

2024年华润怡宝 戈19项目总结报告



01 活动传播

02 活动执行

03 品牌权益

04 活动总结



01 活动传播



活动背景

1

活动主题

2

创意传播

3

数据小结

4

走19

第十九届玄奘之路戈壁挑战赛

来自全球70余所顶级商学院和品牌的5833位戈友、120支参赛队伍及2774名现场工作人员，总数近万人，历时4天，以徒步穿越121公里无人戈壁。



赛事时间

2024年9月29日-10月5日

具体行程

9月29日：签到注册、领取参赛物资、点将

9月30日：培训日

10月1日：体验日

10月2-4日：3天竞赛日，颁奖典礼

10月5日：返程

赛事地点

甘肃省酒泉市瓜州县

(锁阳城阿育王寺遗址至戈壁清泉间的戈壁荒漠)

*以上信息来源于玄奘之路官网



怡宝深耕体育营销，始终一路相伴

怡宝与戈赛

- 资历：8年戈赛及院校合作
- 保障：累计提供超154.15万瓶水和饮料
- 支持：陪伴超2万戈友走过戈赛
- 战队：怡宝连续7届参赛，曾连续4届获“沙克尔顿奖”

怡宝口号：

“一路相伴”

“你我的怡宝”

玄奘之路赛事主席曾说：

“怡宝很懂戈友”

戈赛保障：

“有戈赛的地方就有怡宝”

怡宝与体育营销

- 携手合作“中国国家队”
- 连续12年赞助中国马拉松赛事
- 与多个顶级体育IP合作，如“中超”等
- 与多所大学联合举办校园体育主题赛事
- 2023年起，2届young戈赛携手



一路相伴

4天3夜 121公里

第十九届玄奘之路戈壁挑战赛

你我的
怡寶





- 画面**二分法设计**，通过**垂直分割**展现戈壁的广袤
- 左侧的戈壁植被与右侧的荒漠地貌，代表**玄奘之路的终点与起点**
- 左侧的绿色植被不仅代表**终点的戈壁清泉**；也象征地图上的西方，**呼应主办方的主题“不东行者”**
- 一路上同行的戈友，**寓意“一路相伴”**，呼应主办方的主题“不东行者”

#一路相伴# 戈19传播三部曲

赛前 (9.14-9.28)

1. 倒计时15-10天海报
2. 倒计时5-4-3-2-1天海报
3. 一路相伴主张SVG
4. 怡宝水饮地图长图
5. 戈19预热篇视频

赛中 (9.29-10.4)

1. 戈19公益行动SVG
2. 戈19服务亮点SVG
3. 戈19欢迎篇视频
4. 戈19点将海报
5. 戈19点将长图
6. 戈19点将篇视频
7. 戈19出发篇视频
8. 朋友圈六宫格海报
9. A+海报
10. 戈19公益篇视频
11. 戈19保障篇视频
12. 戈19完赛长图

赛后 (10.5-10.16)

