

# 2024欧洲杯! 把生活的皮球踢给美团外卖

- **品牌名称:** 美团
- **所属行业:** 食品/饮料类
- **执行时间:** 2024.06-07
- **参选类别:** 话题营销类

# 2024欧洲杯案例 | 把生活的皮球踢给美团外卖

## 整体效果

感谢甲方美团外卖，本次项目搭载《无差别看球指南》节目和欧洲杯赛事关注度，从创意植入出发，铺设以品牌为焦点的social话题内容。达成了“把生活的皮球踢给美团外卖”的关键心智信息透传，为品牌带来高性价比的有效曝光

## 核心亮点

### 造反差 不破不立

结合代言人范志毅的暴躁气/足球人设，抓住【反差感】为核心创意逻辑，并以此对整体传播定调，节目植入预埋梗点并在传播中尽可能放大关键词，最终达成话题热搜登榜既品牌心智传递

### 造梗图 以点画圆

以艺人为圆心，在核心物料以外，延展创作更多可用素材，玩梗造图，借用艺人在影视剧综中的爆梗场面，既为品牌露出添砖加瓦，也以此为引激发UGC进行二创和自传播

### 造热点 把握时机

基于创意内容/热门赛事/节目组合作等多方考量，提前预判最佳冲榜时机，并在夜间榜单龟速更新时，持之以恒不断加热话题，成功在球迷活跃时间登榜，在足球垂类圈层打透品牌认知

## 传播效果

传播期间三波热搜冲榜，达成共计**1.43亿+阅读量**，卷入**27.68W+人次参与互动**。其中**#范志毅说要谨言慎行#**微博热搜话题总榜排名**29位**；**#范志毅没接住传球#**微博热搜话题总榜排名**37位**。卷入多品牌方/营销号参与讨论，收获广泛网友好评。外围热搜破圈，创意内容被UGC自发搬运至抖音平台，收获**46.4W热度**，**跻身抖音上升热点榜单**



## 背景

- 依托《无差别看球指南》节目与欧洲杯赛事的高关注度。挑战在于如何在众多品牌竞争中脱颖而出，同时确保创意内容与赛事、节目及代言人形象的紧密结合。还需精准预判并把握冲榜时机，以实现话题热度的最大化。



看球赛时朋友说  
点了十个男人

发现十个男人是  
美团骑手



# 洞察

- 捕捉到范志毅人设与品牌信息的巧妙结合点，通过反差感和爆梗场面的运用，激发用户的兴趣和参与欲望。同时，紧扣“把生活的皮球踢给美团外卖”的关键心智信息，实现品牌信息的有效透传。



# 执行

- 严格遵循预定的传播节奏，分阶段推进话题冲榜。通过精准把控话题点、选择合适的冲榜时机以及持续加热话题热度，成功在球迷活跃时间登榜，并在足球垂类圈层打透品牌认知。



