

道达尔能源×林丹

冠军赋能 新春#丹来运转#

- **品牌名称：**道达尔能源
- **所属行业：**汽车及交通运输类
- **执行时间：**2025.01.01-02.10
- **参选类别：**明星/达人营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://www.douyin.com/video/7463008808650951996>

<https://weibo.com/tv/show/1034:5125350091587637>



- 道达尔能源 (Total Energies) 源自法国，是在全球领域内拥有重要影响力的多元化能源公司。2025年，道达尔能源旗下快驰润滑油正式与“**双圈大满贯**”得主及羽毛球传奇运动员**“林丹”**开启合作，林丹作为产品推荐官携手推广道达尔能源高端润滑油产品和移动解决方案。



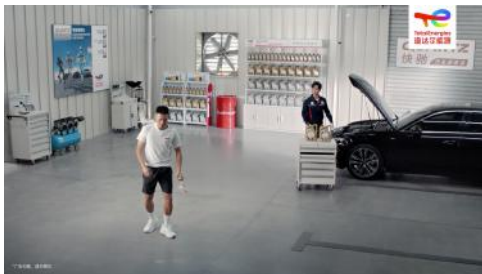
TotalEnergies
道达尔能源





- 品牌期待通过与林丹的代言合作，在**2025实现社媒大曝光**，通过制造话题、扩大声量，抢占社交舆论高地。同时，**借助代言人的强大影响力，赋能B端合作伙伴**，实现销售高增长。
- 面对此次项目，我们也面临更多挑战：
- **1.林丹如何有效为品牌价值赋能？**
- **2.林丹作为非现役运动员，如何在短期内提升话题热度？**
- **3.除了林丹粉丝以及广泛用车群体，如何带动B端伙伴共同参与这场营销战役？**
- 带着这样的问题与挑战，我们深入解题。

- **代言策略：冠军赋能品牌，揭秘林丹的年轻秘诀**
- **运动明星代言，一定要歌颂运动精神吗？**在营销观察中，我们发现历经2024奥运大年，消费者对于「运动精神」话题稍显疲乏，老生常谈的热血剧情即无法引发消费者共鸣，也无法带出品牌及产品价值。
- 道达尔能源快驰润滑油如何与林丹迸发全新能量？我们找到了**营销关键词——「冠军表现」**，我们基于道达尔能源快驰润滑油3大产品利益点：“**强劲动力**”、“**抵御磨损**”、“**清洁积碳**”，戏剧化地将林丹「**冠军表现**」与产品「**引擎持久年轻**」三大核心利益点巧妙融合，林丹亲身演绎**持久年轻三篇章**，以**冠军实力种草TE快驰润滑油**，为引擎和生活注入能量。



视频请查看附件：道达尔能源x林丹TVC



- 传播策略：「丹」来运转 开启CNY最强音
- 在非赛事期间，如何结合林丹创造社交热点？
- 2025开年，我们紧抓新春节点，以#「丹」来运转#为创意突破口，唤醒根植华夏民族血脉的玄学基因，让新春「能量丹」的风吹向目标群体的心坎里。通过品牌tvc官宣及线上话题等多重营销方式，实现“品牌形象+话题流量”双赢，全方位提高品牌影响力。

道达尔能源快驰润滑油 X 林丹 强强联合

「丹」来运转 · 能量「大满贯」

此「丹」既是品牌携手「羽球大满贯」选手林丹全新亮相，
亦是「道达尔能源快驰润滑油」助力汽车引擎「能量大满贯」，
在即将到来的2025年，借「丹来运转」给予品牌员工、合作伙伴、消费者能量与好运！

以此开启品牌 2025 大满贯年！

新春期间，道达尔能源快驰润滑油启动**「丹」来运转 能量「大满贯」**营销战役
大开脑洞定制Q版「丹神」，用趣味方式将林丹&产品与春节元素紧密结合
品牌发布「灵丹」动态祈福海报，撩动全网新年共许愿！



道达尔能源快驰润滑油#2025丹来运转#新春营销战役中，我们设计一系列涵盖微信红包封面、TQAC门店定制混合现实视频、「丹来运转」H5小游戏等创意物料，丰富趣味互动带动球迷参与&转发，全面渗透用户生活场景。

