

借大热IP全域击穿，以优质素材双向赋能实现「脉动回来」 声量心智双丰收

- **品牌名称：**脉动
- **所属行业：**食品饮料-软饮料行业
- **执行时间：**2025.07.15-10.15
- **参选类别：**视频节目合作类

案例视频

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://weibo.com/tv/show/1034:5193107252117608?from=old_pc_videoshow

https://weibo.com/tv/show/1034:5193476174708846?from=old_pc_videoshow

https://weibo.com/tv/show/1034:5206397218914306?from=old_pc_videoshow

* 如有结案视频（优先）或案例相关视频，请提供视频链接；若无，可直接删除此页

不破不立，品牌发展的关键十字路口

行业格局：千亿红海市场，竞争白热化



脉动困境及挑战：从巅峰到复苏的品牌年轻化破圈之路

功能认知固化，亟需拓展情感维度与年轻圈层

作为维生素饮料领导品牌，脉动“补水+维生素”的功能认知已深入人心。但在竞争激烈的饮料市场，品牌面临两大挑战：

- ① 如何将“状态回来”的功能诉求升级为更具情感共鸣的价值主张；
- ② 如何深度触达Z世代年轻群体，在娱乐内容中建立与消费者之间的情感链接；
- ③ 突破场景局限、拓展日常生活场景成为品牌增长的关键命题。

传统综艺植入更多停留品牌层面，需要「品效结合」赋能渠道

传统营销中“内容种草”与“消费转化”存在明显断层，作为饮料品牌如何实现从“流量”到“留量”，有效赋能重点渠道成为核心挑战。

品牌破局策略：精准卡位年轻人群的休闲、运动、文旅消费新场景，以「状态回来」为核心理念实现品牌价值的场景化示范与圈层渗透。

近2年品牌聚焦「职场人群」，将「状态回来」融入音乐节、露营、户外公益等年轻人热爱的休闲场景，让产品成为生活方式的一部分，在与用户的鲜活沟通中完成心智示范。



借势头部综艺IP，将脉动从“功能饮料”升级为年轻人生活状态中的“情感能量符号”，实现品牌声量与心智的双重突破。

CORE GOAL / 核心目标



功能饮料



情感符号

打破单一饮用场景，赋予产品情感价值

BRAND APPEAL / 品牌诉求

以视频节目合作为核心载体，构建“品牌 - 节目 - 用户”的共生生态，强化脉动“状态救星”的差异化心智认知，实现“声量破圈、心智占领、品效合一”的三维目标，打造视频节目合作类别的行业标杆。

内容资产共建

深度融入节目叙事，将品牌元素转化为可感知、可传播的内容记忆点

社交声量引爆

以节目名场面为社交货币，撬动多平台UGC共创，实现圈层破壁

品牌心智沉淀

通过线上线下联动，将短期流量转化为长效品牌资产

营销洞察：履行综艺中多样生活场景+真实关系+奇趣体验更受年轻人偏爱

选择全新模式旅综，从规则驱动到价值共鸣的持续探索，更能深度与年轻TA深度互动

1.0
竞技对抗
明星+任务



2.0
剧情+任务

3.0 关系共生
旅行+美食+奇趣体验
+游戏任务



旅行探索+轻量化任务
重文化价值“软性传递”

游戏既作为人际理解的“显微镜”
也成为认识世界的“放大镜”

《地球最新鲜》是大家用西安话演绎《喜剧之王》的经典台词，喻宇哥从一开始就在
那副表情，台词句句情绪又饱满就算了，后面回第一集说出的那句“你先养好你自己吧，
傻瓜”简直绝杀！就连霸王后都说那个回眸都让自己瞬间感觉要失宠了~
这份该死的苏感，真是魅力值拉满了啊！[收起>](#)



陕西方言复刻经典、肉夹馍任务
让游戏成为文化体验载体



语言障碍模拟、听歌猜词
建立跨文化沟通共鸣场景

回归本质
构建持续生命力

嘉宾搭配：以“人”为本 持续新鲜



技术创新：真实感直播 一起游地球



价值深化：拓展内容深度与文化内涵



核心策略：借势话题嘉宾热度，以定制化游戏为锚点，深度释放IP+价值，实现品效共振

基因融合

从“品牌曝光”到“资产共建”

