



HOME

ABOUT

CLUB

BLOG

看苏超 喝喜力

喜力x苏超
2025现象级体育营销

喜力借势苏超：引爆2025体育营销新范式

以欧冠星级体验落地本土赛事为核心，构建苏超“赛事第一现场+全民第二现场”矩阵，声量与销量双爆发成为酒业跨界本土体育 IP 赛事标杆

670亿+

全网赛事话题曝光



1.03亿+

全网品牌内容曝光

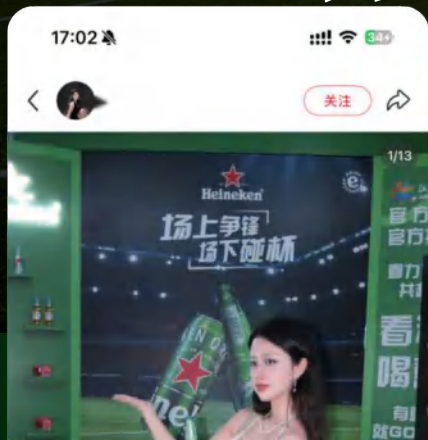
地域文化融合

双现场共振

国际观赛体验

KOL矩阵

全民UGC



合作缘起

2025因热爱共鸣，为巅峰携手



足球基因匹配

喜力作为欧冠超30年赞助商
自带足球基因和传承因子
与苏超球迷群体高度契合
可高效触达并渗透

核心足球爱好者，唤醒深度情感共鸣

高端定位匹配

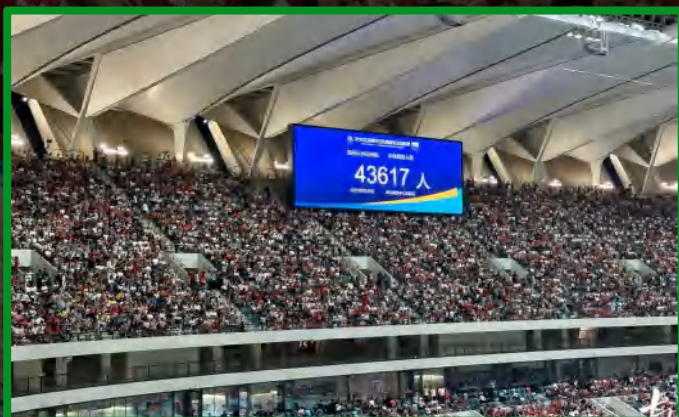
全球第一的啤酒
与江苏全国经济强省
定位深度契合
实现品牌与IP的强强联合

刺激消费场景匹配

啤酒作为消费场景的重要载体
喜力深度绑定苏超观赛全场景
成为拉动江苏消费的新引擎

营销背景

三大契机，撬动2025喜力营销新局



现象级体育IP崛起

5月开赛，7月登峰
【苏超】逐步成为全民热议焦点
具备强大流量与情感共鸣基础
为品牌提供绝佳营销契机



跨界体育竞争趋向本土

酒业跨界体育已成趋势
本土赛事成为品牌必争阵地
喜力依托国际高端定位
差异化切入实现江苏区域市场突围



饮酒消费场景升级

球迷需求已从单纯“看球”
向“沉浸式高品质观赛”迭代
喜力通过“国际级体验+纯粹品质”双赋能
满足球迷沉浸式高品质观赛需求



营销目标

品牌层面



市场层面

苏超的商业价值暴增
品牌扎堆入局、营销内卷

「看苏超喝喜力」
核心场景深度绑定

喜力的核心挑战：承接流量破圈突围
将赛事热度转化为品牌资产

提升江苏区域喜力品牌认知与好感
拉动渠道动销增长



核心策略

“现象级IP借势+全场景体验渗透+线上线下一闭环”



