

# 大肌大力，吉姆行动

- ◆ **广告主**：阿里体育
- ◆ **所属行业**：互联网体育
- ◆ **执行时间**：2018.02.09-04.15
- ◆ **参选类别**：创意H5营销类



Top  
Mobile  
Awards

---

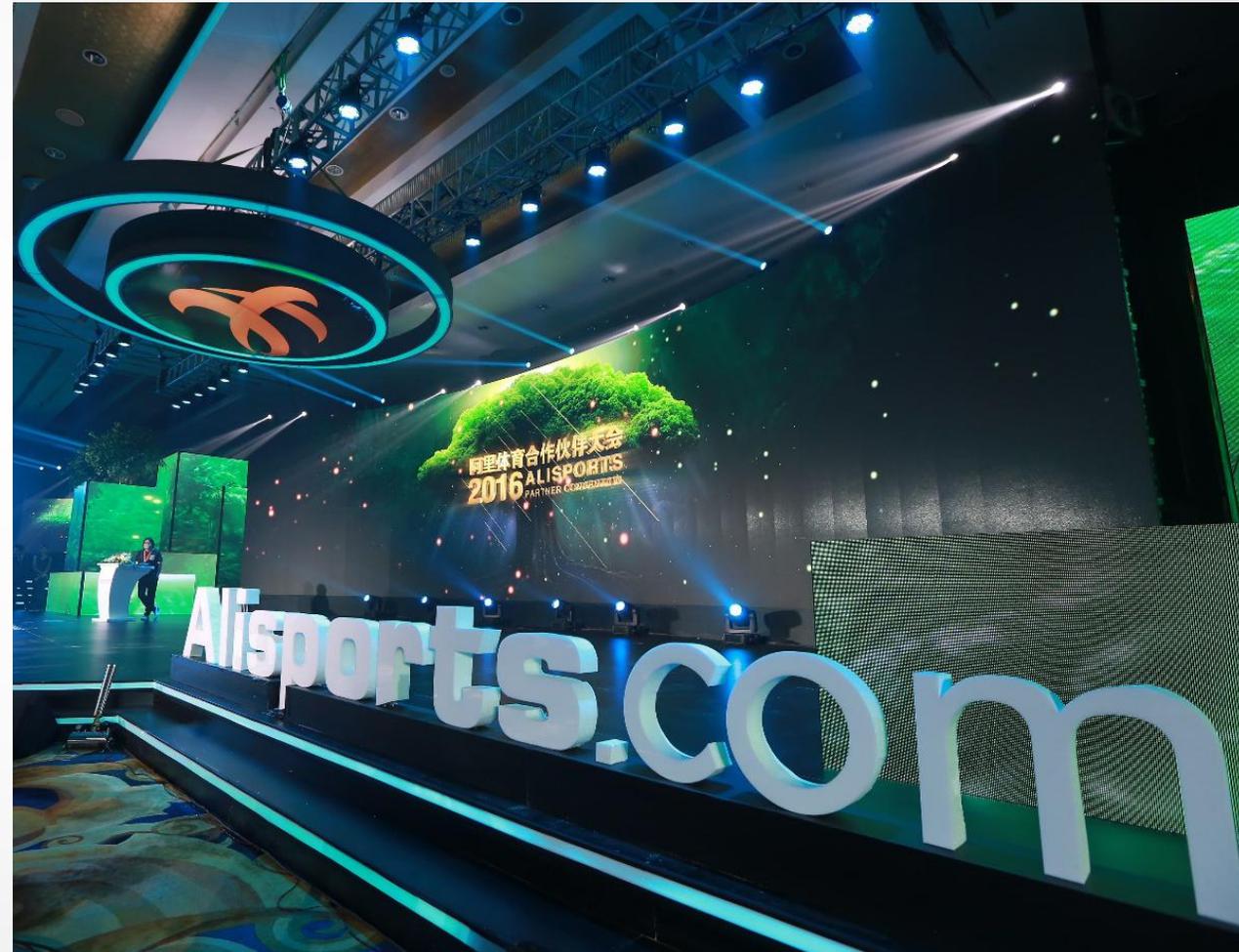


《大肌大力，吉姆行动》H5案例二维码

2015年9月8日，阿里体育集团在上海成立。阿里体育的成立旨在以数字经济思维创新发展体育产业链，由阿里巴巴集团控股，新浪和云锋基金共同出资。阿里体育旨在规划和执行各项体育赛事、整合体育资源，其中健身行业是阿里体育重点深耕的领域。

