

# 比亚迪龙舟入奥体育营销

2021年8月





# 龙舟入奥体育营销总述



## 龙舟入奥战略回顾

2020年，比亚迪携手中国皮划艇协会成为“龙舟入奥战略合作伙伴”，开启体育营销新征程。

### 中国龙 一路向前

#### 战略合作签约仪式



**2020年8月**  
开启龙舟入奥战略合作

通过推动“龙舟入奥”和“竞技龙舟”研发，将龙舟所代表的中国传统文化与比亚迪科技驱动创新的理念深度捆绑

#### 竞技龙舟发布仪式



**2020年9月**  
竞技龙舟首次亮相发布

夯实比亚迪助力龙舟入奥战略，助力中国传统体育竞技走进奥运，彰显品牌的家国情怀使命

#### 竞技龙舟体验活动



**2020年12月**  
深圳竞技龙舟线下体验活动

嘉宾深度试驾旗舰车型，并亲身体验龙舟文化的魅力，在弘扬中国传统文化的同时促高端圈层融合交流

#### 中国龙一路向前品牌片



**2021年1月**  
品牌大片首发—凝聚龙之精神

展现汉唐强大产品力的同时传递比亚迪品质自信、科技自信、中国自信的品牌内核



# 龙舟入奥体育营销

线下

## 2021竞技龙舟线下体验季



2021.7-8月

全国四场竞技龙舟体验活动

长沙、西安、北京、上海，  
邀请媒体、商学院、迪粉车主  
现场体验竞技龙舟。

## 汉唐精英荟车主热点传播



6-8月

汉唐精英荟成员、汉唐车主、奥运健儿传播

孙梦雅、刘浩和刘治宇在奥运会比赛中  
斩获佳绩，获得1金2银1铜的好成绩。  
让世界看到中国力量，拼搏奋进，  
一路向前的精神。

线上

## #全民助力龙舟入奥#



7月-8月

新浪微博发起#全民助力龙舟入奥#话题

由新浪平台官方发起话题，  
邀请大众参与H5互动，为龙舟入奥击鼓助  
威，成为龙舟入奥助威官。

## 央视多频道专题报道竞技龙舟亮相



8月

央视1套、5套、13套专题报道

比亚迪作为龙舟入奥战略合作伙伴，  
亚太销售总经理刘学亮参与竞技龙舟  
在东京奥运会展示环节，  
并作为比亚迪代表接受央视采访。





# 龙舟入奥体育营销线下部分



## 竞技龙舟线下体验季概况

### 中部战区

活动时间：2021.7.10-11

