

蒙牛《一路生花-中国队要强出征版》为中国队加油

- **品牌名称：**蒙牛
- **所属行业：**食品饮料类
- **执行时间：**2024.07.13-08.10
- **参选类别：**大事件营销类



奥运官方合作身份

蒙牛坐拥奥运官方合作身份，希望抢占奥运期间热度高地，将蒙牛与奥运焊在一起，深度捆绑现役“中国队”热度，塑造中国队助威情绪氛围，达成品牌民族要强认知

奥运热度，品牌占先

奥运期间面临竞品搅局攻势，希望抢占奥运期间热度高地，将蒙牛与奥运焊在一起；深度捆绑现役“中国队”热度，塑造中国队助威情绪氛围，达成品牌民族要强认知





奥林匹克全球合作伙伴

奥林匹克精神不仅属于冠军
也属于每一个要强的你



*2024年12月31日前奥运权益品类：饮用型酸奶，乳饮料，花色奶



1

深度绑定“中国队”形象

通过创意营销活动，将蒙牛与“中国队”建立超强记忆关联。让消费者在提到“中国队”时，第一时间想到蒙牛。

2

传递“蒙牛要强”理念

以奥运精神为依托，传递蒙牛“要强”的品牌主张。激发消费者对蒙牛品牌的认同感与好感度。

3

提升品牌影响力与销量

借助奥运热度，提升蒙牛品牌在奥运期间的曝光度与影响力。通过营销活动带动产品销售，实现品牌与销量的双赢。

占位中国队概念，共创品牌助威单曲 打造蒙牛与“中国队”超强记忆关联

单曲制作

艺人选择

单曲制作

宣发效果



破圈造势

单曲上榜

音乐破圈

社交扩散

全域引爆

项目执行节奏：歌曲线上强势宣发+线下盛典大事件首唱

《一路生花》歌曲&MV全域上线

2024.07.13

QQ音乐+酷狗音乐+酷我音乐站内推广

TME-酷我车载广告

TME四大平台官方视频号

QQ音乐+酷狗音乐官方微博

TMEA盛典全面植入

2024.07.19-2024.07.21

盛典线上直播预约页+专题页logo植入

盛典现场品牌露出+陈卓璇演唱蒙牛奥运歌曲

盛典直播期间品牌口播/MV暖场视频植入

盛典战报等宣传物料植入



执行过程/媒体表现

亮点一：品牌单曲，更易传播

华语顶级国民度歌手韩红+高传唱度歌曲《一路生花》旋律改编，强强联合打透蒙牛奥运期间品牌影响力

韩红工作室微博同步发布



飙升榜TOP10



华语乐坛顶级歌手为中国队出征加油，为奥运精神与蒙牛要强理念发声



执行过程/媒体表现

亮点二：多元场景渗透，渗透视听+线下盛典首唱，撬动新生代

不仅有QQ音乐+酷狗音乐+酷我音乐站内优质资源位推荐，更覆盖用户驾驶听歌场景（车载广告）
依托TMEA音乐盛典的亿级影响力，邀请新生代歌手代表现场首唱，助推蒙牛奥运歌曲引爆全网关注

车载出发场景



拓展用户出行听歌场景，酷我车载-品牌冠名榜单
让蒙牛奥运歌曲随时随地占据用户视听

线下盛典场景



借TMEA音乐盛事的亿级影响力，撬动新生代
直播中首次歌曲植入，陈卓璇演唱品牌歌曲

腾讯生态场景



打通腾讯生态资源，联动微信平台
传播蒙牛奥运歌曲MV视频

亮点三：奥运专题聚合，歌曲授权蒙牛，沉淀品牌资产

《一路生花》歌曲独家授权品牌



授权品牌三个月，为蒙牛奥运歌曲带来更多曝光
延续传播热度，实现品牌主题曲传播效果的最大化

定制奥运专题聚合蒙牛内容



聚合蒙牛奥运营销内容，让用户在第一时间
了解品牌活动动态，最终沉淀形成品牌资产

举全平台资源之力，达成品牌歌曲推广活动最大曝光 **4.5亿+**

歌曲推广
形成绝对音感

歌曲总曝光**6000万+**，歌曲累计播放**3000万+**

MV总曝光**3亿+**，MV总播放量 **2500万+**

MV推广
达成全面侵占



线下推广效果

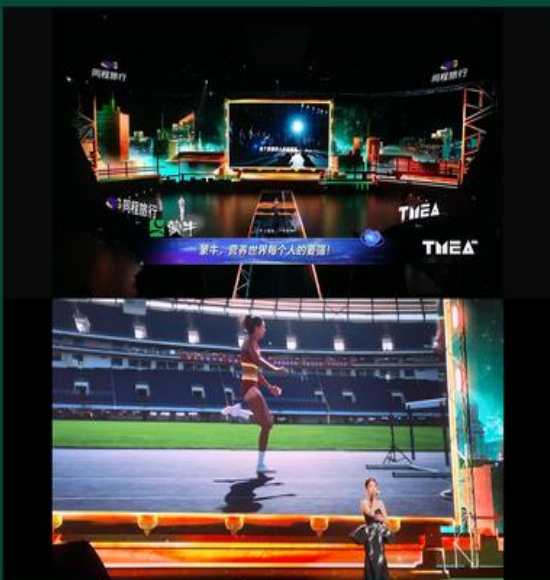
车载广告曝光 **1000万+**

TMEA腾讯音乐娱乐盛典直播观看 **6196万+**

TMEA盛典线上线下全面曝光品牌



盛典现场红毯区
背板蒙牛logo植入



盛典现场陈卓璇演唱【卡断授权品牌传播】
+歌曲MV播放+开场场口插播植入

TMEA盛典线上线下全面曝光品牌



盛典线上直播预约页植入品牌logo



盛典线上专题
植入品牌logo



盛典总结战报
植入品牌logo

覆盖驾驶、盛典等多元场景，提升单曲传播范围，深化品牌 **“要强”** 认知