1. 戈19总结回顾SVG
2. 戈19总结篇视频

9张海报



- 从倒计时15-10天戈19即将开始唤醒戈友记忆，5-4-3-2-1天的倒计时再现戈友相聚场景，预告戈19开始。



- 怡宝微博及朋友圈转发截图



竞赛日朋友圈六宫格海报

- 用一组竞赛日日六宫格海报，展现从起点出发到营地相聚，怡宝一路相伴、一路守候。



- 怡宝微博推送及朋友圈转发截图



4篇SVG+3篇长图



SVG

长图

SVG

SVG

长图

长图

SVG

推文数据截图



阅读量总计：15779

点赞数合计：368

【赛前视频：预告篇+赛道欢迎篇】



【赛后视频：总结篇】



【赛中视频：点将篇+出发篇+公益篇+保障篇】



戈19期间，共拍摄剪辑**7**条视频进行传播，合计总播放量达**60835**次，点赞量达**2432**个
主办方及合作院校、参赛戈友均有转发



照片直播间截图



延续公益传播，放大无痕行动价值

• 从线上到线下，全方位倡导公益行动



展位公益区

延续公益互动，展示戈18成果
释放公益主张及倡导



以行走致新生 - 再生背包、公益飘带

多元的公益元素展示
吸引更多戈友打卡了解



《以行走致新生》视频

从新视角打卡无痕行动
详细向戈友阐述戈19公益行动的意义

• 公益获得更多关注，更多戈友成为守护一员



推文互动形式差异化，形成创意传播展示

• 主题创意动画



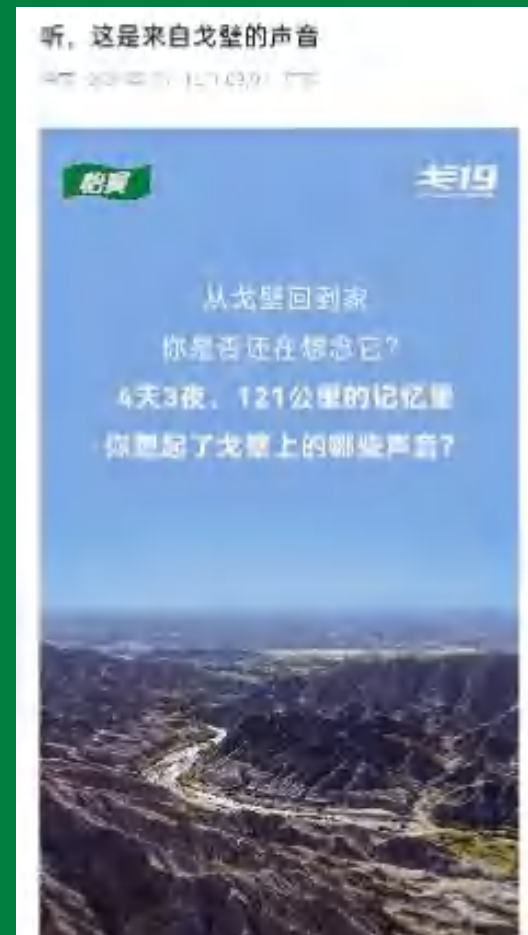
• 戈19公益展示



• 戈19服务亮点



• 戈壁声音互动

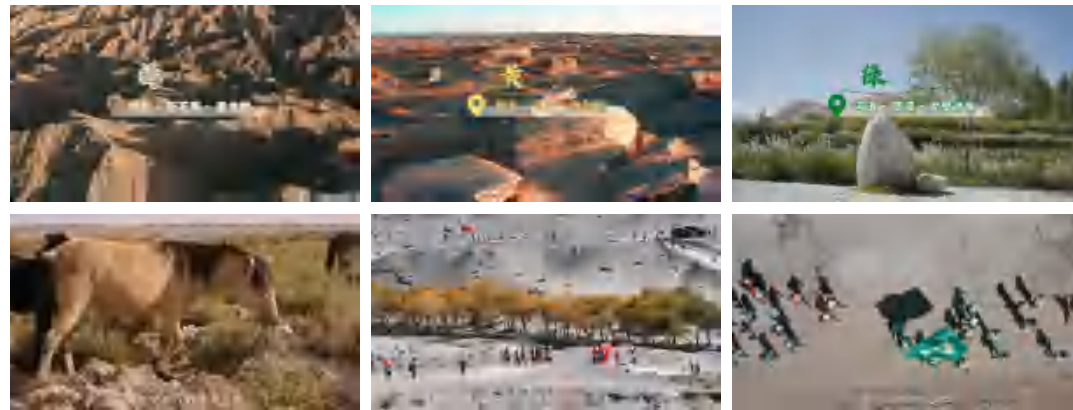


抓取新的视频视角+更创意的剪辑方式