场景击穿：游戏/住宿/户外多场景渗透，产品使用场景自然还原



内容击穿：深度连接陈赫，将“没状态喝脉动”转化为原生记忆点



资产击穿：共创“扔瓶子挑战”及衍生周边，品牌符号化资产预埋



社交裂变

从“单向传播”到“现象级共创”

话题击穿：多平台发起挑战，将综艺名场面催化为全民社交货币



圈层击穿：腾讯多类型达人差异化解读，破圈扩散



心智击穿：素人自发种草周边与挑战玩法，形成长效口碑沉淀



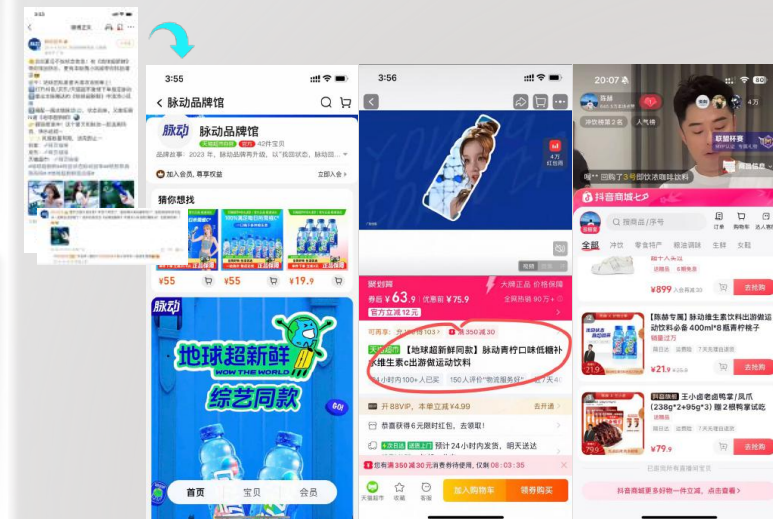
渠道赋能

从“品牌声量”到“心智资产”

