

华彬快速消费品集团  
REIGNWOOD FMCG GROUP

# 【中国电竞 当燃战马】

## 战马亚运电竞营销项目结案报告

## 项目目标

# 借势电竞入亚，实现品牌在电竞领域的全面认知升级



以电竞入亚为契机，深度关联“中国电竞”，强化品牌在电竞领域的影响力，形成更高的行业指代。



实现战马在电竞消费场景的深层教育，夯实“更受中国电竞用户喜欢的能量饮料”品牌形象。

## “消费场景+亚运观赛”，让战马与“中国电竞”强关联！

### 01. 群体共振

#### 激发更多的电竞群体参与

电竞入亚历史性时刻，联合权威媒体人民电竞，以电竞人物故事，点燃圈层群体的情怀与共鸣。借势国际大赛热烈高昂的民族情节，在全民亚运氛围下引爆“为中国电竞加油”的情感共振。

### 02. 亚运热点

#### 借势更热的亚运赛事话题

电竞项目成亚运最热门看点之一，中国电竞亚运首金更备受关注，借势首金热度，战马官宣祝贺，强势输出“电竞第一罐”品牌形象，强化行业地位，提升品牌认知。

### 03. 场景渗透

#### 营造更强的消费场景氛围

围点亚运主场地杭州，通过跨界潮流餐厅+盲盒快闪，营造亚运观赛氛围。在亚运期间形成“看电竞比赛，喝能量战马”的风潮。有效关联目标人群和产品消费场景。

强势锁定中国电竞，顺势收割观赛场景

传播效果超额达成

项目总曝光量

效果达成超  
200%

1亿



预估曝光量

2.19亿



实际曝光量

项目总互动量

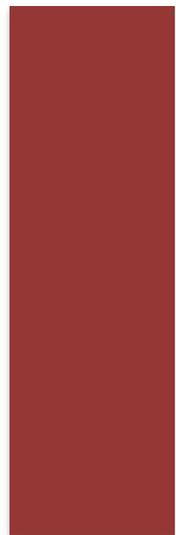
效果达成超  
126%

18万



预估互动量

22.7万



实际互动量

话题总阅读量

效果达成超  
200%

8000万



预估阅读量

1.6亿



实际阅读量



9月15日-9月22日

9月23日-9月26日

9月27日-10月11日

# 中国电竞 当燃战马

目标

亚运赛前引爆圈层情感共振

借势亚运热点 强化品牌认知

深化电竞消费场景 拉升品牌营销价值

传播动作

战马X人民电竞联创TVC【正当燃】上线  
#中国电竞，当燃战马#话题互动引爆热议

战马×人民电竞 限量联名礼盒宣发  
“祝贺电竞第一冠” 热点借势

“看电竞比赛，喝能量战马”  
杭州电竞餐厅跨界联动/盲盒快闪点燃电竞之夜

传播资源

权威媒体官微+圈层KOL转发扩散  
朋友圈投放  
媒体报道

现役电竞选手+圈层KOL礼盒开箱传播  
用户/粉丝有奖互动

抖音KOL+小红书KOC线下打卡互动  
权威媒体报道  
行业营销传播

人民电竞深度合作 (TVC联创+礼盒及线下活动联名授权+互动活动发起+全程媒体矩阵报道传播)

# TVC全渠道总播放量超2800万+ 曝光量超1亿+

## 内容引发圈层共鸣带动播放量激增，精准定向实现目标用户高效触达

### 上线首日播放破千万

联合人民电竞创作TVC，呈现中国电竞人为热爱而战的故事，全渠道上线**首日播放量即突破1000万**，获多家媒体官微及KOL转发扩散，**三日内播放量快速达到2800万!**



### 精准触达目标群体

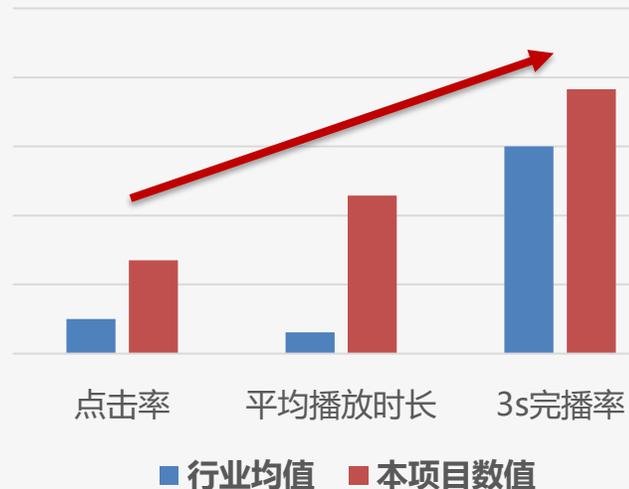
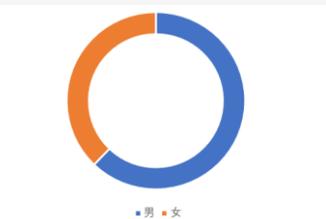
为精准影响目标群体，选择朋友圈广告定向投放，触达营销区域18~30岁的人群，**投放曝光量超134万+**，**播放量达95万+**，**播放率70%以上**。各项投放效果均超同行业平均数值!



