



Top
Mobile
Awards

雪花勇闯天涯！大学生挑战未登峰

- ◆ **广告主**：雪花啤酒
- ◆ **所属行业**：酒水行业
- ◆ **执行时间**：2017.04.12-07.12
- ◆ **参选类别**：视频直播营销类

你知道雪花包装



背后的故事么

背景：勇闯天涯包装上的剪影，其实是名普通大学生，经过雪花8天集训，他率队将国旗插上了中国的未登峰而这项运动勇闯天涯已经连续开展了12年，但消费者却很少知道包装背后的品牌故事

目的：因此将“勇闯天涯挑战未登峰”活动，更好更有效的进行传播，并向校园渗透，成为本次活动主要目的

挑战：线上直播花钱也做不了，线下校园跪也进不去

雪花勇闯天涯，目标为95后年轻群体。而95后同大多数人一样，只知道勇闯天涯是一款啤酒。

这是由于“勇闯天涯挑战未登峰”活动，常年在高海拔、极寒且没有人涉足的雪山开展登顶，因无网、无电、无通讯的三无环境，造成活动无法及时传递给大众。受到新广告法条款影响，活动无法进驻校园宣传，让已经连续举办12年的活动，无法有效传递给目标受众。

开展12年，将国旗插上中国12座未登峰

2005年起，每年招募大学生挑战未登峰
借此向大学生传递勇闯天涯的精神与内涵



无电无网无通讯，中国冰雪极限直播0经验

互联网蓬勃发展的今日，历史上中国所有登
顶未登峰壮举，却还停留在图片文字描述上



媒体史上仅有央视实现珠峰火炬传递转播

2008年珠峰火炬传递直播，因国事央视采
用的是不计人力与物力投入的技术方案



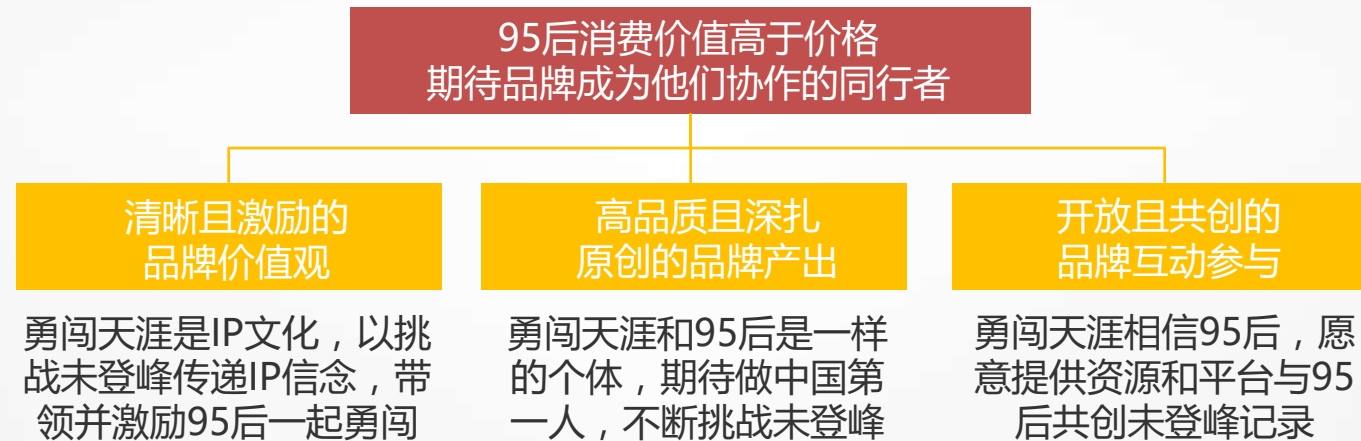
洞察

由于酒精传播受到新广告法限制，大量校园、游戏及社交资源都无法合作，因此植入成为当下创造场景传播的唯一突破口，引发合作价格也是一路飙升。

随着植入形式的普及，我们发现95后年轻人，在看观看视频过程中会自然的过滤掉广告。而他们相对较高同质化的啤酒植入，更希望通过消费的产品，来凸显自身的特征、来表达自我的品味和心情。

