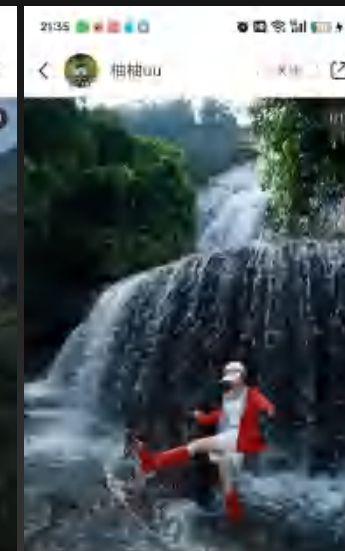
曝光量：3.5w+
互动量：1011



小红书种草-共发布25位KOL+10位素人+2位赠送

整体曝光量 **148.6万+** 总互动量 **1.7万+** 爆款率 **60%+**

爆款

 人生重要的不是凯旋，而是战斗！ 巴黎奥运会结束了 但是心里的热情还在燃烧 http://xhslink.com/zqkr1S 发布时间：8.12 发布方向：户外骑行	 人生的意义在于体验 七月一整个月，我基本都在工作 呆在家里的时间只有短短四天 八月好不容易迎来短暂的假期 http://xhslink.com/tmcF7S 发布时间：8.13 发布方向：户外徒步	 干货 关于冲锋衣的科普！以及怎么选？ 这两年特别火的冲锋衣，到底有哪些黑科技？该怎么保养！这期给大家总结总结。 http://xhslink.com/hX8P6S 发布时间：8.13 发布方向：冲锋衣测评	 “你应该是自己那座大山” 最近很喜欢《皮囊》里的一段话： “常常熬不住的时候也想找个靠山 可是你怎么找都会发现 http://xhslink.com/uPLP6S 发布时间：8.13 发布方向：户外出行	 安踏现在这么强了吗 都说什么克什么迪 不如安静带国旗 品牌方送我的中国甲真是给我惊艳到了 超轻的同时超级防水 甚至是透气的 http://xhslink.com/VOsLfT 发布时间：8.14 发布方向：出行	 对这片土地爱得深沉 徒步岁月 群山包裹着我 输送着坚韧又绵软的爱 触摸这里的风雨时 常觉感动 http://xhslink.com/xMqCfT 发布时间：8.14 发布方向：户外爬山	 试了！红色玩水巨出片！中国自研安踏膜get 这几天广东实在太热太热实在没勇气出门 http://xhslink.com/Lwy9IT 发布时间：8.15 发布方向：户外体验
---	--	---	---	---	--	--

曝光量：0.7w+
互动量：208

曝光量：1.5w+
互动量：287

曝光量：7.8w+
互动量：1016

曝光量：0.5w+
互动量：120

曝光量：0.2w+
互动量：27

曝光量：3.5w+
互动量：493

曝光量：0.5w+
互动量：102



小红书种草-共发布25位KOL+10位素人+2位赠送

整体曝光量 **148.6万+** 总互动量 **1.7万+** 爆款率 **60%+** (共15篇)