双话题并行

#场上争锋场下碰杯
#看苏超喝喜力



精准锚定双群体

“专业球迷+全民参与者”
覆盖「核心受众+破圈大众」



品效双丰收

“品牌高度+大众热度”
将喜力国际高端基因
与苏超本土活力深度融合

双话题

双群体

双丰收



四大传播创意亮点，打造全民观赛营销闭环

创意亮点①

第一现场 场景创新



打造赛事营销新场景

强化“在赛场·看苏超·喝喜力0.0”
的场景捆绑，强效提升品牌记忆

- 01. 品牌矩阵赛场内全域覆盖
单场最高影响6万人次+
- 02. “品牌大使+巨型背罐移动售酒”
创新组合拉满沉浸式观赛情绪体验

第二现场 全域渗透

创意亮点②



联动商圈、酒店、食街等

多渠道搭建 270 个观赛点

实现“全民看苏超、随处喝喜力”
场景全覆盖，拉近品牌情感距离

创意亮点③

线上传播 超高流量



UGC自然流量 + 官媒双驱动

激发大众自发玩梗自发传播

形成“网友造梗 - 官媒背书 - KOL 扩散”
低投入实现流量与品牌好感双提升

圈层联动 创新传播

创意亮点④



体育达人+各生活圈层KOL

多维度释放内容

实现从核心球迷到全民参与的破圈
放大事件整体影响力

Heineken



Heineken®

线下落地执行

双现场全域覆盖

打造观赛第一现场矩阵（赛事核心场景）
全方位构建观赛第二现场（全民渗透场景）

Heineken®

线下落地执行

创新赛场售酒体验：在赛场 · 看苏超 · 喝喜力

全国 首创

01 开创场景

喜力0.0以创新赛场体验，首创了“足球+零酒精”的消费新场景，开辟国内赛事酒饮新纪元