当我看球点了外卖时



听到朋友说  
无兄弟不足球



朋友说  
所以点了十个男人



发现十个男人  
是美团骑手



# 执行

6/15 第一波冲榜

## 立人设 开门红

### 刘建宏的「看球搭子」太离谱

基于节目首秀，打造美团外卖看球搭子形象，结合节目主持人刘建宏，铺设吸睛话题点。

#### 微博-多话题热搜冲榜

#刘建宏深夜叫10个男人#  
#刘建宏说一看球就想兄弟#  
#刘建宏深夜叫10个男人看球#  
#刘建宏直言无兄弟不足球#

7/1 第二波冲榜

## 造反差 博声量

### 范志毅在「泛娱乐」圈层

聚焦代言人范志毅，围绕口无遮拦的暴躁脾气人设，在节目中预埋梗点，以反差感打造热点话题，软性植入冰品品类。

#### 微博-多话题热搜冲榜

#范志毅说要谨言慎行#  
#是谁堵住了范志毅的嘴#  
#范志毅不再谨言慎行#  
#范志毅谨慎得不像本人#

7/2 第三波冲榜

## 打垂类 夯认知

### 范志毅在「球迷」圈层

在热门赛事时段，聚焦足球垂类圈层，围绕范志毅足球相关话题打造创意植入，引发UGC加入讨论。

#### 微博-双话题热搜冲榜

#范志毅没接住传球#  
#范志毅刘建宏互相踢皮球#

# 执行亮点

## 1) 内容破圈，卷入品牌方/营销号自发参与互动，抖音平台热点在榜

#范志毅说要谨言慎行#话题登榜后，创意内容被营销号自发搬运至抖音平台，收获46.4万热度，跻身**抖音上升热点榜单**；

#范志毅没接住传球#话题登榜隔天，吸引到运动品牌斯凯奇借势热度，持续为话题加热。



体育菌

今天13:42 来自 微博 weibo.com

五哈里的范志毅差点把我面膜笑皱了！但没想到在《无差别看球指南》里还能更好笑  
刘建宏邀请范志毅现场秀球技结果#范志毅没接住传球#！咱就是说范大将军本来可以体面的老去！

难怪斯凯奇都忍不住上场和他一起玩起来了！#不上上场都在场##斯凯奇运动品类代言人范志毅#



1135

1162

2657

上升热点 46.4万人在看 · 完整榜单 >

范志毅说要谨言慎行

投稿

范志毅说要谨言慎行  
是谁堵住了范志毅的嘴  
曾经怨天怨地 现在闭口不提



范志毅说以后自己要谨言慎行...

东方体育... 441

# 执行亮点

## 2) 热搜登榜期间达成美团品牌露出最大化

热搜话题登榜后，及时铺设金V账号矩阵，发布**节目植入卡段**、**中插TVC表情包**、**代言人海报**等物料，多维度增加品牌露出可能，最大化增强品牌曝光。

热门



慕仙不修仙 07月02日 12:25

#范志毅没接住传球# 范志毅有点谨言慎行的在节目上面，但是能够看到了这么一波联动也是挺好的呀，特别是给美团外卖代言啦，太有惊喜了！ #范志毅刘建宏互相踢皮球#



47

47

46



wc仲子 07月02日 13:28 来自 微博极速版

#范志毅没接住传球# 生活中的小趣味，总能带来大快乐，范志毅与美团外卖的这次合作，就是最好的例子 #范志毅刘建宏互相踢皮球#



赛里解 07月02日 13:17 来自 微博云剪  
#范志毅没接住传球#TVC和品牌海报已经让我疯狂心动了，这一次范志毅也是喊你来美团外卖参与竞猜，赢“满100减100元”红包！，这一次也不容错过赶紧参与起来！#范志毅刘建宏互相踢皮球#



挽手如梦行 07月01日 14:02 来自 iPhone客户端

#范志毅说要谨言慎行# 范志毅这次和美团外卖的联动方式也是让我意外的，居然说谨言慎行，反差感也是有了 #是谁堵住了范志毅的嘴#



少女落珍珠 07月02日 13:15 来自 微博云剪  
#范志毅没接住传球#TVC和品牌海报这也太有排面了，这可是我最喜欢的范志毅呀，和美团外卖的合作一直都是很受瞩目的。 #范志毅刘建宏互相踢皮球#



