

# 新加坡旅游局 × 《自然学院林2》 最强大脑引领高净值家庭开眼探世界

- **品牌名称：**新加坡旅游局
- **所属行业：**旅游行业
- **执行时间：**2025.05-08
- **参选类别：**视频内容营销类

宏观趋势上，出境游回复加速，东南亚等热门目的地竞争加剧，目的地对长内容宣推资源有较强需求。同时，海外单一旅游局或利益相关方营销预算有限，但需要高价值IP承载丰富的目的地内容，提升出境游目标客群的心智渗透。因此该项目开创性地使用了“同业拼盘”模式，借势旅游行业自身丰富的资源禀赋，为内容出海制作提供了必要条件。

随着健康意识的提升，家长更倾向于让孩子走出教室。“**回归自然**”已成为教育新风尚，户外研学不仅是旅行，更是儿童成长的必修课。



研学市场规模年均增长

35%



家长对自然教育重视度

92%





现状 CURRENT STATUS



## 传统刻板印象

国内游客认知主要停留在：

~~“城市购物”~~

游客对新加坡的印象往往局限于繁华都市、购物中心与机场，缺乏对自然景观与深度体验的感知。



挑战 CHALLENGE



## 建立品牌新认知

打破固有印象，重塑目的地形象：

- ✓ 自然生态 Eco-Nature
- ✓ 亲子研学首选地 Study Tour

提升亲子家庭人群渗透，同时打造新加坡寓教于乐的目的地形象，推广自然之美；并且有效带动目的地和相关景点、酒店的客流量。



🔗 品牌认知

01

### 强化标签关联

深度挖掘新加坡旅游资源，重点提升新加坡“自然/生态/亲子”标签的市场认知度与关联度，树立高端生态游目的地形象。



👥 精准触达

02

### 锁定核心人群

依托大数据定向投放，有效覆盖一二线城市的高净值家庭群体，确保营销信息的精准传递与高效渗透。



📈 效果转化

03

### 驱动商业价值

通过多渠道整合营销，直接带动新加坡亲子游线路的咨询量与实际预订，实现品效合一的营销闭环。

# 核心策略：最强大脑 + 最顶生态+最萌萌娃同业拼盘联动开启深度文旅定制



王昱珩/水哥  
THE STRONGEST BRAIN

打造“自然学院林”  
专属研学路线，从走马观花转向**深度**探索，  
提供独一无二的**定制**体验。



知识偶像：专业科普担当

由“水哥”带队，以其超凡观察力与博物学识，建立权威科普形象，为节目内容提供硬核背书。



萌娃视角：童真反差萌

引入孩子纯真视角，与专家的理性思维形成强烈反差，制造节目趣味点与温情时刻。



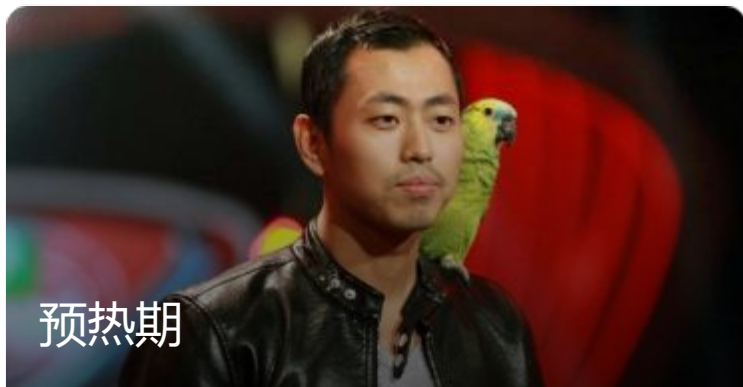
与最强生态新加坡产生奇妙化学反应

知识 + 童趣双重驱动，精准狙击**家庭观众**心智

<p>● 第一站：植物探索</p>	<p>● 第二站：动物奥秘</p>	<p>● 第三站：生态循环</p>
<p><b>滨海湾花园</b></p> <p>深入冷室与擎天树丛，不仅是观赏，更是系统的植物学研学课程。</p> <p>ECOLOGY FOCUS</p>	<p><b>万态野生动物世界</b></p> <p>探秘夜间动物园与飞禽公园，了解生物多样性与物种保护。</p> <p>BIODIVERSITY</p>	<p><b>自然学院林</b></p> <p>实地参与生态循环项目，亲身体验人与自然的和谐共生</p> <p>SUSTAINABILITY</p>



