

全场景覆盖高燃霸屏 东鹏特饮传递民族能量

- **品牌名称：**东鹏特饮
- **所属行业：**食品饮料类
- **执行时间：**2024.07-08
- **参选类别：**体育+数字营销类

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://docs.qq.com/doc/DRHBNZkttQXRsv09E?u=0ae9419827164535a2ad649ce0ecf605&no_promotion=1



东鹏特饮通过高性价比和创新营销策略在中国能量饮料市场占据领先地位，但其仍面临产品单一、市场竞争激烈和销售费用增加等挑战。因此，借助2024巴黎奥运营销热点，东鹏特饮签约谢震业、巩立姣、刘洋等3位奥运选手，以“为国争光，东鹏能量”为品牌核心传播信息，强化其国民品牌形象，提升品牌美誉度

抢占奥运
用户关注

塑造国民
品牌形象

培育用户
消费心智

绑定为国争光的时刻与为国争光的选手，高频率、全平台触达，实现国民对“为国争光，东鹏能量”的认知度

场景绑定
塑造国民品牌形象

立体式覆盖
有效提升用户品牌心智

聚焦“为国争光”高燃场景 传递“东鹏能量”

平台矩阵全面联动 覆盖海量用户

奖牌榜

全民关注的核心赛果
运动员“为国争光”的成绩单



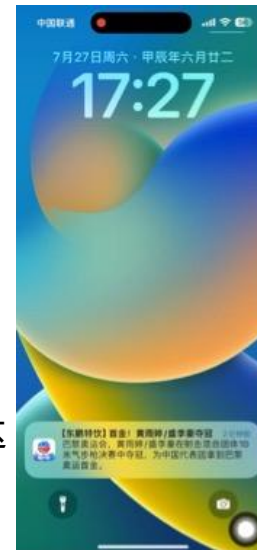
赛事集锦

聚焦热门赛事
记录运动员“为国争光”时刻



资讯/娱乐/社交多场景触达

PUSH第一时间



1-奖牌榜 | 以全民关注热点——奖牌榜为核心，整合黄金点位+创新资源，实现多场景触达

多场景覆盖

高频次触达

创新形式提效

三大APP奥运页卡黄金点位

PUSH文章页跳转

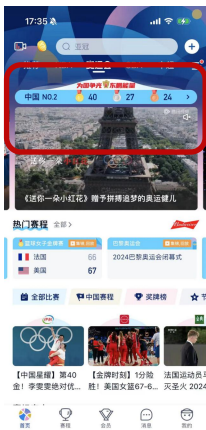
奖牌榜创新闪屏



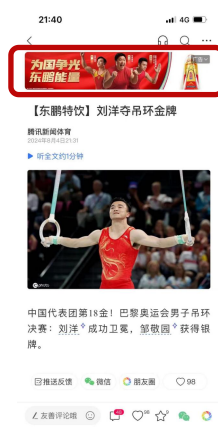
腾讯视频



腾讯新闻



腾讯体育



腾讯新闻&体育



腾讯视频



1-奖牌榜 | 定制奖牌榜，全方位强化“东鹏能量”与“为国争光”的心智关联



品牌logo曝光

核心视觉呈现
强化品牌与奥运关联

品牌定制互动

创意轻互动
传递“东鹏能量”