Warhorse战马  
中国电竞 当燃战马  
更受中国电竞用户喜欢的能量饮料



了解更多



# TVC全渠道总播放量超2800万+ 曝光量超1亿+

## 全国媒体就视频进行报道，深度解读《正当燃》，致敬中国电竞！

### 战马品牌出品《正当燃》视频为电竞赛事“充能”

中国青年报 2023-09-26 22:06

中国青年报客户端讯（中青报·中青网记者 王海超）反击、呐喊、欢呼……近日，电子竞技首次以正式比赛项目身份在亚运会赛场登场。人民电竞和战马能量饮料联合推出电竞视频《正当燃》，表达“正当燃”的电竞群体精神。作为中国电竞领域头部资深合作品牌，战马用影像方式记录中国电竞人激情追梦历程。

视频受到众多电竞网友的点赞和热议，更被不少资深玩家和电竞媒体转载，视频中那些“为热爱而战”的瞬间，让无数电竞人共情。事实上，国内电竞产业从不被看好到走进国际体育赛场，一路走了20年，经历低谷、巅峰等不同阶段。对于中国电竞人来说，青春和热血是真实存在的，他们怀揣执着和梦想，不断追求不凡。他们是赛场上拼搏的选手，也是幕后默默付出的教练、解说和组织者。

战马品牌相关负责人表示，将继续深耕中国电竞土壤，打通职业赛事与大众赛事，深入IP跨界合作，助力推广中国电竞产业。



### 以热爱燃爆热爱，战马见证中国电竞“正当燃”

中国经营报 2023-09-25 20:38 北京

电子竞技作为一项极大考验选手手眼反应和配合能力的运动，一直备受各界关注。伴随着中国电竞专业选手和爱好者的热切期待，电子竞技成为亚洲规模最大的综合性运动会比赛项目更具有里程碑意义。自2017年正式上市之初即投身助力中国电子竞技行业发展的战马能量型维生素饮料近日出品了一支“超燃”中国电竞群体视频《正当燃》，以热爱燃爆热爱，致敬中国电竞。



中国网  
china.com.cn



致敬中国电竞，战马能量饮料为杭州赛事充能助威

中国网 2023-09-20 11:00:00 阅读量: 7390

9月23日,电子竞技将首次以正式比赛项目身份在杭州全面登场,并在众多的期待中亮相全球,迎来电子竞技发展史上一个全新的开始。随着赛事门票的发售,很多人感慨,为什么一场电子竞技的门票,甚至“比演唱会门票更难抢”,这也足以体现电竞爱好者们对电竞的热情与期待。

拼杀、反击、呐喊、欢呼……这对于每一个电竞人来说,是再熟悉不过的感受和状态。中国电竞一路走来,也经历了不同的阶段,有低谷、有巅峰……正如每一场电竞比赛一样,从奋力拼搏,到看到胜利,再到逐渐进入更好的黄金时代。这已经是一种热血的精神,并开始烙印到一种文化之中。



封面

封面新闻视频

9-22 18:29 来自 微博网页版 已编辑

亚运开幕在即，电竞赛场全球期待，预祝中国电竞再迎巅峰！#中国电竞，正当燃战马#

@Warhorse战马

#中国电竞，正当燃战马#全球目光共聚杭州，电竞热情，燃动临安！还有1天，9月23日电子竞技将首次以正式比赛项目身份亮相国际综合性体育赛事！战马能量饮料与中国电竞相伴7年，见证中国电竞人不忘初心，战至巅峰！期待杭州赛事，为中国电竞加油！战马能量型维生素饮料，更受中国电竞用户喜欢的能量饮料， ... 展开