Nari幂凯源玺 07月01日 13:37 来自 微博网页版

#范志毅说要谨言慎行# 看到这样的变化，我们不仅仅是惊讶，更多的是对他未来行动的期待。 #是谁堵住了范志毅的嘴#



# 项目效果

## 第一波#刘建宏深夜叫10个男人#冲榜情况

### 借助节目开门红，核心打造「美团外卖看球搭子」形象

结合节目主持人刘建宏，围绕“看球三件套”展开讨论，在节目中预埋吸睛话题点，并借势推出热门品类优惠及猜球活动。

6月15日以话题#刘建宏深夜叫10个男人# #刘建宏说一看球就想兄弟# #刘建宏直言无兄弟不足球# #刘建宏深夜叫10个男人看球#，进行多次自然热搜冲榜。

传播成果：#刘建宏说一看球就想兄弟#登上实时上升热点，当天4个冲榜话题累计阅读量9018.4万。



# 第一波#刘建宏深夜叫10个男人#物料回顾

## 植入卡段混剪视频



## 艺人相关梗图



## 品牌露出梗图



## / 第二波#范志毅说要谨言慎行#冲榜情况

### 打破艺人人设，以强烈反差博取话题关注

聚焦代言人范志毅，围绕口无遮拦的暴脾气人设，在节目中预埋梗点，以反差感打造热点话题，软性植入冰品品类，导流至品牌站内。

7月1日以话题#范志毅说要谨言慎行# #是谁堵住了范志毅的嘴# #范志毅不再口无遮拦# #范志毅谨慎得不像本人#，同步进行自然热搜冲榜。

**传播成果：**冲榜期间恰逢建党节，在平台审核力度加强和突发新闻霸榜热搜的情况下，

#范志毅说要谨言慎行#突出重围成功登榜，微博热搜话题**总榜排名29位**。当

日4个冲榜话题累计**阅读3656.6万**，超过5.62万人次讨论，12.36万人次参与互动。



# / 第二波#范志毅说要谨言慎行#物料回顾

植入卡段混剪视频



艺人相关梗图



品牌露出梗图



## / 第三波#范志毅没接住#冲榜情况

### 锚定热门赛事时段，利用艺人特性打透垂类用户认知。

聚焦足球垂类圈层，围绕范志毅足球相关话题打造创意植入，并在话题中铺设多维度素材，引发UGC加入讨论。执行期间，基于多方考量，将原定冲榜时间提前12小时，在热门赛事时段、球迷圈层活跃时间释放话题。

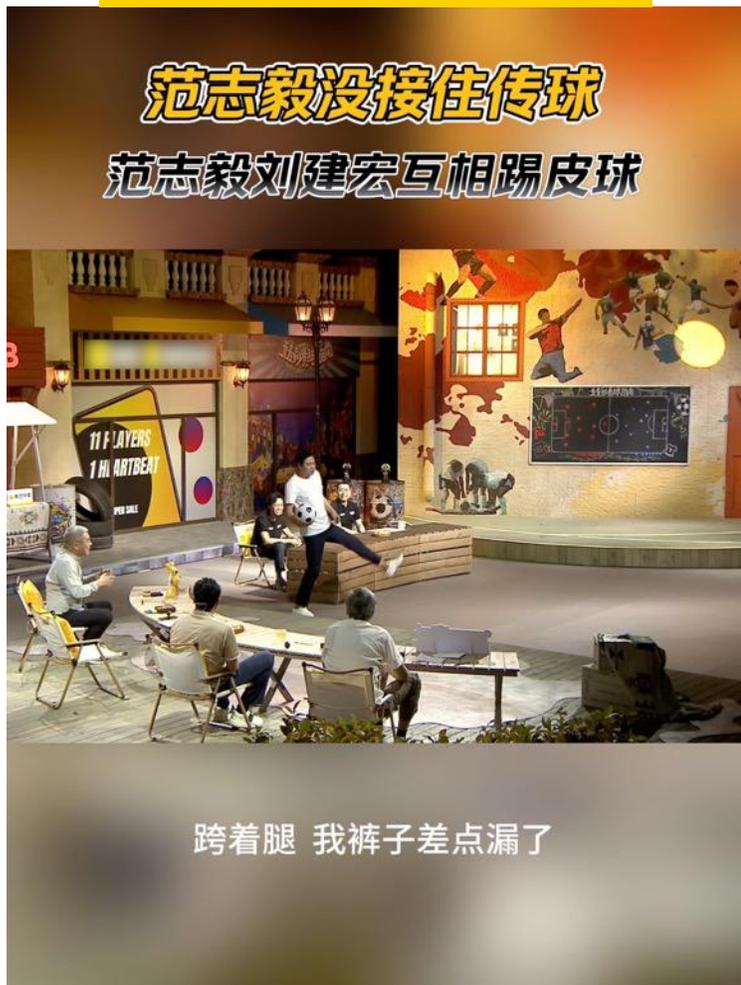
**传播成果：**微博榜单夜间更新缓慢，在持续3小时不断加热的努力下，#范志毅没接住传球#

成功登榜，微博热搜话题**总榜排名37位**。当日冲榜双话题累计阅读1627.6万，超过1.79万人次讨论，6.2万人次参与互动。



# 第三波#范志毅没接住#物料回顾

## 植入卡段混剪视频



## 先导片混剪视频



## 品牌露出



## 艺人相关