新年期间，品牌「丹来运转」RAP单曲重磅上线，动能澎湃的新春单曲开启2025。动感音乐配合林丹限定版周边好礼——快驰「灵丹」转转乐，双重加持，如同「丹」神附体，新年「丹」运拉满！

TQAC创意视频

使用AIGC手法创造TQAC门店
结合视频及poster培养消费者心智



燃炸原创RAP

原创一支专属TE快驰的RAP
使用用于达人投放种草



新年林丹祝福H5

微信推文官宣合作羽道同行小程序同步
上线「2025丹来运转」小游戏



丹来运转新年GWP

新年丹来运转限定周边上线
各个平台福利互动加码送周边



● 全域社交矩阵覆盖，全网炒热#2025丹来运转

微博热搜引爆话题，强势曝光 #2025丹来运转#，抖音垂类头部达人、TOP KOL率先发声，激发公众兴趣；「汽车类+汽修类+RAP博主」KOL助推，进一步扩大品牌影响力和话题热度。全域社交矩阵多平台覆盖，全网「丹」来运转，新春能量爆棚！



抖音平台
达人种草



通过汽车/汽修/羽毛球类达人共21位种草
在不同圈层传播林丹作为快驰润滑油推荐官心智
配合福利加码，用轻互动助力CNY



同城热搜
引爆春节



适逢2025年CNY节日氛围
林丹正式成为道达尔能源产品推荐官
一起揭秘他的引擎年轻秘诀！
共赴新年好时光

PR

垂直媒体
公关推广



随林丹官宣，共21家媒体发布公关文
为此次大事件发声



羽球私域
宠粉触及



利用林丹虚拟形象，打通羽球私域
创意设计H5结合互动在羽道同行小程序发布
摇出林丹，更摇出属于你的好运「灵丹」

2024林丹xTe cnyCampaign项目，是在**内容+IP营销+推广**上的多维度「**创新尝试**」

通过**林丹冠军形象**及道达尔能源快驰润滑油的产品力打动消费者，以年轻消费者/林丹粉丝泛人群为传播核心，扩大品牌知名度B端/小b端为辅助，强打「产品力」。 同时在春节期间打动消费者，增加品牌影响力

1 冠军营销

打造强力内核！

道达尔能源快驰品牌邀请羽毛球坛霸主地位的大满贯冠军林丹作为产品推荐官。既是跨界营销的破圈尝试，也是将快驰的扎实产品力和冠军实力结合，依托林丹冠军背书，撰写脚本并邀请林丹拍摄TVC，增强快驰品牌影响力

2 节日营销

创造形象价值

结合此次CNY主题：「丹」来运转·能量
「大满贯」打造产品力的同时赋予消费者新年愿景。通过春节系列的林丹周边衍生品为触点，提供给不同平台的创意物料的触发点，从而来吸引消费者

3 媒介营销

多角度发酵推广

在林丹冠军IP的影响力加持下。通过外媒不同端口的推广，将传播效益最大化。在达人圈层通过周边及产品对汽车，汽修，RAPPER等达人种草，在公关领域通过不同媒介发布新闻稿达到多维度的推广传播。

本次【Te x 林丹 cnyCampaign项目】活动周期为1月2日-1月28日，品牌官宣爆发节点为1月2-1月12日，推广期为1月13日-28日。本次推广合计投放外媒点位抖音达人21位，外媒点位20个，垂类媒体21个。截至2月14日，抖音平台达人合计收获 **1.2亿+**次播放量和 **8.1 万+**次互动量；同城热搜上榜至上海榜单第五名，**热搜播放量达6875.4万次**

外媒	预估播放量 (w)	实际播放量 (w)	预估互动量	实际互动量
 抖音	11000	12193	80,000	81942
 微博	6000	6875.4	90000	94000
PR投放	30	77	PR媒体发布无互动量体现	

官方账号	预估播放量 (w)	实际播放量 (w)	预估互动量	实际互动量
 抖音	50	53.2	5000	11431