9-22 17:00

4299

324

5054

# #中国电竞，当燃战马#话题阅读量达1.6亿

## 多家权威媒体支持“中国电竞，当燃战马”，KOL扩散掀起电竞群体高燃应援

### 权威媒体转发认证，KOL接力应援

话题上线后，多家媒体蓝V与KOL账号转发扩散，号召网友一起为中国电竞加油！**一周内话题阅读量破亿！**在亚运前夕为品牌话题缔造高燃势能！



### 引爆电竞群体情感共振

随着话题热度持续攀升，用户热情被充分点燃，**累计超10万+网友参与话题互动**，一起为中国电竞加油！战马与中国电竞的强势关联也快速占领用户心智！



### UGC走心评论

### 目标用户深度共情

# 战马x人民电竞联名礼盒上线 曝光量超1000万+

## 7年助力电竞发展获权威媒体认证，礼盒圈粉无数热议出圈

### 电竞选手及KOL开箱点赞

以礼盒承载战马7年深耕电竞历程，电竞“第一罐”获权威媒体人民电竞认证联名！电竞选手及KOL开箱传播，为战马助力电竞发展的品牌践行点赞证言！



### 礼盒开箱视频引发粉丝种草，获百万播放量！

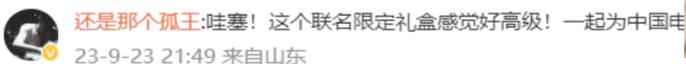


### 用户热情高涨礼盒备受追捧

伴随一系列线上线下有奖活动的开展，用户热情高涨，踊跃参与活动，礼盒倍受追捧！一时间“一盒难求”



### 网友种草在线求购



线上线下联动  
用户踊跃参与官方有奖活动



# 借势亚运电竞首金热点 强化品牌形象输出

## 电竞“第一罐” 祝贺电竞“第一冠”， 抢占亚运电竞营销高光时刻



随着亚运比赛的火热进行，中国电竞首金出现，电竞用户观赛热情进入高峰！

战马第一时间官宣祝贺：“电竞第一罐祝贺电竞第一冠” 热点借势，强化用户对品牌认知

Warhorse战马  
23-9-26 19:57 发布于北京 来自 iPhone 11

#中国电竞，当燃战马#战马携手@人民电竞 祝贺中国电竞“第一冠”！战马致敬“战马”！敬他们为梦想加冕，为热爱而战！战马与中国电竞相伴7年，持续助力各大电竞赛事，未来将持续以澎湃能量，助燃中国电竞梦想！战马能量型维生素饮料，更受中国电竞用户喜欢的能量饮料，以健康补给，助你提升能量！#有能量当燃战马##战马能量饮料#



官微祝贺海报获网友点赞，卷入更多用户一起为中国电竞加油！

2029 107 1075 分享这条博文

北投57757:有能量当燃战马恭喜得冠👍

祈愿谦虚蛋糕👑金粉3  
我们是冠军！！中国队好牛！

YaNg某\_某  
不愧是电竞第一罐！帅！

茶末染墨\_Christine 铁粉4  
升国旗，奏国歌🇨🇳我们是冠军！！！

薇雨无尘 铁粉3 :祝贺电竞第一冠

BARK\_AT\_THE\_MOON  
无需赘言，中国电竞第一罐！👍👍👍

# 首次跨界潮流电竞餐厅 内容阅读量超754万+

## 限定套餐销售火爆，餐厅客流倍增，掀起“看电竞比赛，喝能量战马”的风潮！

### 深度捆绑消费场景，打造观赛氛围感

大胆跨界多家潮流电竞餐厅，打造亚运氛围感观赛门店，吸引大批用户进店消费，餐厅客流翻倍！



活动引发多家同类商户咨询合作



### 限定套餐当日售罄好评出圈

首次推出限定能量套餐，搭配战马特调饮品，吸引众多KOL探店打卡。套餐限时发售，上线当日快速售罄！



### 以官方套餐之名入驻商家大众点评首页

WinWings野翅美式餐吧五角... 商家号 关注  
野战联手-全程观赛 活力四射  
迎亚运赛事 与战马联名推出套餐...



一只贝贝 L1V1  
顾客消费五星好评

发布于 9月27日  
五星 打星 ¥100/人

环境不错，很适合聊天，菜品也不错。总体还是不错的，完全ok，战马联名套餐nice!  
推荐：黑松露风干火腿披萨



# 电竞盲盒空降杭州 战马快闪活动曝光量达4800万+

## 燃爆亚运主场，打造亚运电竞比赛的第二应援现场

### 沉浸式观赛引爆电竞之夜

空降盲盒惊喜开启，战马杭州快闪吸引大批电竞用户参与，  
**线下影响覆盖人群超10万!** 丰富互动内容全方位输出品牌形象.超燃  
户外水友赛，打造沉浸式观赛氛围，亚运赛场之外，引爆电竞之夜!