活动地点：长沙·西湖公园

活动规模，共计228人参与：

### 西部战区

活动时间：2021.7.17-18

活动地点：西安·浐灞湿地公园

活动规模，共计260人参与：

### 北部战区

活动时间：2021.7.24-25

活动地点：北京·奥林匹克水上公园

活动规模，共计333人参与：

### 东部战区

活动时间：2021.7.31-8.1

活动地点：上海·月湖雕塑公园

活动规模，共计260人参与：



车辆试乘试驾



品牌沟通会



观看针刺实验



竞技龙舟体验



合影及颁奖



## 车辆试乘试驾





## 品牌沟通会



商学院沟通



媒体沟通



迪粉车主沟通



## 观看针刺实验





# 竞技龙舟体验





## 北京站商学院参与



北京站共6个商学院，165位嘉宾组成19支队伍参与，分别是长江商学院、北大光华管理学院、北大国发院、香港科大、加一研究院及圈外商学院

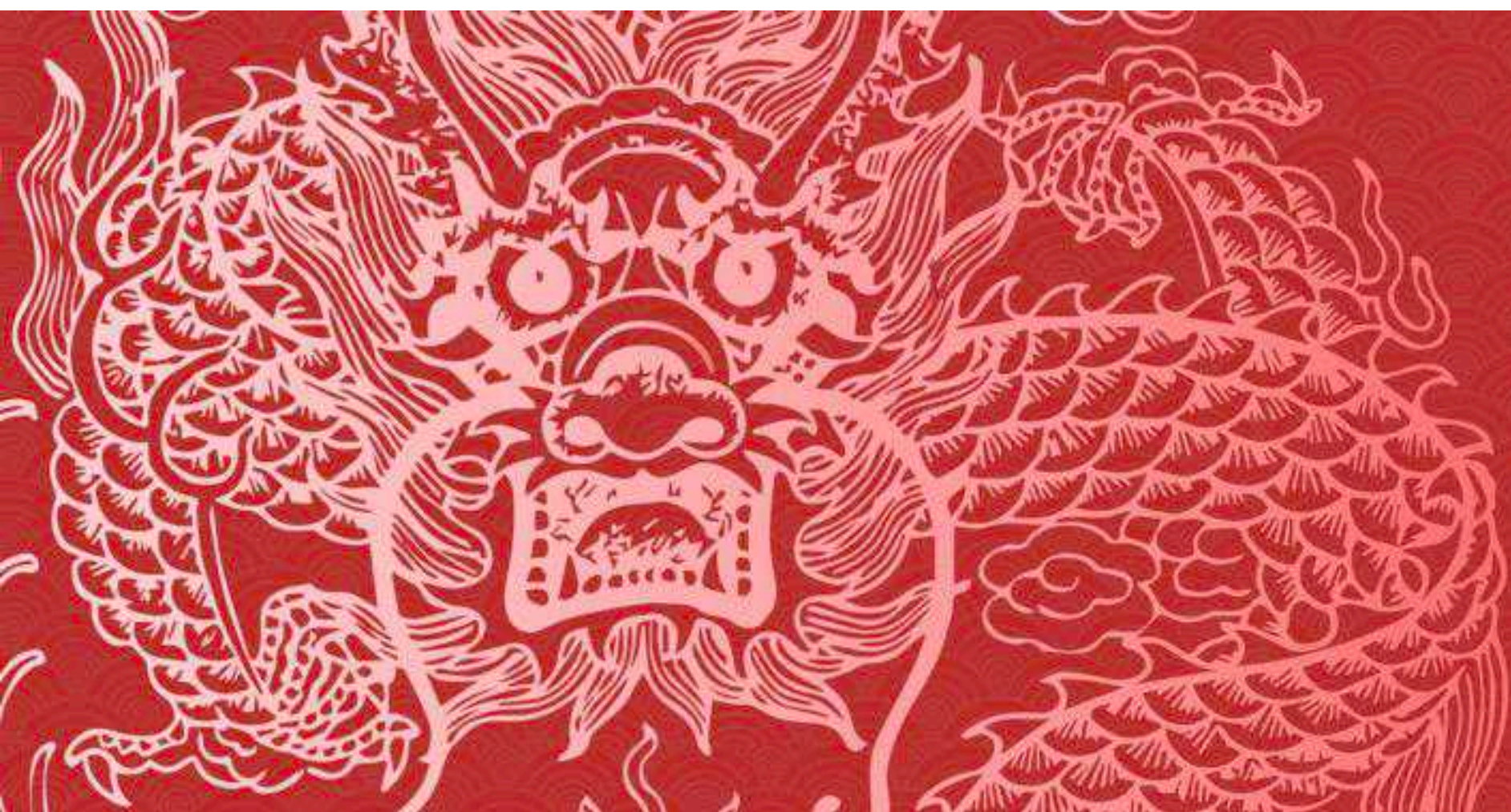


# 上海站商学院参与



上海站共8个商学院，114位嘉宾组成14支队伍参与，分别是新加坡国大、复旦商学院、欧路商学院、交大安泰、同济商学院、香港科大、上高金商学院及圈外商学院





## 龙舟入奥体育营销线上运营传播部分

- 奥运车主—汉唐精英荟车主热点传播
- 新浪平台—微博 #全民助力龙舟入奥#
- 央视平台—多频道专题报道竞技龙舟亮相



# 中国奥运健儿、比亚迪汉唐精英荟车主传播

孙梦雅交车 2021-6-28湖北武汉



车主视频 2021-8-5 (决赛当周)

龙舟入奥助力海报



2021-8-4 (决赛前三天)

态度海报



2021-8-6 (决赛前一天)

祝贺海报



2021-8-7 (决赛当天)

- 通过合作汉唐精英荟中的奥运健儿车主，借势奥运期间运动热情，根据参与赛事进行系列营销



刘浩交车

2021-6-28湖北武汉



龙舟入奥助力海报



态度海报



祝贺海报



车主视频

2021-7-29 (决赛当周)