策略

从独特卖点（USP）转变为独特买点（USB），把95后变为品牌的同行者，用95后语言将勇闯天涯变为IP文化。



- 海选期95后路径埋点，用95后的语言，将勇闯天涯变为与95后年轻人价值观相符的IP精神，打破产品传播限制。
- 登山期借助数字科技，赋予品牌故事真实感，实现中国互联网首次未登峰直播，拉近年轻人对品牌感知与认同。
- 后续期通过IP植入替代产品植入落地校园活动，让95后年轻人不接触产品，也能增加对产品的认知与喜爱。

海选期：95后路径埋点，制造三观相符的移动精神招募入口

根据兴趣多维诠释勇闯精神，拦截95后每个常出没场景
影响超过10万名95后报名，最终选出27名赛手挑战未登峰



好奇心入口
啤酒冷知识招募视频



理想语录入口
定向95后信息流



励志签到入口
QQ空间主题签到



顶级赛事入口
腾讯体育独家资源

集训期：每天一个勇闯IP，用27人集训影响3500万大学生

将27人集训打造为社交主题海报，新闻及QQ空间双端传播
联动QQ空间发起共同坚持8天勇闯陪伴签到，强化勇闯精神传播



勇闯精神篇
每日勇闯IP海报



专业知识篇
勇闯陪伴签到日历



生活场景篇
勇闯社交海报



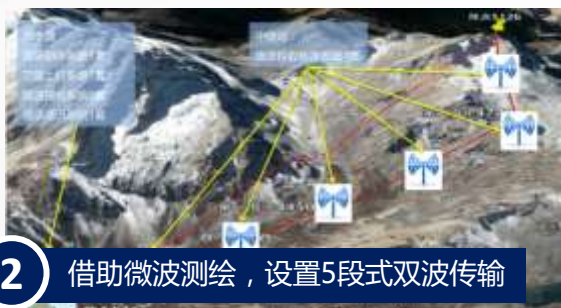
新闻纪实篇
勇闯专题报道

登顶日：直播技术创新，成就中国第一个极端登顶双端直播

首个军用数字微波技术民用化方案，成就勇闯中国首个登峰直播
借助人群精准推送，直播覆盖超过510万独立用户，其中75%为大学生人群



1 遥感技术，建立数据登山方案



2 借助微波测绘，设置5段式双波传输



3 架设中继信号站，通过卫星传输北京



4 后方演播室信号源接收并实时剪辑



5 登顶直播信号通过腾讯体育、新闻、Qzone多平台进行延时直播，并实现前后方连线

后续期：拉近与95后距离，校园勇闯主题影展赢得认知与尊重

将历年雪花挑战未登峰凝练成勇闯影展，并邀约最具勇闯精神的侣行夫妇，进驻影展讲述勇闯精神
激发95后对品牌的认知与热爱。现场超过1500人参与，线上影响超700万用户



数据表现

勇闯IP主题招募&集训社交海报

报名数10万+，影响大学生超过1000万人

中国互联网首个登顶2小时直播

吸引超过510万独立用户，其中大学生占比75%
直播播放量是同类垂直体育节目收视率的2倍

校园IP主题影展及主题传播活动

吸引超过700万人在线关注并收看主题演讲
线下半天共接待1500人参观，礼堂上座率达到110%

客户点评

实现了首次中国互联网登顶直播，助力雪花勇闯天涯重大在传播领域突破。精准的线上路径埋点与线下走进校园，巧妙的绕开了酒类传播红海与限制。借助IP的线上线下整合，成功赢得95后的尊重与喜爱！

2017年6月2日上午8点06分，中国互联网历史第一次未登峰登顶直播成功！

<https://v.qq.com/x/cover/ngmorjdutpdjzmu/w002373qypo.html>