

“健康好水 镁好绽放” BWT充能站为全运加 “镁” 整合营销

- **品牌名称：**倍世BWT（德国百年净水品牌）
- **所属行业：**高端家电 / 净水行业
- **执行时间：**2025.11.01-12.07
- **参选类别：**跨媒体整合类

小红书 - 亮相视频



视频号 - 收官视频



品牌TVC



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://j7y2rftk61.feishu.cn/wiki/U18Kw0TE8ikhx5k6eyicIIndgnvh?from=from_copylink

➤ 市场背景

中国净水市场从安全需求升级为健康需求，矿物质水品类快速增长；竞品纷纷抢占高端标签，市场竞争激烈。

➤ 品牌挑战

BWT作为进入中国市场的百年德国品牌，面临知名度低、消费者认知空白、高端定位建立难等问题。

➤ 核心目标

通过全运会契机实现品牌亮相，传递“德国百年净水技术”，建立高端品牌形象，精准触达目标客群。



✓ 实现“品牌亮相+客群体验+价值传递”三重目标

- 以全运会为流量入口，从视觉上打造亮眼打卡地标，将全运粉与BWT粉融为一体达到超高频次的品牌触达目标
- 从行动上通过“免费饮水+打卡机制”等行动实现用户体验；将市政水通过BWT“变”为安全水，健康水
- 打造主题沙龙（亲子家庭、高知人群、公益群体、高端客群）针对目标用户进行深度认同，宣讲等达到精准渗透

【策略原点】1

小投入 一举多得

- 利用广州举办全运会系列活动热点
- 占据核心位置，抢占人流最集中的区域
- 抓住活动区域内用水刚需
- 让品牌曝光、视觉升级、产品体验、价值传递、销售推动、媒体传播全方位有收获



【创意亮点】2

利用全运属性，打造运动健康、充能两大属性

- 健康好水充能站-将健康好水利益具象化
- 利用全运运动话题热点-拉近与运动达人的距离让健康有行动力



【创意亮点】3

系列主题沙龙体现品牌独特价值

- 主题活动覆盖：
- 健康好水与植物（环保）/健康好水与生活美学（设计）、守护水资源（公益）、健康好水品鉴（咖啡）等场景，深化品牌内涵
- 品牌讲师对产品及品牌历史的讲解让来宾增强对品牌的认知与信赖
- 同时展示品牌对200年品牌，专注做净水，健康好水等名词有了实在的体会



【创意亮点】4

“镁离子” 概念符号化

将品牌核心产品与技术卖点“镁离子”概念转化为“镁好生活”情感标签，降低认知门槛。同时通过现场免费饮水体验镁离子水口感，打造“认知-感受”的链接，具像化品牌力。



【以用户视角设计布局】

- 以用户视角为导向，从远，怎样引起关注，到近，吸引打卡，进店诱因，店内视觉焦点，体验引导等全方位考虑充能站实用效果
- 100%还原，提升设计效果。成为游客，来宾，政府必到景点



设计布局效果图



【以品牌需求设定时间及互动】

- 为增强曝光及触达，将粉色驿站展示为期一个月，承接全运会、园博会、灯光节人流量高峰，最大化提高品牌自然曝光率
- 为增加参与人群，设置抽奖，扭蛋，游戏等互动。增加参与人群



【利用资源优势整合流量密码】

联动园博会设计大师、水源公益环保组织、咖啡主理人、植物科普讲师等跨界KOL资源，邀约潜客参与互动体验活动，专业领域资源提升活动专业度的同时，更提升品牌专业形象



【多维传播矩阵覆盖】

预热期：倒计时海报

开幕期：官宣海报、亮相视频、
高层直播

运营期：日常照片云直播、活动
发布、KOL打卡

长尾期：品牌TVC



BWT一抹粉色惊喜即将亮相全运
#BWT德国净水 | 健康好水 镁好绽放
邂逅BWT充电站 倒计时 3天
全运盛会即将启幕 开启全屋好水新体验
镁离子健康好水 为运动生活赋能

说点什么... 10 收藏 评论



BWT让一抹粉色空降「小蛮腰」
#BWT德国净水 | 健康好水 镁好绽放
邂逅BWT充电站 倒计时 2天
11月6日我们相约广州 品味甘甜
助力奔跑每一步 激活整座城市新活力

说点什么... 15 1 评论



BWT充电站惊现广州二沙岛，会呼吸的粉色空间
#BWT德国净水 | 健康好水 镁好绽放
邂逅BWT充电站 倒计时 1天
站进粉色画框与小蛮腰共舞 全运会限定浪漫
BWT Fusion矿化黑科技为你免费续杯

