

# 汤臣倍健：PK帕梅拉就凭这“骨”劲

- **品牌名称：**汤臣倍健
- **所属行业：**保健品
- **执行时间：**2023.10-11
- **参选类别：**明星/达人营销类

# 案例视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

视频物料

[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNjM2NjlyNDM3Ng==.html](https://v.youku.com/v_show/id_XNjM2NjlyNDM3Ng==.html)

Showcase结案

[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNjM2NjlxNjc4MA==.html](https://v.youku.com/v_show/id_XNjM2NjlxNjc4MA==.html)

## 销售目标

**巩固钙品类心智，冲击1000万GMV**

## 传播目标

有效整合媒介资源，通过线上大事件整合推广，完成认知拉新，引流收割闭环

## 营销难点

行业产品同质化

品牌竞争白热化

特殊品类受  
广告法规限制

### 三重难点夹击之下

本次营销目标是汤臣倍健如何突破营销桎梏，  
占据消费者心智，抢占市场份额。

# 十月全民运动潮 两大机遇助力品牌引爆营销



## “ 社会热议：

适逢10月杭州亚运会运动盛事火热来临之际，全民运动需求升级，补钙刻不容缓。因此，发起全民运动会。提高补钙意识，骨力接力掀起运动新风潮。

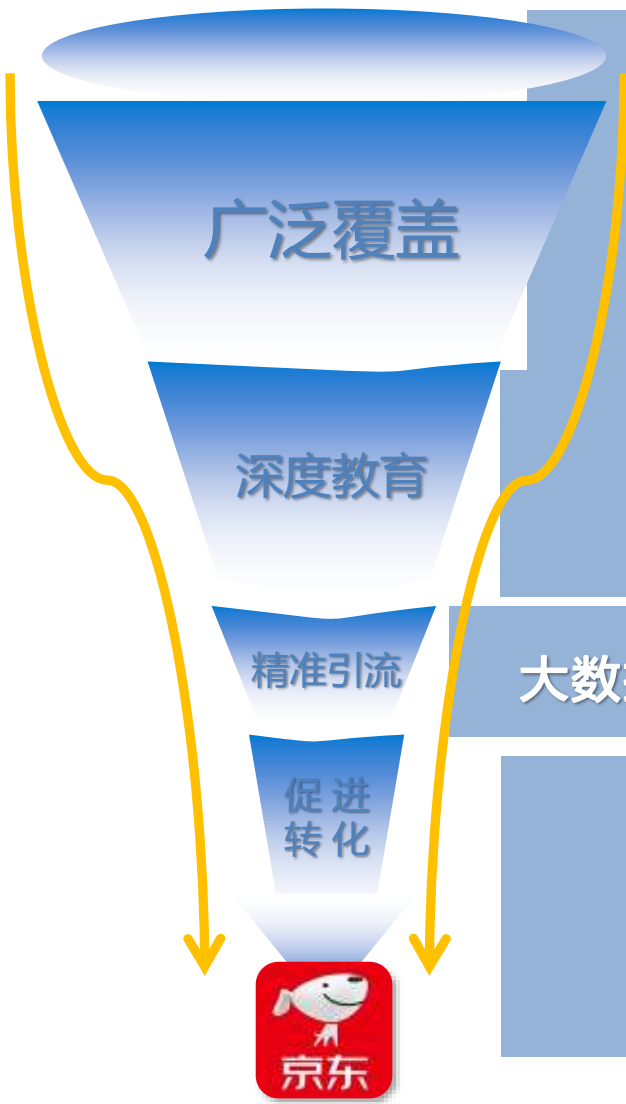
”



## “ TA焦点：

国际健身运动圈顶流魔鬼帕梅拉，即将发起首次中国行，聚焦千万粉丝关注。即将掀起运动补钙意识新风潮！

”