实现“在赛场 · 看苏超 · 喝喜力0.0”的强场景捆绑

喜力品牌大使专属赛场内啤酒互动

- 【创新体验】 巨型背罐移动品鉴售卖，打造沉浸式观赛情绪体验



5000杯+

单场最高售出

3万+

场内累计售卖产品

在无锡、常州、南通、南京等城市成功突破场内售酒限制
以“喜力品牌大使+巨型背罐移动售卖”的组合打造移动售酒场景
拉满国内球迷观赛体验！举杯喜力0.0 观赛更尽兴！
进一步强化球迷“在赛场 看苏超 喝喜力0.0”的赛场内消费记忆。

线下落地执行

打造观赛第一现场矩阵：赛事核心场景



02 视觉性

场内视觉全覆盖

覆盖85 场赛事（含十三轮常规赛 + 淘汰赛）赛场内布置
大屏、A板、道旗等视觉载体
构建沉浸式赛场品牌氛围

03 互动性

场外品牌专区体验

在赛场外搭建品牌展区，持续积极开展试饮、售卖活动
打造沉浸式观赛氛围，延伸赛事体验场景

85场

赛事覆盖

3万人+

场均触达目标用户

Heineken®

线下落地执行

全方位构建观赛第二现场：全民渗透场景



01 全域触达

霸屏生活圈地标大屏

从城市天际线巨幕到通勤必经的地铁通道
让品牌声量渗透至城市生活的每个角落
实现全民级的品牌曝光与心智占领



02 场景沉浸

270+ 第二现场观赛点位

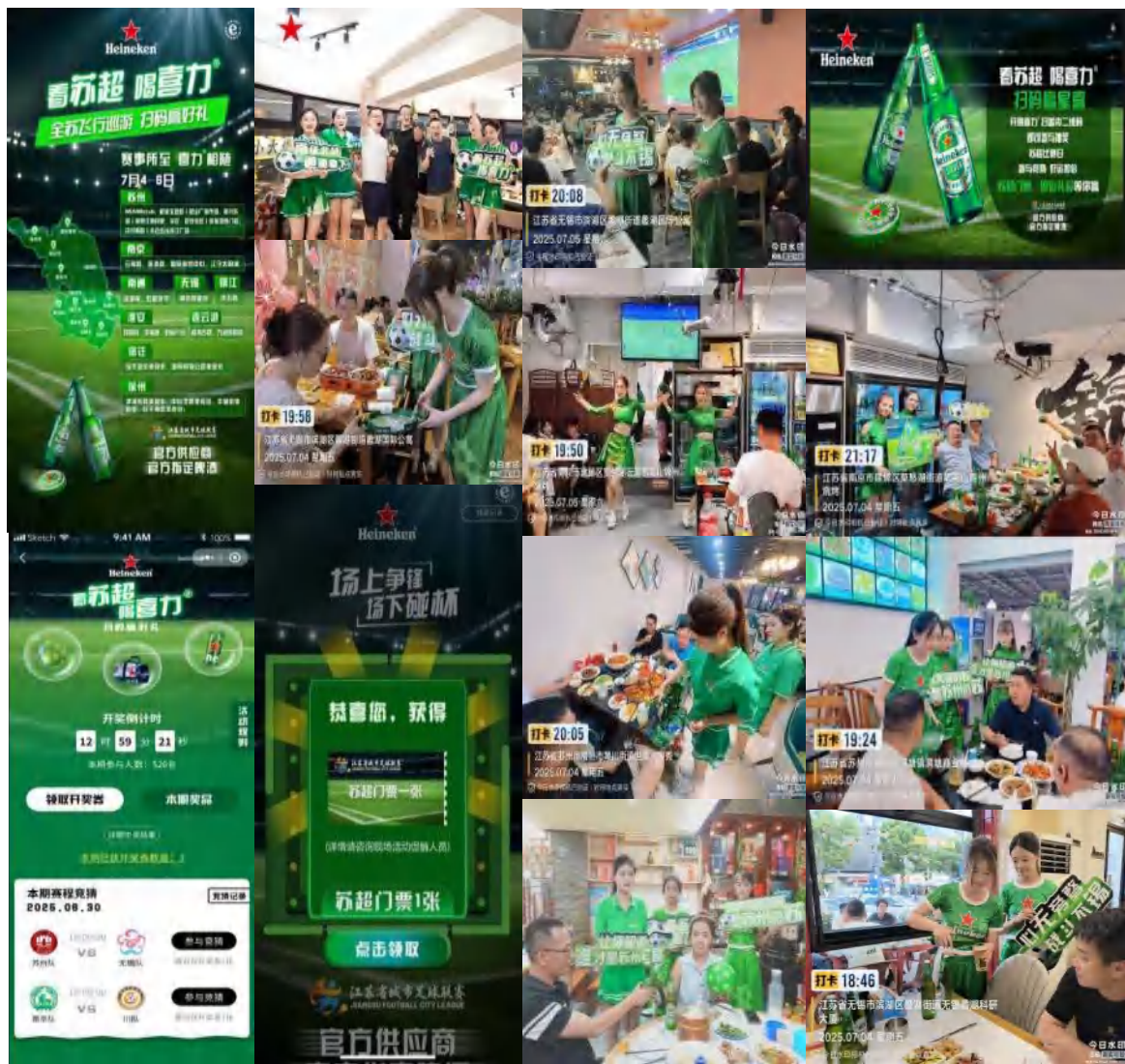
联动吾悦广场、万象城、太阳城等核心商圈，紫琅湖、京杭湾等啤酒节现场及具备转播条件的TOP 街区/渠道
构建“无处不在”的观赛氛围，实现品牌与消费者的深度情感联结