爆款

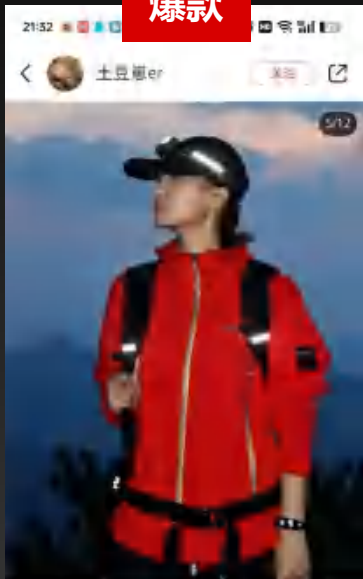


川西是我的快乐老家
来了十几二十次川西了
每个季节都有不同的美景
夏天的川西 漫山坡的绿草和小花

<http://xhslink.com/u8MIOS>
发布时间: 8.11
发布方向: 户外出行

曝光量: 10.2w+
互动量: 1207

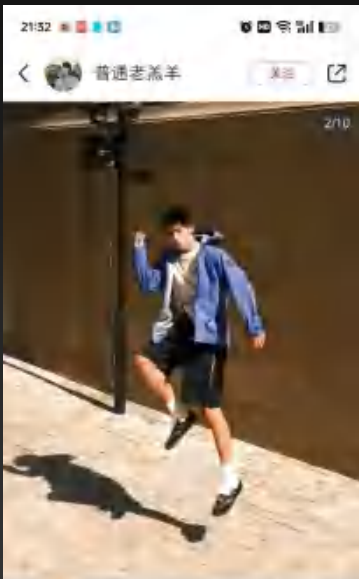
爆款



不屈 自信 勇敢 坚韧的书写自己的人生
巴黎奥运会虽然结束了
但运动员的精神依然深深打动着我
当我看到运动员在赛场上挥洒汗水, 奋力

<http://xhslink.com/6tmH1S>
发布时间: 8.12
发布方向: 户外徒步

曝光量: 5.6w+
互动量: 1002



暴汗的快乐 请懂一下
人在上海 心在巴黎
最近完全被奥运会得热血沸腾感染到
所以! 即使是四十度的高温

<http://xhslink.com/w5Q11S>
发布时间: 8.12
发布方向: 户外体验

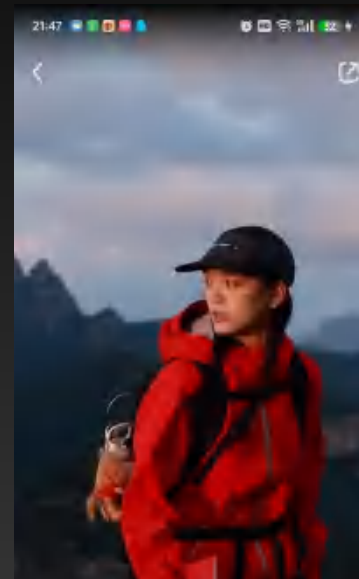
曝光量: 1.5w+
互动量: 283



阴天和冲锋衣最配了
克某国基冲锋衣真的很高级, 一穿一个不吱声, 百搭又显白
拍照的时候正好赶上下雨, 不愧是大品牌

<http://xhslink.com/C1pwnT>
发布时间: 8.15
发布方向: 户外体验

曝光量: 0.3w+
互动量: 28



徒步让我的生活变得格外清静 在没... 展开
合集·徒步 去看看

<http://xhslink.com/0KmsLT>
发布时间: 8.09
发布方向: 户外徒步

(赠送)
互动量: 826



热爱永不落幕 野心不惧失败 #穿中... 展开
重庆大学虎溪校区 去看看

<http://xhslink.com/fHbqLT>
发布时间: 8.12
发布方向: 出行vlog

(赠送)
互动量: 27

CONTENT

01 项目回顾+数据总览

02 项目亮点分析

03 推广路径复盘

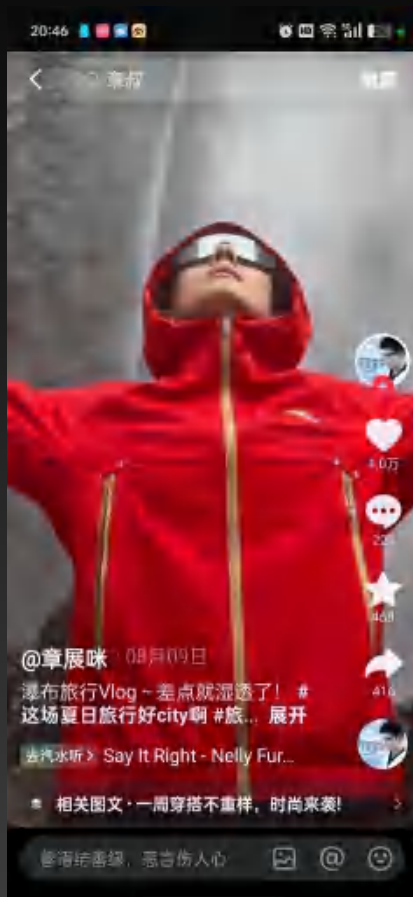
04 推广内容拆解

优质种草内容分析



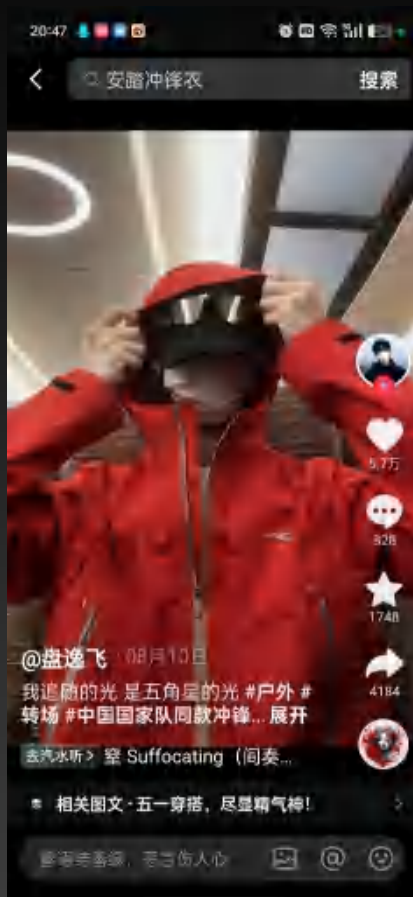
发布时间: 8.01
发布方向: 观赛现场
播放量: 56.9w+
赞10.9w 评520+