掀起好奇心缺口 话题制造产品沟通机会点



魔鬼帕梅拉加入  
专业操赋能骨力提升  
动作设计引爆全网关注



全国范围宣发  
K2运动操+运动会

话题风暴再升级



顶级KOL跟练团 出战跟跳+口碑背书

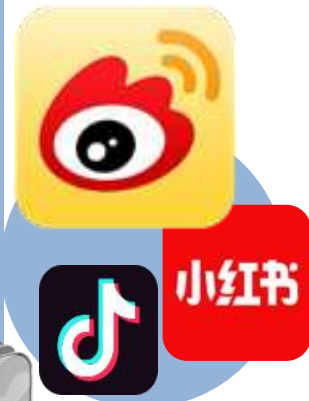
多圈层垂类KOL 强势背书" K2精准补钙" 种草汤臣倍健 K2礼盒

建立流量杠杆



多渠道话题页+种草王牌装备

关键核心动作&产品故事,详细教育汤臣 K2装备优势



大数据精准引流目标人群进店浏览&购买



赋能私域生态  
拉新+会员激活



线上旗舰店沉浸运动体验升级  
运动主题氛围设计,场景化激活消费需求



bigday中文运动直播收割

帕梅拉爆点直播+互动权益引爆撬动 K2转化爆发

# 1-6-N圈层矩阵链路打通流量销售闭环 突破营销结界



微博为核心阵地，组合主流平台策略，借势平台，突破该品无法连接明星的限制。

霸榜优质资源点位，强势声量曝光

## K2运动会

汤臣倍健X微博X京东X帕梅拉

### 层层吸睛大众 精准引爆销售



宇博顶流帕梅拉号召  
多圈层响应达人扩散



1-6-N圈层大范围扩散造大声势，强势覆盖目标人群  
加深汤臣倍健“K2”印记深度种草钙DK。



胶囊速干毛巾



K2耳机包



K2时尚收纳袋



K2拳击手套



K2运动水壶



# 健身顶流帕梅拉引领K2运动会热潮

## 由运动圈层出发，层层递进号召全民参与引爆关注

全域预热-帕梅拉邀请全民跟跳



帕梅拉多平台首发K2骨力操  
开启全民跟跳热潮

挑战加热-全民骨劲PK挑战



官方多平台发起#PK AI芭比#话题挑战赛  
品牌定制礼盒引爆抢购

直播引爆-万人在线PK



京东A+超级发布资源助力帕梅拉首场国内直播  
站内直播万人在线跟跳引爆直播间

# K2运动会嗨翻「微博」主阵地 帕梅拉首发+热搜词引爆全民话题围观+精准销售


话题引爆：#PK帕梅拉就凭这骨劲

K2骨力操全网上线  
K2运动会火热启动



- 帕梅拉X官博首发全网上线[K2骨力操]

礼盒上线京东，  
多圈层扩散  
自来水UGC铺量



- 话题热度高涨

热搜第三位，  
霸屏资源点位  
促进销售，平台导流



- 导流京东，实现销售闭环

微博长线话题，  
专业科普KOL持续加持  
促进长尾转化



- 热度加持



小红书 多圈层达人  
渗透传播



多圈层接力晒骨力挑战战绩  
多维测评种草产品导流引爆销售



微博携手帕梅拉为科学运动补钙发声，  
汤臣倍健开启高燃K2运动会

## 行业突破：

打破常规VDS营销，首次联合微博主办方，京东A+超级发布顶级资源，  
打造「K2运动会」，树立VDS行业钙品类营销新标杆。

## 资源突破：

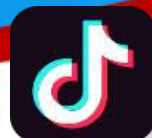
首次合作宇博顶流帕梅拉，掀起运动圈层声浪。

## 销售突破：

单次营销带动销售突破1000万+，从站外到站内抓取  
目标人群，有效运营沉淀高价值用户，为生意增长做有效拉动。



汤臣倍健



## 亮点数据

京东  
多·快·好·省

# 总曝光 1.7亿次

电商端实现超1000万销售转化

### 微博端

钙片赛道用户心智跃升至

# TOP 1

品牌声量为营销前

# 135倍

品牌兴趣人群提升达

# 36,753%



小红书



扩散渠道：小红书、微信、抖音

总曝光量 **9,000万+**



### 抖音端

本次营销有效5A人群触达量达

# 2295万

带动5A人群拉新增长达

# 104%

活动话题播放量

# 5000万+



## 背景/BACKGROUND

汤臣倍健作为VDS行业领先品牌，在钙品的“红海”里，面临着行业产品同质化、众多品牌竞争白热化、特殊品类单品受广告法规重重限制的三重难题冲击。如何帮助汤臣倍健钙品突破营销桎梏，快速占据消费者心智，在众多品牌中脱颖而出抢占市场份额，是本次营销的核心挑战。

## 策略/STRATEGY

「顶流突围，圈层扩散」以“运动健身”为突破口，主办方微博发起「K2运动会」主题活动，结合京东超级IP“A+超级发布”&顶流健身博主帕梅拉顶级资源造势。以微博为主阵地，抖音、小红书、微信等主流媒体平台打造“1-6-N”圈层矩阵，由运动圈层出发，产品心智层层渗透6大圈层，强势覆盖目标人群。

全网阅读量

8681万+

&gt;&gt;&gt; 品牌骨劲热搜话题持续霸榜

#PK帕梅拉就凭这骨劲#



&gt;&gt;&gt; 帕梅拉同款定制礼盒引爆产品销售

汤臣倍健「骨力无限礼盒」



汤臣倍健塑造保健行业营销新标杆  
开创帕梅拉与VDS行业首个及目前唯一品牌合作



汤臣倍健电商营销战役  
「K2运动会 骨力无限接力」  
汤臣倍健 X 京东 X 微博

&gt;&gt;&gt; 包围式强曝光渗透种草捕获大众关注

1.7亿+

全网总曝光 卷动超千万销售额



#汤臣倍健K2运动会 话题曝光量

1000万+



品牌人群增长

104%+

内容整体爆款率

40%+



品牌声量

135倍+

兴趣人群增长

36753%+

## 洞察/INSIGHT

后疫情时代，各式运动竞赛井喷式回归大众生活，全民运动热情持续升温；10月杭州亚运会运动盛事将2023年运动氛围推向高潮。同时恰逢国际运动健身顶流博主「帕梅拉」开启首次中国行，成为全民关注焦点，这无疑是汤臣倍健作为始终关注大众健康的国内VDS行业领先品牌，借势双重热点为汤臣倍健钙品在竞争中突围，夺取TA关注并占领市场的最佳机会。

## 创意/IDEA

汤臣倍健K2运动会 骨力无限接力  
强势打造汤臣倍健粉丝专属运动会，特邀帕梅拉跨界出任首席运动员，首发全新骨劲运动挑战，引发全网参赛PK帕梅拉，掀起科学精准补钙新风潮。

全网观看量

1600万+

&gt;&gt;&gt; 帕梅拉定制操&amp;独家ID助力骨力提升 &lt;&lt;&lt;

帕梅拉定制品牌独家「K2骨力操」



&gt;&gt;&gt; 帕梅拉中文直播首秀嗨翻全网 &lt;&lt;&lt;

全网粉丝面对面PK帕梅拉