### 多渠道扩散品牌声量最大化

百万级KOL现场助阵，覆盖抖音、小红书社交平台，**相关视频播放量超750万+**，**互动量超8万!** 权威官媒环球时报，中国网强势报道，  
区域媒体核心门户持续传播。



# 全国级媒体和杭州当地媒体进行活动报道和传播



环球杂志  
23-10-6 19:25 来自 微博视频号

杭州赛事精彩纷呈，战马电竞盲盒惊喜空降！限时快闪吸引大批电竞爱好者参与，打造沉浸式观赛体验，为中国电竞加油！#中国电竞，当燃战马# (资讯) 环球杂志的微博视频



5.7万次观看



钱江晚报  
23-10-6 18:29 来自 微博视频号

杭州赛事精彩纷呈，战马电竞盲盒惊喜空降！限时快闪吸引大批电竞爱好者参与，打造沉浸式观赛体验，为中国电竞加油！#中国电竞，当燃战马# 钱江晚报的微博视频



28.6万次观看



人民电竞  
推荐内容 来自 微博视频号

#中国电竞，当燃战马#电竞盲盒空降杭州，战马能量高燃炸场！各路玩家集结，户外观赛嗨翻全场！沉浸式体验热血电竞，酷玩一整天！看电竞比赛，喝能量战马，为中国电竞加油！ 人民电竞的微博视频



## 高燃快闪,全民应援!战马携手中国电竞燃梦西子湖畔!中国网



2023年10月11日 作为更受中国电竞用户喜欢的能量饮料,战马频频出手,从超燃短片、限量联名礼盒、限时电竞套餐到激情快闪活动,一系列超燃大招输出,让全民应援中国电竞风潮澎湃汹涌。全景营造高燃电... 中国网

## 高燃快闪,全民应援!战马携手中国电竞燃梦西子湖畔 凤凰网

2023年10月7日 作为更受中国电竞用户喜欢的能量饮料,战马频频出手,从超燃短片、限量联名礼盒、限时电竞套餐到激情快闪活动,一系列超燃大招输出,让全民应援中国电竞风潮澎湃汹涌... 手机凤凰网

## 更受电竞用户喜欢的能量饮料,战马燃梦西湖



2023年10月13日 战马作为更受电竞用户喜爱的中国能量饮料,跨界带来了各式各样的快闪组合拳,成就战马青年的能量聚会,掀起一阵阵炫酷的电竞之风。中国电竞,当燃战马!超燃快闪,战马能量盛宴战... 财南日报

## 更受中国电竞用户喜欢的能量饮料,战马持续助力中国电竞 - ...



2023年10月27日 杭州亚运会到来前夕,战马便在多个城市举办了大型电竞活动——战马电竞嘉年华,希望更多的人能认识到电子竞技这项新兴的竞技体育活动。亚运会期间,战马与人民电竞联名发布限定礼盒... 今视网

## 电竞首次入亚,战马7年沉淀领跑电竞营销! 中国 品牌 用户



2023年10月13日 以电竞首次入亚为契机,战马携手人民电竞联合推出专属中国电竞群体的应援视频《正当燃》,讲述众多电竞人的故事,致敬中国电竞,强化了品牌积极推动中国电竞产业发展,持续为中国电竞梦... 搜狐网

## 高燃快闪,全民应援!战马携手中国电竞燃梦西子湖畔! 网易



2023年10月7日 (原标题:高燃快闪,全民应援!战马携手中国电竞燃梦西子湖畔!) 随着杭州亚运电竞赛事持续推进,全国电竞玩家的热情已被彻底点燃。作为更受中国电竞用户喜欢的能量饮料,战马频频出手,从... 网易

## 高燃快闪,全民应援!战马携手中国电竞燃梦西子湖畔!

战马携手中国电竞燃梦西子湖畔!作为更受中国电竞用户喜欢的能量饮料,战马频频出手,从超燃短片、限量联名礼盒、限时电竞套餐到激情快闪活动,一系列超燃大招输出,让全民应援中... 环球网

数据汇总

核心事件	物料	渠道	曝光量 (万)	播放量/阅读量 (万)
战马X人民电竞联创TVC上线 #中国电竞, 当燃战马#话题互动	TVC发布	战马官方 (微博, 视频号, 抖音)	—	1601
		媒体微博及KOL转发	10000	3145 (阅读量)
		微博账号转载	7800	219
		朋友圈广告投放	134	95
		人民电竞 (微博, 公众号, B站, 头条号, 企鹅号, 百家号, 澎湃号)	—	530
		人民体育公众号	18	
战马×人民电竞限量联名礼盒宣发 “电竞第一罐祝贺电竞第一罐”热点借势	礼盒发布	战马官方 (微博)	63.8	4.2
		人民电竞 (微博)	142	44
	KOL礼盒开箱视频	微博	215.7	108
	电竞首金海报	战马官方 (微博)	63.8	2.6
杭州电竞餐厅跨界联动 盲盒快闪点燃电竞之夜	线下活动	餐厅活动	覆盖影响人流10万+	
		快闪活动		
		KOL线下打卡 (抖音)	719	752
		KOC线下打卡 (小红书)	50	3.8
	活动总结视频	战马官方 (微博, 视频号, 抖音)	178.6	24.5
		人民电竞 (微博)	142	47.1
		权威媒体微博	2243	45.6
	营销盘点	人民电竞 (公众号)	28	0.6
		行业微信公众号	86	2.6

华彬快速消费品集团  
REIGNWOOD FMCG GROUP

**THANKS**