<https://v.douyin.com/iMnWHqbH/>



发布时间: 8.09
发布方向: 户外vlog
播放量30.8w
赞4w 评219

<https://v.douyin.com/ir2275na/>



发布时间: 8.10
发布方向: 出行旅程
播放量99.2w
赞5.7w 评820+

<https://v.douyin.com/irBFN5wf/>

有吸引力的场景，且与中国甲完美融合

1. 奥运观赛现场，自带大流量，热血情绪感染
2. 瀑布大场景呈现，震撼出行
3. 精彩转场，覆盖出行场景，更有真实感

产品真实上身穿脱镜头，弱化植入感

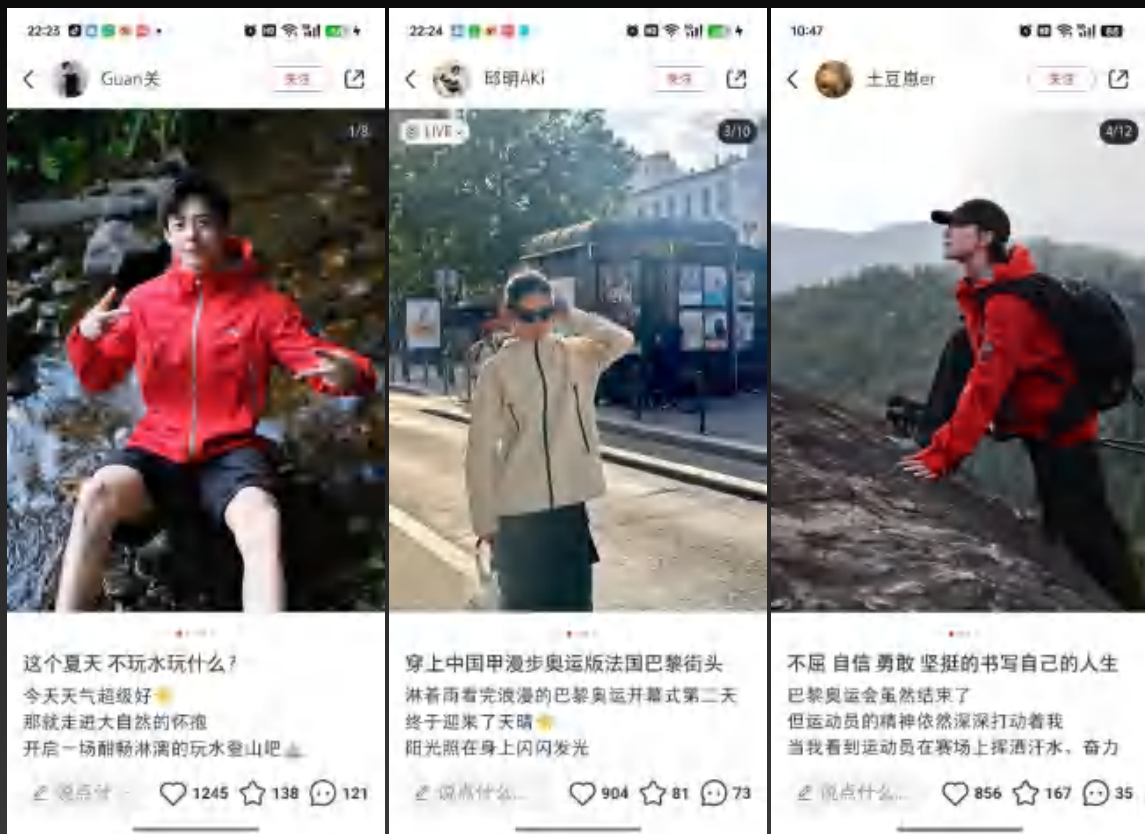
1. 真正的“穿中国甲为中国加油”完美融入现场
2. 防水透汽出行效果呈现，出行上身
3. 户外出行上身，配上国旗紧扣产品概念

延续达人自有属性及风格，呈现产品特点

1. 生活日常自然呈现产品
2. 户外体验vlog记录轻巧植入
3. 炫酷转场变装

紧凑有效的时长控制、吸睛精彩的3s开头.....

优质种草内容分析——优质场景+颜值搭配



优质场景

三位达人分别在溯溪、巴黎街头、爬山三大户外场景进行服装展示, 且通过自身个性或可爱、或酷拽、或野性的视觉呈现, 将中国甲很好的融入场景中



颜值搭配

三位达人分别将中国甲三种颜色进行非常规穿搭的展示, 通过与短裤、长筒靴、撞色配饰的搭配, 集合户外场景, 很好地体现了中国甲的户外穿搭属性与高颜值特性



走心
共鸣

达人在文案中呈现了女性在运动场、生活中，勇敢追求自我的概念，融合了本届巴黎奥运女性主义的概念，并在文中提到“郑钦文”等女性运动员，同时配合有女性生命力的户外骑行图片，很好地传达了中国甲冲锋衣特有的加油劲头



硬核
干货

达人针对选购冲锋衣的不同角度进行拆解与建议，给到用户真实干货，并在图片中真实体验呈现中国甲的亮点科技，从硬实力层面良好展示了中国甲的整体性能

THANKS