2021-7-30 (决赛前三天)

2021-8-2/6 (决赛前一天)

2021-8-3/7 (决赛当天)



刘治宇车主视频



2021-7-13 ( 比赛前两周开始传播预热 )

龙舟入奥助力海报



2021-7-22 ( 决赛当周 )

态度海报



2021-7-27 ( 决赛前一天 )

祝贺海报



2021-7-28 ( 决赛当天 )



## 新浪平台传播亮点

### 微博话题#全民助力龙舟入奥#

体育大V运营 紧跟奥运节奏

**捆绑奥运赛事热搜话题**

扩大品牌在奥运周期影响力

互动H5掀全民助力热浪

互动玩法激励网友参与

**驱动网友自发扩散传播**

多圈层KOL高频互动

多圈层KOL与官博保持高频互动

持续**引流**，增加话题热度



# 微博话题



导语：备受瞩目的竞技龙舟，将作为展示项目正式亮相东京竞技舞台。比亚迪作为“龙舟入奥战略合作伙伴”，邀您一起参与#全民助力龙舟入奥#，为龙舟入奥加油助威！中...[更多]

**互动话题掀起全民助力龙舟入奥热潮**  
截至8月16日，#全民助力龙舟入奥#话题阅读量已达**2.5亿**，讨论 **2.1 万次**



# 大V运营



**体育类大V矩阵根据赛事热点持续运营话题**  
带话题和H5链接，并捆绑比赛热搜话题进行内容传播，为话题增加声量



# 新浪微博互动H5

## 全民助力龙舟入奥，成为龙舟入奥助威官



面向微信微博双端开放，网友参与击鼓助力、获得并分享专属助威官海报，总计**542,059**位网友参与助力龙舟入奥

\*注：数据统计截止至8月16日



# 龙舟入奥星推官

微博体育 | sina 新浪体育

微博体育 | sina 新浪体育

微博体育 | sina 新浪体育

微博体育 | sina 新浪体育

微博体育 | sina 新浪体育

微博体育 | sina 新浪体育



@小个邓亚萍  
龙舟入奥星推官



@李子君Angel  
龙舟入奥星推官



@徐梦桃  
龙舟入奥星推官



@张丹  
龙舟入奥星推官



@潘寒 Roxana  
龙舟入奥星推官



@凌敏  
龙舟入奥星推官

#全民助力  
龙舟入奥#

#全民助力  
龙舟入奥#

#全民助力  
龙舟入奥#

#全民助力  
龙舟入奥#

#全民助力  
龙舟入奥#

#全民助力  
龙舟入奥#

让世界看见中国力量  
上微博为竞技龙舟入奥加油

让世界看见中国力量  
上微博为竞技龙舟入奥加油

让世界看见中国力量  
上微博为竞技龙舟入奥加油

让世界看见中国力量  
上微博为竞技龙舟入奥加油

让世界看见中国力量  
上微博为竞技龙舟入奥加油

让世界看见中国力量  
上微博为竞技龙舟入奥加油

微博 | 潘寒 Roxana

1992、1996两届奥运会乒乓球女单、女双冠军  
粉丝数395.2万

2009年全国花样滑冰锦标赛冠军  
2021年全国冬季运动会冠军  
粉丝数109.8万

2014索契冬奥会自由式滑雪空中技巧  
亚军、世锦赛冠军、世界杯总冠军  
粉丝数240.2万

2006年都灵冬奥会花样滑冰双人滑亚军  
世界青少年大赛冠军  
粉丝数185.2万

足球解说员，主持人  
粉丝数363.3万

体育博主，游泳健将，粉丝数97.6万



# 新浪微博KOL转发扩散

10家跨圈层KOL转发，阅读量达**2413.6w**

为龙舟入奥**点赞与加油类**评论占主流

KOL Name	Reading Count
张引张智勇	412万
李正阳luey	399万
Vista看天下	130万
陈海诺Leo	301万
Rainbow-齐	115万
马术俱乐部Jojo	319万
思想聚能	301万
陈力陈思远	121万
陈再在线	42.8万
百下体育记	272万

