

昆仑山独家冠名湖北卫视《你好 赛先生》

- **品牌名称:** 昆仑山矿泉水
- **所属行业:** 食品/饮料行业
- **执行时间:** 2023.09.29-12.26
- **参选类别:** 视频整合营销类

- 营销背景一：我国大力实施创新驱动发展战略，加快推进创新型国家，面对国内外复杂的局势，科技创新对于推动国家高质量发展具有重要意义。
- 营销背景二：湖北作为科教大省，区域科技创新实力已进入全国第一方阵，同时，科技部已同意把湖北东湖论坛打造为国内首个国家级国际化科普论坛。基于此，由科技部指导，湖北省政府倾力打造，湖北卫视重磅推出的全国首档院士演讲科普创演节目《你好赛先生》，致力于赓续百年科学精神，树立湖北科技精品节目IP，提升全民科学素养。
- 行业发展背景：伴随国人健康意识不断提升，包装水市场天然矿泉水赛道迅猛崛起。相关数据报告指出，2021年我国矿泉水市场规模约达764.0亿元，同比增长9.6%，未来仍将继续保持增长趋势，预计2024年我国矿泉水市场规模将突破1000亿元。
- 品牌发展现状：昆仑山矿泉水作为中国高品质矿泉水开创者和领导品牌，自成立以来始终致力于推动消费市场饮水升级，长期致力于国民健康饮水科普教育，依托核心水源地优势和卓越品质一直收到顶级赛事、国际大型会议青睐，2022年启动包装升级，以高端品质降维进入主流市场，布局4元价格带，持续推动国民饮水升级，助力健康中国。
- 品牌面临挑战：品牌知名度和行业影响力有待进一步提升，产品高品质C端消费者认知度较弱。

产品目标

围绕植入权益，深度绑定科普强背书资源和节目关注度，强化昆仑山矿泉水**水源地优势**、**产品优势**，通过社交话题破圈及种草，助力产品销售优势凸显。

科普节目解读好水

已有深度植入 需放大

价值目标

以本次节目关注度为依托，从环保公益、品牌动作组合打法角度，围绕**饮水升级**的持续付出与探索，赋予昆仑山矿泉水**被追捧**的身份，通过价值事件打造，形成头部品牌独有的价值辨识度。

合作行为折射价值

节目之外 品牌策划

好水赞助到好水主张从产品价值到感性价值

01

节目热度借渡
院士出山

紧密围绕**院士科学顶流资源**，结合节目持续看点。与节目同步实现持续高曝光；

02

产品卖点凸显
水亦可赛

借助**节目定制化深度植入**，多维度传递品牌及产品信息，形成社会深度参与讨论，通过前沿科学语境科普好水认知；

03

价值高度塑造
大哉昆仑

从节目**合作态度、历史成就、全民科普推动**3个角度，塑造昆仑山的差异化品牌感知；

**不止是赞助，更是赛先生的一员
从商业行为到科普事业、未来探索**

- 栏目播出前期，通过院士海报、栏目宣传片引出每期科普讨论话题，聚焦大众关注；
- 每期栏目播出后，微博社交平台科技类、科普类KOL、KOC结合栏目视频卡断进行话题讨论，自然科普植入品牌信息；
- 品牌定制化植入期间，针对品牌植入露出视频卡断，微博KOL深入讨论扩散；门户网站，科技、食品垂直类媒体、地方区域媒体集中铺陈持续推动品牌声量曝光；



- 微博平台品牌双话题打造，累计曝光量4.5亿，累计互动总量42.4万，有效提升品牌和产品知名度，持续夯实品牌高端形象。



#昆仑山矿泉水请教赛先生#2.2亿



#赛先生请出山#2.3亿

- 人民日报、光明日报多家党央媒体权威报道，高度赞誉栏目高水准，昆仑山矿泉水品牌知名度和行业影响力得到有效背书；获得中国国际广告节媒企合作案例内容营销金案，打造行业内容营销标杆；第三方自媒体深度解读，持续扩大品牌影响力。



湖北卫视推出全国首档院士科普创演节目《你好，赛先生》

光明日报客户端 2023-09-28 22:04 北京

今天，全民对科技的关注热情，已然达到了新的历史高点。大家日益好奇：我国科学家正如何突破“卡脖子”难关？在深远影响未来的关键领域，我们的技术发展水平到底怎样？日新月异的科技变革，如何影响普通人的生活？如果想要从事相关学科工作，应该做好哪些准备？

为生动解答上述问题，9月29日起，全国首档院士科普创演节目《你好，赛先生》，将在湖北卫视每周五晚黄金档播出。该节目由科技部和湖北省政府指导，特邀10位在前沿科学领域中引领国家发展的院士和30位从全球遴选的“科学新青年”，一起从大众视角看科技、从普及角度说科学。



- 人民日报、光明日报多家党央媒权威报道

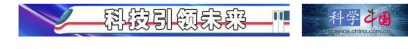


喜报！昆仑山矿泉水《你好赛先生》荣获中国国际广告节媒企合作案例金奖！

喜报！昆仑山矿泉水《你好赛先生》荣获中国国际广告节媒企合作案例金奖！

2023年11月18日 17:20

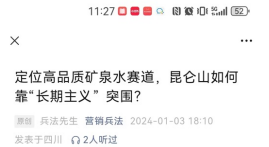
2023年11月17日下午，第30届中国国际广告节广告主合作伙伴盛典在厦门隆重举行，昆仑山矿泉水携手湖北卫视《你好赛先生》栏目荣获“广告主合作伙伴盛典 媒企合作案例2023年度内容营销金案”。



喜报！昆仑山矿泉水《你好赛先生》荣获中国国际广告节媒企合作案例金奖！

喜报！昆仑山矿泉水《你好赛先生》荣获中国国际广告节媒企合作案例金奖！

2023年11月17日下午，第30届中国国际广告节广告主合作伙伴盛典在厦门隆重举行，昆仑山矿泉水携手湖北卫视《你好赛先生》栏目荣获“广告主合作伙伴盛典 媒企合作案例2023年度内容营销金案”。



作者 | 兵法先生
来源 | 营销兵法 (ID: lanhangyixiao)

瓶装水是门好生意，但不是谁都能做好，从水源、品牌力再到营销力，每个环节都决定了品牌在行业中的竞争力。据《2022年京东超市矿泉水消费趋势》显示，矿泉水增速超天然水6%，在越来越多的年轻人开始追求“好而不贵的生活”时，各大品牌也开始尝试摸索自己的“解题思路”。

比如在高端水消费人群中积累了良好口碑的昆仑山矿泉水，就在保证产品品质的同时采取降维策略，以更亲民的价格强势进入饮用水主流市场。今年双十一，昆仑山矿泉水全渠道成交总额同比增长120%，连续7年斩获“双十一”国内高端水电商销售额TOP1。

- 荣获中国国际广告节媒企合作案例2023年度内容营销金案
- 营销类自媒体大号深度点评，阅读量6.9万+