P HASE 01



预热期

悬念海报

通过视觉冲击力强的海报制造话题悬念，引发公众好奇。

嘉宾官宣

正式公布重量级嘉宾阵容，利用名人效应引爆初期流量。



P HASE 02



爆发期 HOT

正片上线

全平台同步首发，集中资源进行饱和式打击，确保最大曝光。

话题冲榜

多维度话题策划，冲击社交媒体热搜榜单，形成现象级讨论。



P HASE 03



长尾期

二创传播

鼓励UGC内容产出，通过用户二次创作延续内容生命力。

口碑发酵

沉淀优质评价，通过深度解析文章提升品牌美誉度。

# 执行过程：城市公园探索

STATION 01

## 滨海湾花园

Gardens by the Bay



### 深度探索地标

深入探索**超级树**与**云雾林**，感受未来科技与热带植被的震撼结合。



### 名师现场科普

特邀嘉宾**王昱珩**现场进行植物知识科普，将专业知识转化为生动有趣的自然课程。



### 亲手触摸自然

孩子们在导师带领下**亲手触摸**奇特植物，在实践中建立对自然的敬畏与热爱。



# 执行过程：万态野生动物园

## STATION 02

### 夜间野生动物园 & 河川生态园



#### 沉浸式观察动物习性

深入雨林腹地，在自然栖息地中近距离探访夜行性动物的神秘生活，感受生物多样性的魅力。



#### 开展夜间探险任务

化身探险家，完成特定挑战任务，体验多感官互动的丛林奇遇，培养团队协作与探索精神。



# 执行过程：线下JUMP展

## 复刻新加坡生态 打造城市中心的自然学院林

在国内核心商圈（如上海新天地、北京三里屯）举办线下展，将新加坡的垂直绿化与生态美学1:1还原，让国内观众身临其境，实现从线上种草到线下体验的流量闭环。

### 📍 核心商圈选址

锁定高净值人群聚集地，精准触达目标家庭客群。

### ⚡ 流量落地转化

设置互动打卡点与奖项展示区，激发UGC分享传播。



沉浸式生态场景复刻



亲子互动体验



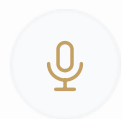
自然科普教育

# 执行过程：品牌深度植入



## 任务卡与道具植入

定制化设计节目任务卡、路标及现场道具，融入 **品牌视觉元素**。通过关键线索的寻找与使用，强化品牌符号记忆。



## 自然口播与互动

主持人与嘉宾在互动环节中 **自然提及** 新加坡旅游局，通过趣味问答或感叹形式，潜移默化传递品牌核心理念。



## 后期包装与压屏

在精彩时刻或空镜转场时，配合 **动态压屏条** 或角标展示，确保品牌信息在视觉上的高频次、高质量曝光。

# 效果评估：社交口碑

站外传播热度居高不下，高净值人群自发安利

## 📢 微博话题热度

话题总阅读量

2.8亿+

讨论量

50万+

#自然学院林# 热搜TOP3

## 📖 小红书种草

相关笔记数

10万+

搜索增长率

300%

#新加坡亲子游# 热门推荐

## 高净值妈妈群体热议

真实用户评价

口碑爆棚

#寓教于乐



@魔都辣妈Coco ★★★★★

这绝对是今年**最适合带娃看的综艺**！没有之一！看完第一集就立刻订了去新加坡的机票，万礼生态园太美了。

User

@小花生米 ★★★★★

本来只是随便看看，结果被**狠狠种草了新加坡**！节目里的自然教育理念很棒，孩子看得津津有味，学到了很多动物知识。

## 年度必看亲子综艺

User

@TravelWithKids ★★★★★

画质太好了，每一帧都是壁纸。这种**高品质的自然纪录片风综艺**太难得了，强烈推荐给所有家长！

User

@海淀妈妈群 ★★★★★

不仅是旅游宣传，更有深度的自然教育。跟着水哥的视角看世界，**知识点满满**，孩子特别喜欢。