Heineken®

线下落地执行

全方位构建观赛第二现场：全民渗透场景



03 本地渗透

品牌大使街区巡游

深入核心商圈、人气酒吧、美食街区等消费场景
通过“喝喜力赢苏超门票”“桌上足球”等互动
打造“边走边玩、边喝边赢”的沉浸式体验

04 福利激励

线上开瓶竞猜互动

投入苏超门票、足球等促销礼品引导消费者购买
成为线上热点话题，同时拉动销量，实现品效合一

180场

7-10月开展活动场次

106条

覆盖城市街区

2.1万+

累计线下互动人次

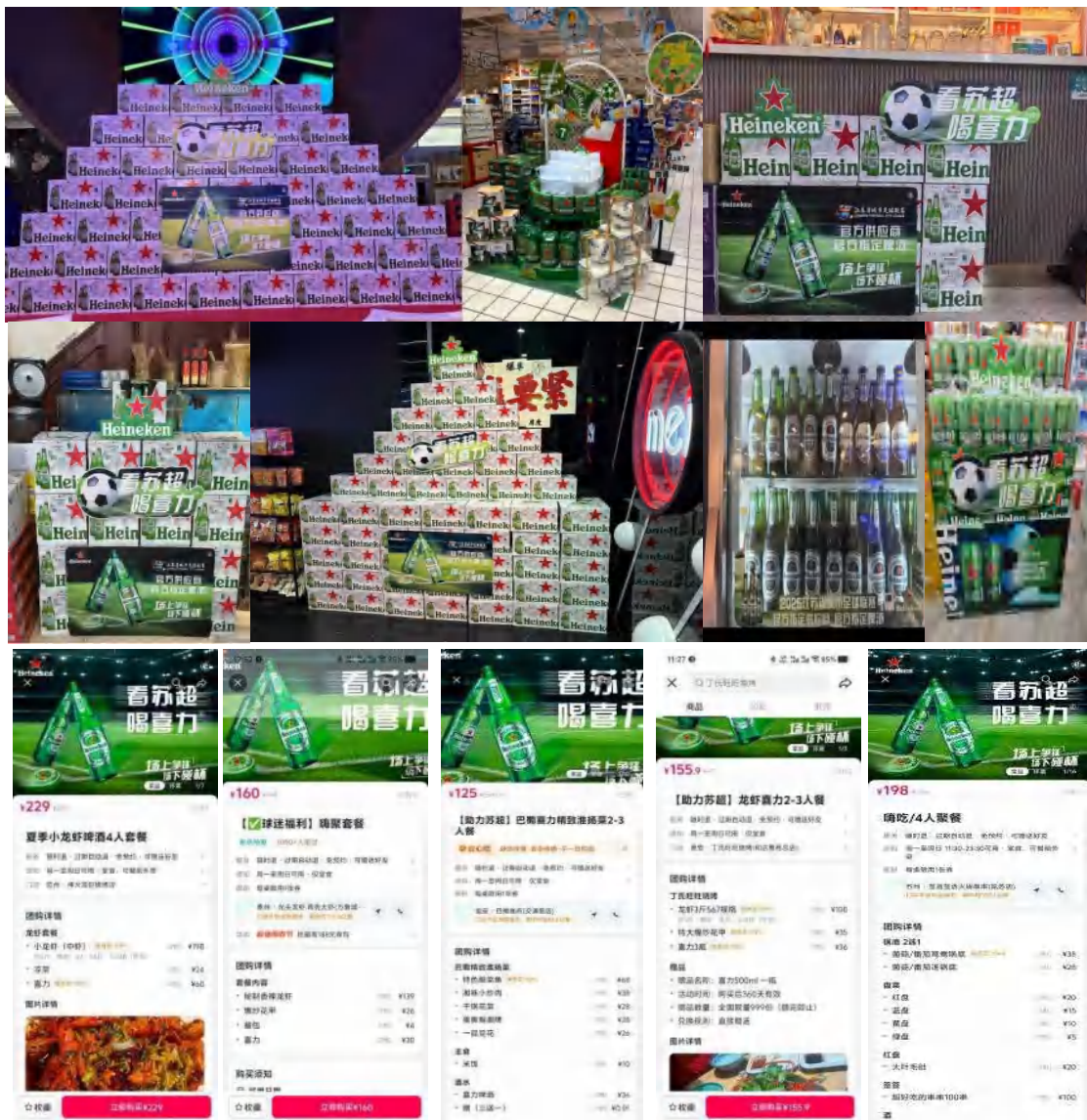
1.7万+

累计线上参与人数



线下落地执行

全方位构建观赛第二现场：全民渗透场景



05 本地生活

推出[铁杆球迷团餐]

提供一站式观赛餐饮方案
 打造“看球+吃饭+喝喜力”的专属消费闭环
 让球迷在美食与美酒中沉浸式享受赛事

06 沉浸氛围

全域观赛氛围营造

构建“喜力激情”第二现场
 通过统一视觉、互动布置
 将观赛氛围渗透至城市的每个餐饮角落

188家

8大区合作美食渠道

3415家

氛围营造门店

线下落地执行

全方位构建观赛第二现场：全民渗透场景



07 渠道协同

联动 · 渠道协同合作

联合好的、7-ELEVEN等连锁系统及歪马 O2O 平台
 开设喜力品牌专属专区，推出「啤酒 + 零食」观赛组合套餐
 打造 2 家主题包店，实现线上线下全渠道协同渗透

