

体育星势力·2019星途之夜

广告主：星途

所属行业：汽车

执行时间：2019.12.17-2020.01.13

参选类别：体育+数字营销类

营销背景

星途携手微博与新浪体育，共同开启了“体育星势力 2019 星途之夜”通过多维度的标准和考量，将体育与文娱跨界赋能，以榜样先锋的力量，打造了体育产业内集影响力、号召力、传播力、推动力于一体的年度盛会。

通过体育与娱乐结合，让体育在娱乐明星的受众中也能产生影响力，让更多人通过明星，了解体育，进而喜欢体育和参与体育。

作为新浪·体育星势力的独家合伙人，EXEED 星途品牌全程赞助此次盛会，其品牌传递的“敢超越”理念与“更高、更快、更强”的体育精神不谋而合。

营销目标

星代表着星空，是对未知的探索；途代表着征途，是不断超越的历程。星途 TX 目标 TA 成熟稳重，有责任心，对生活积极向上，不断向前奋斗探索，星途 TX 的定位所代表着的激情活力，自信随和，与敢拼搏、敢超越的体育精神不谋而合。

品牌希望借势新浪 IP 大项目#体育星势力#触达广泛体育&娱乐爱好者，使得车型亮点得到有效曝光，扩大传播声量，达到提高销量的目的。

策略与创意

借势年度体育颁奖 IP 盛典，带动星途 TX 品牌调性与车型曝光同步提升。

IP 绑定 声量曝光

绑定《体育星势力》IP，通过话题、系列明星海报、明星打 call 视频、公关报道、PR 长图、大账号曝光、KOL 炒作、专业文章、线下物料等线上线下整合营销星途品牌全程跟随大曝光，通过明星影响力带动星途 TX 车型调性提升。

创意策划 原生定制

为星途打造原生定制内容，定制话题#星途 X 超能挑战赛#、打造两位星推官定制短视频、定制体育明星车内直播、四大原生汽车栏目定制内容，通过多维度深度定制内容传递星途 TX 品牌精神，提升车型曝光声量。

执行过程/媒体表现

1、预热期

新浪大账号宣布项目开启，并邀请各体育项目大 V 传递体育名人故事渲染拼搏向上的体育精神，与此同时大账号发动线上问答互动，邀请网友为喜爱的体育投票，带动用户参与激情。

2、盛典日

新浪体育、微博体育、新浪体育 app 多平台直播现场亮点完美对接，网友关注实时互动；邀请运动员一起在车内做访谈互动类直播。直播过程中植入星途 TX 的内饰、外形、智能功能等亮点；在体育星势力盛典现场，EXEED 星途事业部品牌总监杨宁授予仲满、张培萌星推官证书；星推官直发微博与官微互动传播。

3、长尾期

#体育星势力# 圆满落幕！@张继科 @杨鸣 12 等体育重量级嘉宾携手@李晨 @GAI 周延 等娱乐明星作为体育运动的榜样，发布博文，致敬体育精神；多维度 KOL 在盛典后为品牌持续造势，延续活动声量。

定制 4 大专业文章，汽车频道从文章内容层面结合活动传播报道，全面提升星途品牌力。





营销效果与市场反馈

#体育星势力#话题阅读量 5.3 亿，定制话题#星途 X 超能挑战赛#话题阅读量 1.3 亿，相关博文互动量 76 万，相关视频播放量 4164 万，直播观看人数 857 万，30+ 位明星为活动录制打 call 视频。

活动从微博开机、热榜、热点视窗、品牌速递、话题榜单，全程覆盖网友浏览路径，体育类&娱乐类微博账号助推，实现星途多圈层粉丝覆盖。