线下快闪复刻IP体验：将社交热点转化为可参与的消费场景



线上IP限定+艺人带货：将IP热度与明星背书注入电商平台



基因融合：从“品牌曝光”到“资产共建”，将品牌转化为节目叙事的一部分

使用场景击穿



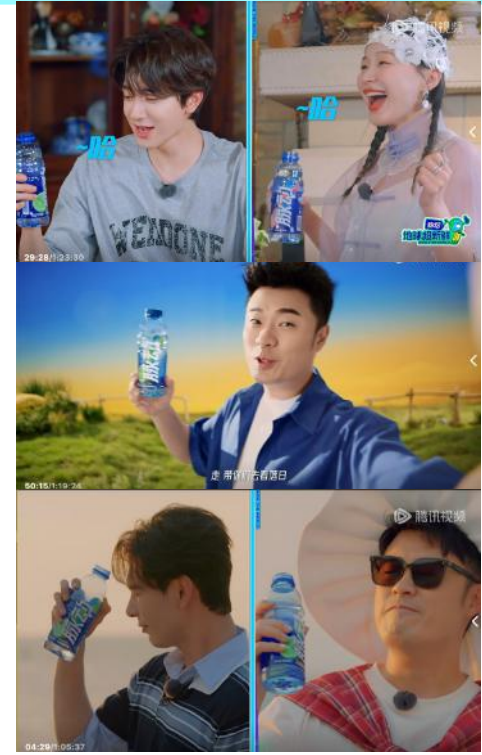
精准匹配户外/聚餐/游戏等场景
自然饮用强化产品功能认知
多场景

品牌资产击穿



品牌资产预埋+IP衍生创意周边
【状态不倒】游戏贯穿节目，扔瓶挑战引发社媒传播
深融合

明星内容击穿



全明星阵容高度配合
嘉宾主动发声实现高效转化
强破圈

社交裂变：从“单向传播”到“现象级共创”，将综艺名场面转化为全民社交货币

扔瓶挑战破圈，引爆全域社交声量

高匹配爆款IP+游戏共建
+ 艺人深度绑定

“状态不倒”扔瓶挑战



品牌“状态回来”的理念游戏化

定制创意内容+活动ID



节目内人设绑定+品牌活动发起



话题引爆 | 扔瓶挑战赛



扔瓶游戏复刻+艺人发起
引爆UGC海量参与



人群破圈 | 行业号扩散



综艺名场面剪辑+多类型达人解读
品牌声量破圈扩散

小红书

心智建立 | 自来水种草



素人自发种草综艺同款挑战
形成长效口碑沉淀

渠道赋能：从“品牌声量”到“心智资产”，将IP热度转化为可体验的品牌资产

线下快闪复刻IP体验
将社交热点转化为可参与的消费场景



1:1 还原节目定制游戏
用户参与游戏即可获得IP同款
全面激活脉动全国重点渠道

线下电商IP联名款+地球团直播带货
将IP热度与明星背书注入电商平台



节目全面霸榜同时，脉动品牌有效实现年轻人群触达+品牌声量引爆的双重目标

项目影响：全新IP上线即爆，缔造纪录成就年度现象级综艺

内容口碑：国内外媒体有口皆碑，品质新综赢得全网广泛赞誉

腾讯站内 | 全面领跑，刷新平台纪录

最快热度值 破26000 25年最快进入腾讯视频 爆款俱乐部
2023-2025年腾讯视频弹幕互动量 首个破亿 加入弹幕互动量1亿俱乐部

腾讯视频飙升榜 TOP1 TOP1
腾讯综艺热播榜 TOP1 TOP1 TOP1
播出期间稳坐腾讯视频多榜 TOP1
开播30天闯进腾讯视频经典畅销榜 TOP30

全平台 | 一骑绝尘，定义行业标杆

九大播映平台 狂揽TOP1 810个
白金评级S+ 43天跻身网络综艺巅峰榜TOP6
2025年腾讯视频综艺热度TOP1
2025年Vinkage新综艺网络播放指数TOP1
2025年爱奇艺综艺热度TOP1
2025年优酷综艺热度TOP1
2025年芒果TV综艺热度TOP1
2025年腾讯视频综艺热度TOP1
2025年爱奇艺综艺热度TOP1
2025年优酷综艺热度TOP1
2025年芒果TV综艺热度TOP1

豆瓣高开高走，刷新25年 大众游戏综艺最高纪录

豆瓣实时热门 TOP2
豆瓣实时热门 书影 TOP4
豆瓣高分口碑TOP1
豆瓣高分口碑TOP2

主流媒体深度认可 推动文化出海链接世界

国家广电总局多频道点赞
央视国际频道点赞
人民日报点赞
新华社点赞
光明日报点赞
经济日报点赞
中国新闻网点赞
中国网点赞
中国日报点赞
中国新闻网点赞
中国网点赞
中国日报点赞

多圈层媒体联动 社会价值持续破

行业媒体解析「2025最成功」新IP底色
《地球超新鲜》的爆火，极大地提振了市场对原创综艺的开发信心。
Vinkage
娱乐媒体直击「人缘双爆」出圈名场面
地球团的半熟安全感，才能孵化出如此特别的群像之神。
节目让每个人脱离了精心打造的“人设”和“光环”，成为了真诚的、鲜活的“活人”。

人群触达：全面覆盖品牌核心TA，实现情感共鸣

她力量 引领消费风向 年轻势力 引爆圈层热度 高线城市 定义潮流广度 高知人群 驱动内容共鸣
女性占比 59.7% 35岁以下用户占比 86% 高线级城市用户占比 65% 本科及以上学历用户 近半数
精准触达饮料市场 核心消费决策人群 构建品牌沟通优质土壤
深度渗透Z世代与千禧一代，锁定潮流引领与内容共创的核心人群
消费力强+接受度高 赋能品牌重点区域 销售转化
对优质内容与创新玩法 敏感度高，为品牌价值 传递提供最佳共鸣场域

「状态不倒」话题热度破千万+线上销量双位数增长

平台热度狂飙 百万爆款频出 新IP官方涨粉获赞双TOP1 爆款内容持续霸榜裂变 地球团新鲜营业 全民玩梗引爆互动
全站累计播放58亿 进入抖音5级热门综艺 累计点赞2500w 总播放量46.6w
单条最高5800w次+ 单条最高点赞10w80条 单条最高播放量120w 过万256条
全站累计投稿5000条 累计互动量1亿 累计点赞7173w 单条视频点赞超10万119条 点赞过万868条
热赞523个 话题强势横扫多榜
【陈赫专属】脉动维生素饮料出游做运动饮料必备400ml*8瓶青柠桃子 销量过万
¥21.9 ¥25.9 去抢购