08 沉浸氛围

促销 · 拉环扫码抽奖

打通「赛场 - 售点 - 家庭」全场景
 以拉环扫码抽奖为纽带，让观赛福利渗透消费全链路
 让观赛福利渗透到消费的每个环节



12.6万次
7-10月累计扫码超

2.2万+
目标消费者参与活动



Heineken®

线上传播执行

分阶段精准落地

借势苏超赛事大IP

构建“自发传播 - 官方背书 - 精准投放”三级传播链路

Heineken®

线上传播执行

自发传播 · 官方背书 · 精准投放

STEP 01

苏超IP驱动，民间造梗+UGC发酵 实现品牌声量 **0成本** 裂变



网友口碑热评

153万
有效互动量超

1.03亿
相关内容总播放量

590条+
自发产出 UGC 视频

以苏超现象级热度为核心引擎，依托“欧冠赞助商落地本土赛事”的强反差亮点，激发网友自发造梗

#苏超有欧冠排面#、#喜力真懂事#等话题破圈，用户主动拍摄赛场互动、第二现场观赛场景，形成大规模「自来水」传播



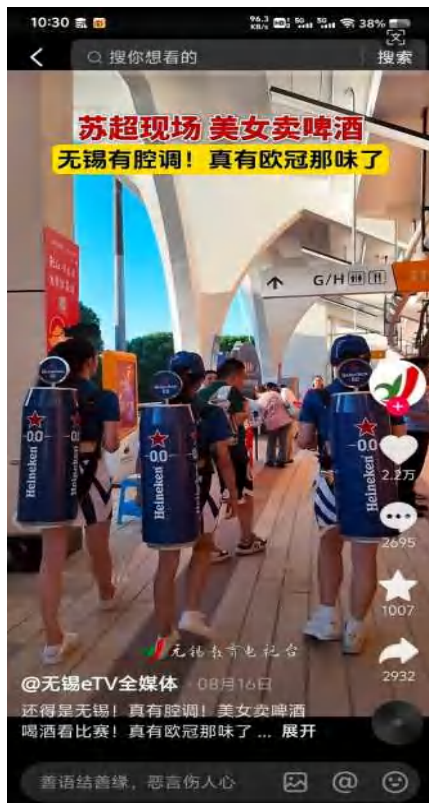
线上传播执行

自发传播 · 官方背书 · 精准投放

STEP 02

官媒主动跟进，强化事件权威性

官方背书，升维传播高度



42家

官方权威媒体

包括但不限于：无锡 ETV、
直播江苏、荔枝新网等

自发报道创新亮点：

[喜力赞助苏超]

- ✓ 扩大品牌传播覆盖面，实现声量二次破圈
- ✓ 强化品牌与赛事合作的权威性与行业高度
- ✓ 撬动更多圈层用户参与话题讨论，深化品牌认知

线上传播执行

自发传播 · 官方背书 · 精准投放

STEP03

品牌多维度精准投放, 承接自发流量

本地高粉博主 · 精准流量引爆



【传播策略】

投放10条核心宣传视频, 分常规赛、淘汰赛、决赛三阶段递进传播, 配合线上开瓶扫码竞猜小程序实现“自发流量-精准引导-互动转化”的完整链路

【传播执行】

邀请@凯哥KK、@小蝎蝎等本地影响力博主产出赛场深度体验内容, 突出中外模特互动、移动售酒等亮点

500万+

视频总曝光量达
(不含团购数据)

6.53万+

视频总互动量达
(不含团购数据)

线上传播执行

自发传播 · 官方背书 · 精准投放

STEP03

品牌多维度精准投放, 承接自发流量

本地KOC · 流量聚合精准转化



百位红人, 十城联动

聚焦「观赛+团餐」消费场景
联动近百位抖音本地 KOC 达人
精准覆盖 10 城 14 家网红门店

达人借势苏超热点产出内容, 开展团餐带货
实现流量聚合与精准转化
达成小投入高产出的品效双赢

600单+

10城14家门店累计销售

200%

10城14家门店 综合ROI



EST. 1873

Heineken®

市场效果

传播效果展示

赛到最后一刻文明



传播效果总览：以数据见证品牌声量

(数据来源：抖音2025“苏超”数据报告、品牌官方统计)

整体热度



超670亿

苏超相关话题总播放量

1.03亿

喜力相关视频播放量

153万+

全网有效互动量

16条

视频有效互动

现象级热度带来巨大流量红利，品牌声量急速增长

媒体影响力 & 内容质量

42条

官方媒体报道

500万+

核心宣传视频
总曝光

6.53万

核心宣传视频
互动量

网友热评
口碑爆棚

#苏超有欧冠排面#
#喜力有眼光#
形成集体正面口碑

高质量内容 表现优异

完播率与分享率
均高于达人日常视频内容
验证内容策略成功



市场成果斐然：声量、销量全面丰收

(数据来源：品牌销售统计、渠道核销数据，官媒报道)

01 [销售业绩]

实现品牌与市场双赢

50万瓶

通过苏超赛场
累计售卖产品

5000杯+

场内单场最高售卖

3万单+

“铁杆球迷团餐”销
量

近200%

综合ROI

156%

渠道动销环比提升

02 渠道渗透

3415家渠道完成生动化布置

188家美食渠道实现团餐常态化销售
品牌渠道覆盖率与能见度显著提升

03 品牌认知

触达超过3800万江苏消费者
完成对喜力“高端赛事合作伙伴”形象打造
和“看苏超喝喜力”场景认知绑定
为后续市场拓展奠定坚实基础



IP可持续合作升级：构建品牌长效营销生态

合作身份

升级

<赛事赞助商>

官方战略
合作伙伴

观赛生态

升级

<第二现场>

赛事球迷
社交枢纽

体验空间

升级

<商圈快闪>

沉浸式
体验空间

售卖渠道

升级

<赛场外售卖>

赛场内外
全渠道售卖

品牌认知

升级

<单品牌露出>

星级啤酒
星级赛事

2025 合作爆火→2026 全面升级,以“可持续赋能本土体育 IP”为核心,深耕星级观赛体验,与苏超共创中国星级赛事新热点,点燃中国球迷热情新高度,实现品牌与 IP 双向增长。



感谢



喜力 x 苏超

2025现象级体育营销

观看[®]