评论截图内容摘要：

- 种花兄弟: 全民助力中华龙舟进入奥运大家庭
- 开开心心小果子: 厉害了，龙舟入奥必须支持，加油加油啊
- 顺谷西平18: 不仅要入奥，而且要分成若干个级别!
- 大脸酷冰的日常: 为龙舟入奥疯狂打call啦! 冲冲冲!
- 可口可乐牛奶香: 这样的奥运会亮相，可真是中国的经典，让我们一起感受文化的魅力
- 最美味: 说的没错这也是我们文化的提现
- 不加糖好帅啊: 这就是传统文化的魅力，一直在感受
- 共2条回复
- Roy的宝璐女孩: 我们的龙舟进入奥运赛场这是好事情，为传统文化感到骄傲
- 桃花要换小鱼干: 把我们的龙舟文化传遍世界各地
- 宝贝圆圆WXX: 真是很佩服这样的传统文化，好美



## 央视多频道专题新闻报道

### 央视多频道多角度报道竞技龙舟表演赛，连续4天霸屏央视

比亚迪作为龙舟入奥战略合作伙伴受邀参与竞技龙舟的展示，刘总接受央视采访



- 《龙腾奥运赛场 中国龙舟启动入奥程序》专题报道，在《全景奥运》、《朝闻天下》、《新闻联播》、《正点财经》、《晚间新闻》等栏目播出5次。

比亚迪汉唐精英荟车主刘浩向国际奥委会主席巴赫先生赠送比亚迪竞技龙舟礼品



- 《龙舟入奥 指日可待》专题报道，在《全景奥运》、《奥运新闻》、《新闻直播间》、《奥运一点通》等栏目播出4次。

央视体育CCTV-5/CCTV1/CCTV13/CCTV2频道多栏目专题报道解读龙舟入奥始末，奠定比亚迪龙舟传播基调



- 龙舟表演赛2次专题新闻在8月3日-6日通过CCTV1、CCTV5、CCTV13、CCTV2多时段多栏目中共计播出9次，累计覆盖约1.07亿人次



## 《龙腾奥运赛场 中国龙舟启动入奥程序》专题报道

CCTV1/CCTV13《新闻联播》



视频包框 用于二次传播



CCTV1/CCTV13《朝闻天下》



首次播出时间：8月3日 21:30-23:00 CCTV5《全景奥运》

新闻时长：2分53秒

比亚迪呈现形式：亚太区刘总接受央视记者采访，画面中露出联合LOGO，新闻中露出两段采访画面，**总露出时长共约66秒。**

其他频道播出时间：

8月4日06:00-08:30 CCTV1/CCTV13《朝闻天下》07:10及08:40各播出一次；

8月4日CCTV2《正点财经》10:00及11:00各播出一次

8月4日19:00 CCTV1《新闻联播》播出一次；8月4日22:00 CCTV1《晚间新闻》播出一次；



## 《龙舟入奥 只待东风》专题报道



CCTV1/CCTV13 《新闻直播间》



CCTV5 《全景奥运》



首次播出时间：8月5日 21:30-23:00 CCTV5 《全景奥运》

新闻时长：3分36秒

比亚迪呈现形式：画面中露出联合LOGO，竞技龙舟模型由中国皮划艇运动员赠送给国际奥委会主席巴赫，**总露出时长共约43秒。**

其他频道播出时间：

8月6日CCTV1 《新闻直播间》 03:00及09:00各播出一次；

8月6日CCTV13 《奥运一点通》 13:00播出一次





## 官方自媒体平台

项目周期内共安排了 **75** 份传播内容在官方平台进行发布，总阅读量达 **3938.2万** 次

### 比亚迪汽车微博

总阅读量：3808万



阅读量：1470万

### 比亚迪汽车微信公众号

总阅读量：20.7万



阅读量：5万



阅读量：2.5万

### 视频号、抖音号、快手号

总播放量：109.5万



播放量：65.7万



## 龙舟入奥体育营销传播整体核心数据

总曝光量

可统计渠道曝光量超

4.15

亿次+

话题阅读量

#全民助力龙舟入奥#

2.5

亿次+

视频播放量

可统计渠道播放量超

1761

万次+

全网传播矩阵

全网可统计渠道发布超

5546

条+

总曝光数据来源：新浪+央视+新闻

\*注：数据统计截止至8月16日



# 向新而行

强大中国车 