底部banner

打通后链路
一键跳转京东

1-奖牌榜 | 夺金第一时间黄金曝光位，提升东鹏品牌曝光与美誉度

PUSH文字植入



顶部banner



中国代表团第18金！巴黎奥运会男子吊环决赛：刘洋成功卫冕，邹敬园获得银牌。

推送反馈 微信 朋友圈 98

友善评论哦

1-奖牌榜闪屏 | 符合用户关注需求的创新闪屏，为东鹏奖牌榜高效引流



奥运首次开放创新广告形式
充分挖掘用户对奖牌榜的关注需求
有效提升用户互动率
为行业均值的200%

2-赛事集锦 | 聚焦热门赛事话题热点，打通资讯与社交场景，为东鹏收获超强关注

《一击命中》 奥运首金，全民关注

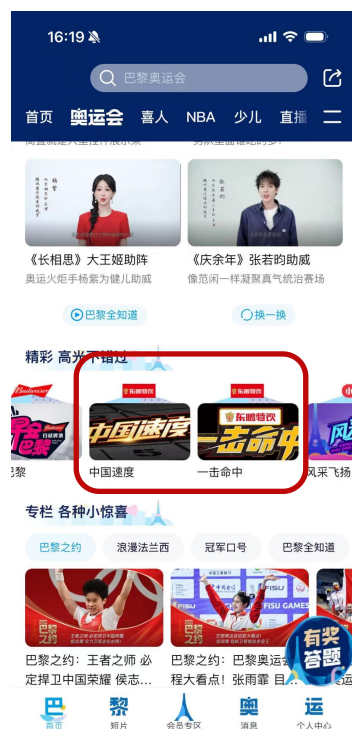


《中国速度》 东鹏代言人“为国争光”场景



2-赛事集锦 | 奥运页卡首页入口高效引流，覆盖用户获取奥运资讯全路径

奥运页卡入口



详情页banner



前&后压板



前贴片



2-赛事集锦 | 视频号同步收获社交声量，评论区关键词广告为“东鹏能量”提供话题发酵空间

背景贴纸强化东鹏&奥运关联



评论区原生环境自然传递品牌理念

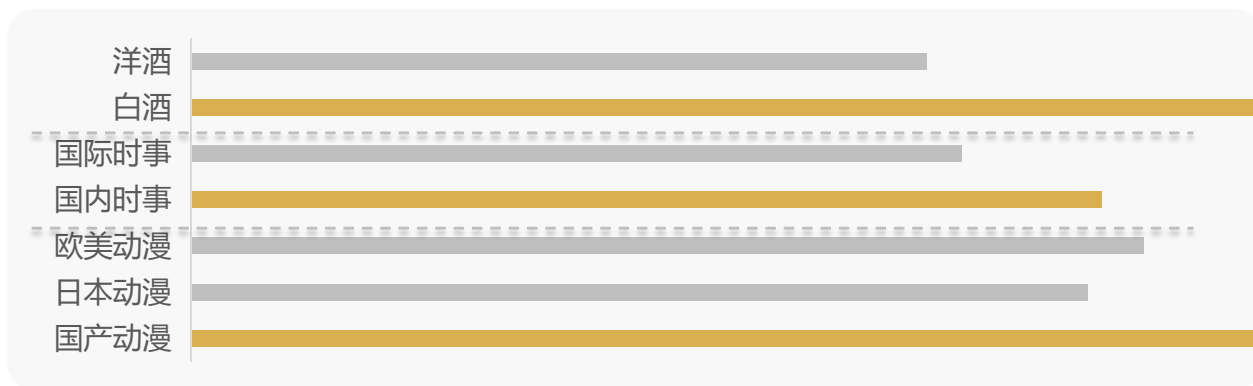


品牌曝光：奥运期间，东鹏特饮在腾讯平台的营销曝光总量达**167亿**，其中奖牌榜、中国夺金push等实时资讯产品总曝光达**123亿**，赛事集锦《一击命中》《中国速度》等点播内容曝光达**42.5亿**

品牌价值提升：品牌喜爱度提升**31.3%**，品牌购买意愿提升**9.2%**，在东鹏特饮市占率第一的市场认知基础上，其品牌认知度仍有**4.5%**的提升，达**94.9%**

国民形象提升：东鹏特饮品牌互动人群对国内时事、IP及品牌兴趣明显高于竞争品牌人群

奥运期间，东鹏品牌广告互动人群更偏好民族产品及内容



与竞品相比，东鹏形成民族品牌差异化优势

标签/TGI	东鹏人群	竞品人群
本土美妆品牌	264	710
国际美妆品牌	228	3040
国产动漫	209	104
海外动漫	171	263
国产手机	214	129
海外手机	192	182