

云南白药x腾讯NBA：「运动必需品」深入球迷心智

- **品牌名称：**云南白药
- **所属行业：**医药保健/医疗器械及服务类
- **执行时间：**2023.10.01-2024.06.30
- **参选类别：**体育+数字营销类

“品牌传播挑战

场景固化

云南白药气雾剂长期以医院渠道和80后用户为主，亟需拓展运动场景心智，抢占年轻化市场（95后-00后）

认知断层

新一代年轻消费者对产品“红白瓶分阶护理”功效缺乏认知，需通过强关联性内容重塑产品价值。



 行业趋势洞察

体育营销红利

NBA作为全球顶级体育IP，覆盖中国5.15亿用户，18-34岁人群占比超70%，与品牌年轻化目标高度契合



数字媒介爆发

腾讯NBA用户中高端手机用户占比达62%，付费用户粘性强，为品牌高价值人群精准渗透提供土壤

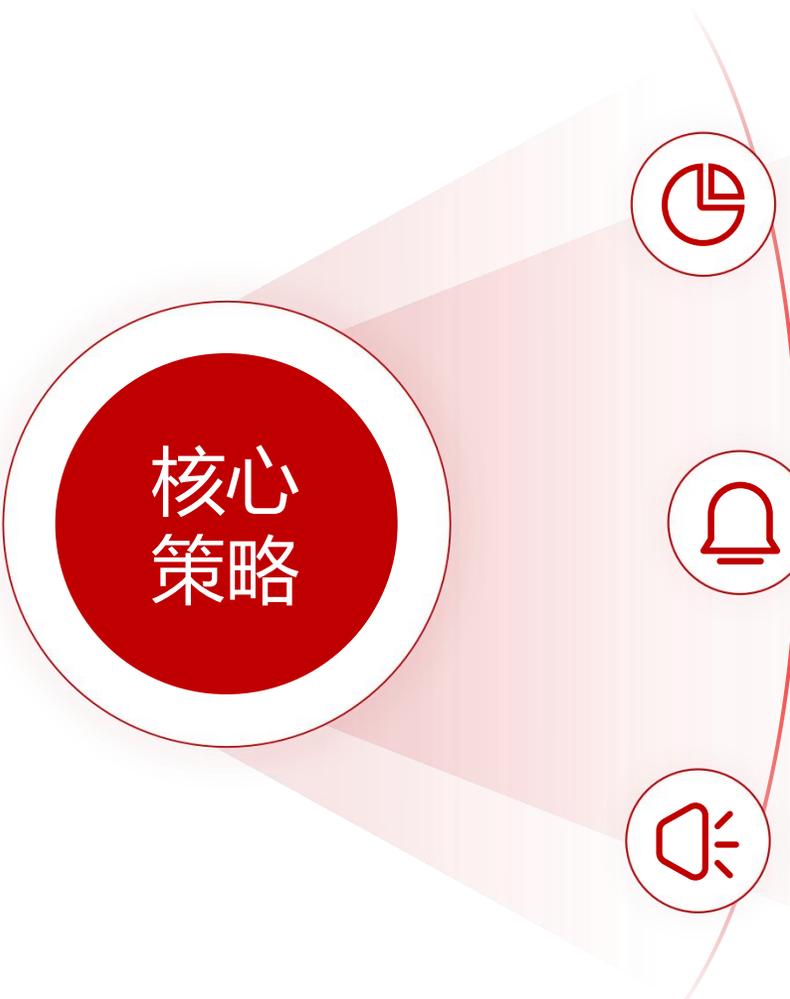
“品牌营销目标



夯实运动场景

品牌年轻化焕新

头部品牌大曝光

A large red circle with a white border contains the text '核心策略'. To its right, a red line curves downwards, connecting three circular icons: a pie chart, a bell, and a speaker. Each icon is followed by a red section header and a list of bullet points.

核心策略



绑定顶级体育IP，扩大品牌曝光

- ✓ 以NBA赛事为内容主线，借势其高热度与情感共鸣；
- ✓ 通过腾讯独家版权资源，实现从赛前预热到赛后热点的全周期曝光



场景化内容植入，深化品牌形象

- ✓ 关键时刻关联：在扣篮、受伤等赛事高光/痛点时刻植入品牌口播与广告，强化“运动防护”场景需求；
- ✓ 创意中插&主持人口播：以幽默短视频和花式演绎的形式展示产品使用场景，如“暂停时间急救包”，构建品牌“运动损伤解决方案专家”形象



线上线下联动，构建品牌生态

- ✓ 线上通过腾讯体育直播、社交媒体话题（#运动搭子白药君#）、短视频二次传播，扩大声量；
- ✓ 举办“3x3街头篮球赛”，落地自有IP活动，深化品牌与运动文化的绑定