说点什么... 28 2 6

【线上关键数据】

- 小红书话题 #BWT充能站 阅读量 18.9万+;
- 小红书 #BWT德国净水 话题浏览 19.4万+;
- 小红书 #与BWT一起为全运充能 话题浏览量11.1万+;
- 品牌小红书官方账号“BWT blue planet 净水”
- 从136名增加到2776+粉丝增长 **1942%**



事件新闻稿件阅读量100万+

欧洲百年净水品牌BWT亮相大湾区，以赛事级健康好水赋能第十五届全运会

极目新闻
2025-11-06 17:47 | 楚天都市报官方账号

关注



引言

第十五届全运会于广州盛大举办，在城市地标二沙岛，一场关于水与健康的深度对话如期而至——欧洲百年高端净水品牌BWT打造的快闪体验空间“BWT充电站”惊艳亮相。这不仅为运动健儿与市民游客提供了一个免费补充优质水分的休憩驿站，更以其“健康好水 镁好绽放”的独特主张，成为全运会期间一道兼具科技感与人文关怀的独特风景。此次活动是BWT品牌战略的一次关键亮相，清晰传递了作为全球高端净水品牌的定位，并展示了BWT中国智能工厂作为“全球研发制造中心”的硬核实力。

- 百度AI+ 大家都在问
- + BWT有哪些明星产品
 - + BWT净水技术有哪些优势?
 - + BWT在大湾区的市场表现如何?
 - + BWT充电站有哪些互动体验环节?

问AI+

作者最新文章

- 北京，下雪啦
11分钟前 8阅读
- 多人在阿勒泰偶遇王一博滑雪，他“全副武装”，...
28分钟前 7阅读
- 2025年武汉市人工智能十大创新产品揭晓!
30分钟前 16阅读

百度热搜 > 换一换

- 1 故宫下雪了
- 2 多所高校定制羽绒服卖爆
- 3 2026年经济工作要这么干
- 4 演员印小天在景区救下落水女子
- 5 员工“踢了一脚”救了老板一命
- 6 感觉时间越来越快不是错觉
- 7 不提“雪”怎么描写雪很大
- 8 凭煮蛋涨粉350万“蛋神”回应爆红
- 9 中央经济工作会议释放哪些重要信号
- 10 茅台价格跌破1499元

平台	发布链接
新浪家居	https://jjaju.sina.com.cn/zixun/20251107/7392435930554237912.shtml
极目新闻	https://baijiahao.baidu.com/s?id=1848035383112433369&wfr=spider&for=pc
搜狐	https://www.sohu.com/a/951643348_121284943?scm=10001.325_13-325_13.0.0.5_32&spm=smcpc.channel_248.bloc_k3_308_NDdFbm_1_fd.17.1762427639428gD2_dode_324
一点资讯	https://www.yidianzixun.com/article/14D2nMgm
新浪号	https://k.sina.com.cn/article_7731048274_1ccc_e6f5200101bs0o.html?kdurlshow=1&wm=3049_0047&from=tech
今日头条	https://www.toutiao.com/article/7571022995083346483/

- 30
- 2
- 收藏
- 分享

历时37日，横跨一个赛事（全运），两个节日（灯光节、园博会），百万人参与
BWT：一个阵地、两个场景、达成三个目标、用四维传播、五种活动、一条TVC，带动品牌质的提升

一个阵地&三个目标
BWT健康好水充能站

✓ 品牌亮相



✓ 用户参与



✓ 价值传递



线上触达约200万+，参与互动52万+，小红书「BWT充能站」相关话题阅读量19万+

线上场景

6大专业媒体发布活动新闻稿，触达100万+



- 新浪家居 <https://jiaju.sina.com.cn/zixun/20251107/7392435930554237912.shtml>
- 极目新闻 <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1848035383112433369&wfr=spider&for=pc>
- 搜狐 https://www.sohu.com/a/951643348_121284943?scm=10001.325_13-325_13.0.0.5_328&spm=smc_channel_248.blog_k3_308_NDdFbm_1_fd.17.1762427639428gD2_dode_324
- 一点资讯 <https://www.yidianzixun.com/article/14D2nMgm>
- 新浪号 https://k.sina.com.cn/article_7731048274_1ccc66f5209101b50o.html?kdurlshow=1&wm=3049_0047&from=tech
- 今日头条 <https://www.toutiao.com/article/7571022995083346483/>

运动健康KOL助阵
小红书相关话题近50万



小红书涨粉1942%
达2776



微信视频号播放量
15991



线下触达累计约2.6亿人次；取水约5w人次；参与互动3000+人次；日均拍照打卡超500人次；产品手册派发500+

线下场景



项目TVC