围绕健身行业，阿里体育搭建了“阿懒健身管理平台”，在整合线下门店和与线下门店互动共赢的理念提出时，受到了各方面的关注。

我们作为阿里体育健身事业的服务商，起到了举足轻重的品牌包装作用，在“三月瘦身节-吉姆行动”流程中，我们根据阿里体育的理念，推出了剧情类动画——《大肌大力，吉姆行动》，以线上的传播带动线下门店体验产品的销售。

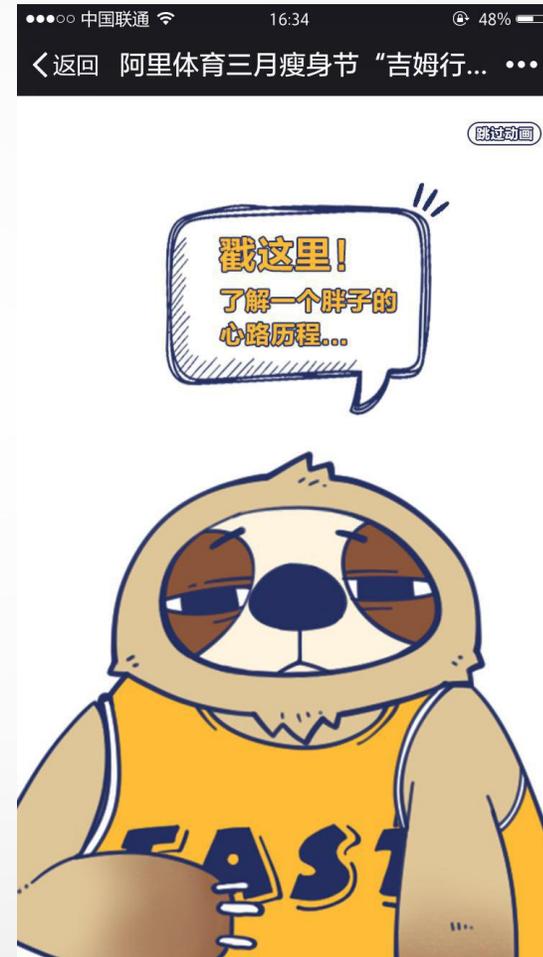


健身市场的营销大多以“游泳健身了解一下”及DM单页等形式，远远达不到现在的互联网营销理念覆盖，因此，我们决定要在品牌的活力上下功夫。

如同《疯狂动物城》中的角色“闪电”，“阿懒”是一只树懒的形象，与运动、快速、健身题材就能形成一种天然的“反差萌”。在阿懒的形象设定方面，项目组做了很多的创新和尝试，最终确定是一只具有个性、接地气的“普通懒”。

起初将H5设计为一个打卡互动小游戏，但缺乏了趣味性。秉承着“将互动做得有趣”的原则，项目组创新性地将剧情穿插在了打卡游戏之前。这样造成两种结果：新用户可以看完剧情参与互动游戏，老用户可跳过动画直接参与互动游戏。

30天正好穿越30个参与本次活动的城市，在游戏下方均会有城市说明。



《阿里体育三月瘦身节“吉姆行动”》在阿里体育的自媒体联盟推动下，通过以下推广途径传播：

阿里体育官方微信公众号

阿里体育网易号、头条号、搜狐号

支付宝APP-阿里体育页面头图

淘宝阿里体育官方旗舰店头图

天猫3月瘦身节专题页面

各服务商自发传播

各参与活动的健身门店共1000余家





剧情方面，项目组秉承“接地气”的原则，与用户产生共鸣。剧情中，阿懒是一只没有毅力而且没有勇气的胖子，爱吃又自暴自弃，也不敢去追求异性。在健身教练的鼓励下，阿懒减肥成功而且反应变快，又在结尾造成了一定的反差。

拟人化的动漫形象易于传播，表现张力更强，适合所有年龄段的用户观看。

互动游戏方面，除了技术逻辑上的慎重考虑，项目组还引入了“好想你”“法藤”品牌提供奖品支持，跨界合作。

《大肌大力，吉姆行动》受到了阿里体育官方的好评，并且给“吉姆行动”活动产品的销售起到了非常大的推动作用。

截止活动结束，总体PV值达到了70万以上。

321 瘦身节

别让身材  
限制你的选择

# 购出好身材 #

淘 瘦十斤

阿里体育 AliSports.com Rayli 瑞丽网 rayli.com.cn

321 瘦身节

春风十里  
不如  
瘦下来的你

# 购出好身材 #

淘 瘦十斤

阿里体育 AliSports.com Rayli 瑞丽网 rayli.com.cn

@阿里体育