一、媒介组合投放

阶段化投放

【常规赛（130场）】：

聚焦湖人、勇士等高热度球队，覆盖7点后黄金时段，主打**功能教育**；

【全明星&季后赛（50场）】：

加码桌摆权益，结合半决赛、总决赛节点释放**热血主题内容**

多形式覆盖

【深度绑定赛事】：

赛场LED广告、主持人口播、直播贴片、中插广告等形式全覆盖，累计曝光超10亿次；

【根据赛事节点迭代创意】：

定制主视觉（如高校赛、春节版、总决赛版）

分人群触达

【免费场】：

触达**泛体育人群**，曝光11.25亿

【付费场】：

深耕**高粘性篮球爱好者**，曝光4.51亿

高校篮球赛版



春节版



总决赛版



主持人口播



中插广告



摆台



二、数字裂变传播



社交互动

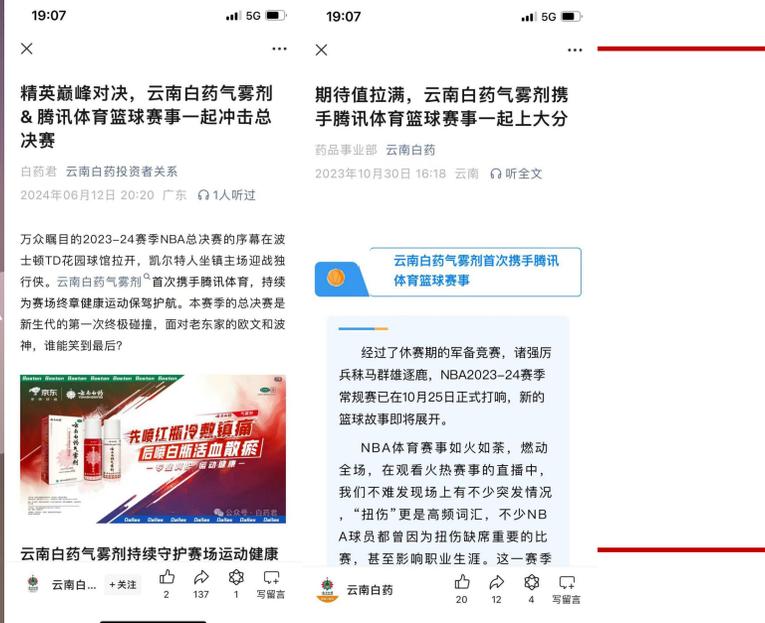
微博话题# 我的运动急救包#引发用户分享,
抖音挑战赛“白药君急救时刻”播放量破2亿



电商导流

直播间“看NBA抽奖”活动, 导流至天猫旗舰店, 转化率提升30%

三、IP周边长线运营



◆ 自有IP延伸，线下“走啊打球去”城市篮球赛覆盖15城，参赛人数超5000人，同步直播引流线上；

◆ 配合PR稿件、运动海报等衍生内容，延长传播长尾效应

数据表现

赛事总曝光

16亿



曝光超预期:

赛事总曝光16亿+,

前贴片曝光近208w, 触达148w人, 人均触达1.4次

(*前贴片在总决赛的6月10日第2场和6月15日第4场中投放)

人群精准渗透:

触达18-40岁用户占比83%, 男性86%

(*数据来源: 腾讯体育 23-24赛季完整数据)

效果转化:

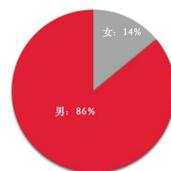
前贴片点击率0.82%,

边看边买点击量1万+, 电商引流效率提升显著

品牌凭借赛事渗透人群: 人群画像与气雾剂目标人群高度契合

性别: 男性为主, 占比86%

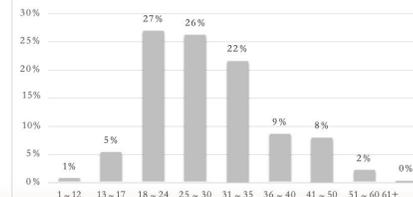
性别对比



数据来源: 腾讯体育 23-24赛季完整数据

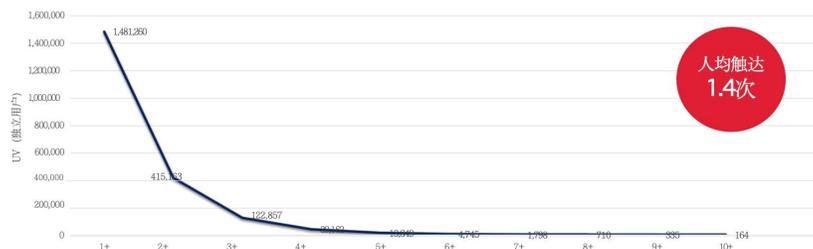
年龄: 18岁-40岁用户占比83%

年龄分布



前贴片累计曝光近208w次; 触达148w人, 人均触达1.4次

不同频次下的UV



人均触达
1.4次

注: 以上UV为PC移动端去重后与OTT端相加 (OTT端无法与另2端去重)

数据来源: 秒针 (2024.6.10, 2024.6.15)

边看边买: 曝光146w+, 获得点击1w+

1,464,781

曝光次数

10,814

点击次数

0.73%

点击率