



伊刻活泉[®]
火山矿泉 活力之源

中国
CHINA
中国国家

伊刻活泉溯源之旅：英雄之水，奔腾不息

- 品牌名称：伊刻活泉
- 所属行业：水饮、快消
- 执行时间：2024.08.08-09.08
- 参选类别：跨界联合营销类

No endless
source of vitality

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://xyvewd.58u.cn/a/bDzJg5X/>



伊刻活泉®
火山矿泉 活力之源

中国国家地理
CHINESE NATIONAL GEOGRAPHY
中国国家地理科考用水

BACKGROUND

伊刻活泉结合8月8日那达慕开幕式及国家地理背书，推出“英雄之水，奔腾不息”溯源短片，讲述从阿尔山到那达慕，火山好水孕育英雄民族的故事。本次营销活动，以视频内容为核心，通过社交媒体平台传递活力与传承。15天完成低成本亮点项目落地，截至8月20日，全网获超367万曝光。

EFFECT

品牌&数字端：1支视频传播物料，自媒体多平台共发布7条内容，自然流量带来5.3万曝光，其中视频号纯自然流量收获破5K+互动。与国家地理联合做内容分发，带动241万曝光，借势那达慕大会有效传递伊刻活泉火山矿泉的产品力。

推广端：与兴安盟政府及那达慕组委会合作，在开幕式现场主席台、运动员服务区及志愿者服务区充分展示我品。现场同步开展大型互动推广活动，线上线下触达超百万，其中现场直接触达10W+人，带动直接转化6471人。

媒介端：联动5位小红书KOL，实地打卡那达慕大会与品牌推广展位，拍摄种草视频，笔记阅读量19W，互动率1.32%，播粉比63.3%。

英雄之水 奔腾不息



An endless
source of vitality

367W

视频发布12天全网曝光量

5000+

视频号纯自然流量互动量

10W+

线下大型活动现场触达人数

19W

小红书种草笔记阅读量





项目背景

伊刻活泉火山矿泉结合8月8日那达慕开幕式及国家地理背书，推出“英雄之水，奔腾不息”溯源短片，讲述了从阿尔山到那达慕，火山好水孕育英雄民族的故事。伊刻活泉火山矿泉作为滋养万物的起源，经过森林、草原，滋养万物，滋养这片土地上的英雄民族，他们在这片土地生息、肆意生长。

火山之水，致敬草原，英雄之水，奔腾不息。



以内蒙古民族重要的传统节日为传播节点，联合国家级IP中国国家地理，在内蒙古文旅最火爆的时间，为全民带来一场英雄之水的活力盛宴。



策略执行

1. 文旅深度结合：结合内蒙古文化遗产的传统节日——那达慕大会，凸显“英雄之水”伊刻活泉火山矿泉与草原文化和精神的重新联系。传递出草原民族不屈不挠、勇敢坚定的精神，体现品牌的坚韧与活力。
2. IP深度联动：通过与《中国国家地理》合作，突出内蒙古山脉的自然景观，如呼伦贝尔草原、阿尔山的天然矿泉水源地等。通过这些元素，伊刻活泉火山矿泉可以与自然净化、健康活力深度绑在一起。
3. 互动体验：与兴安盟政府及那达慕组委会合作，在开幕式现场主席台、运动员服务区及志愿者服务区充分展示伊刻活泉火山矿泉，现场同步开展大型互动推广活动，并通过直播、短视频等形式在各大平台进行传播，激发全国观众的参与感。





营销效果

1. 品牌&数字端：打造1支视频传播物料，自媒体平台多平台共发布7条内容，自然流量带来5.3万曝光，其中视频号纯自然流量收获破5k+互动，联动国家地理做内容分发，带动241万曝光，借势那达慕大会有效传递伊刻活泉火山矿泉的产品力。
2. 推广端：与兴安盟政府及那达慕组委会合作，在开幕式现场主席台、运动员服务区及志愿者服务区充分展示伊刻活泉火山矿泉，现场同步开展大型互动推广活动，线上线下触达超百万，其中现场直接触达10w+人，带动直接转化6471人，实现销售额2.4万元。
3. 媒介端：联动5位小红书KOL，实地打卡那达慕大会与品牌推广展位，拍摄种草视频，传递伊刻活泉“火山矿泉水”产品力与“英雄之水”理念，笔记阅读量19w，互动率1.32%，播粉比63.3%。