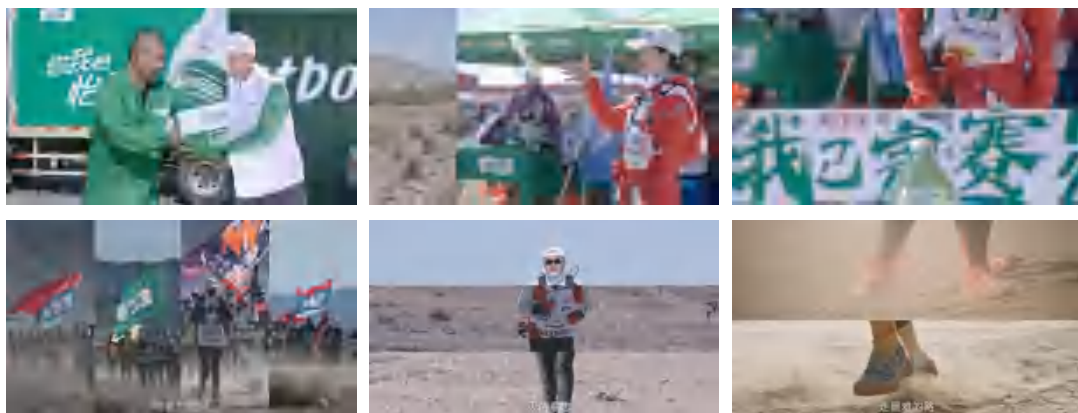
- 新的戈19预热形式：预告戈友等你出发



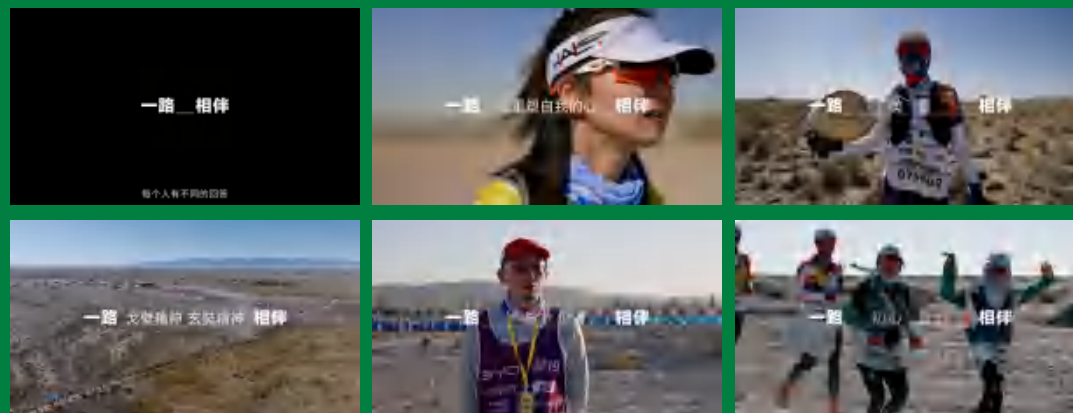
- 新的公益视角，呼吁更多戈友还原戈壁原色



- 新的剪辑形式，创新剪辑戈19保障内容



- 新的戈友互动，抓取更多契合主题的戈友故事



传播稿件

- **15张** 线上传播海报
- **4篇** SVG推文, **3篇** 长图文
- **7个** 视频

现场物料派发

- **1000+枚** 定制种子徽章
- **250个** 折叠水杯
- **550个** 公益飘带

社交传播效果

- **60835+** 视频播放量, **2432+** 点赞量
- **15779+** 图文传播总阅读量, **368+** 点赞量
- **10630+** 人次图片直播间访问
- **2次** 赛事官方现场报道, **2次** 赛事方、基金会转发
- **5833名** 戈友在戈友圈及群聊转发

吧 活动执行



功能分区：

A 合影区【一路相伴】

B 公益专区【以行走致新生】

C 拍照打卡区【戈壁相伴之路】

D 休息赠饮区【怡宝驿站】









特标瓶、展位礼品





功能分区：

A 戈壁调饮派赠区

B 戈友休闲区

C 公益区

D 美陈装置&装饰陈列





怡宝驿站

C'estbon

Panasonic Xtra
无定式·悦自由

一路相伴

赠饮、互动、公益打卡







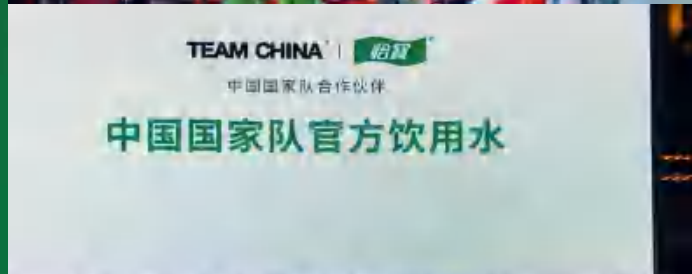
品牌權益



博览会 品牌露出



点将台 品牌露出



4天3夜营地 品牌露出



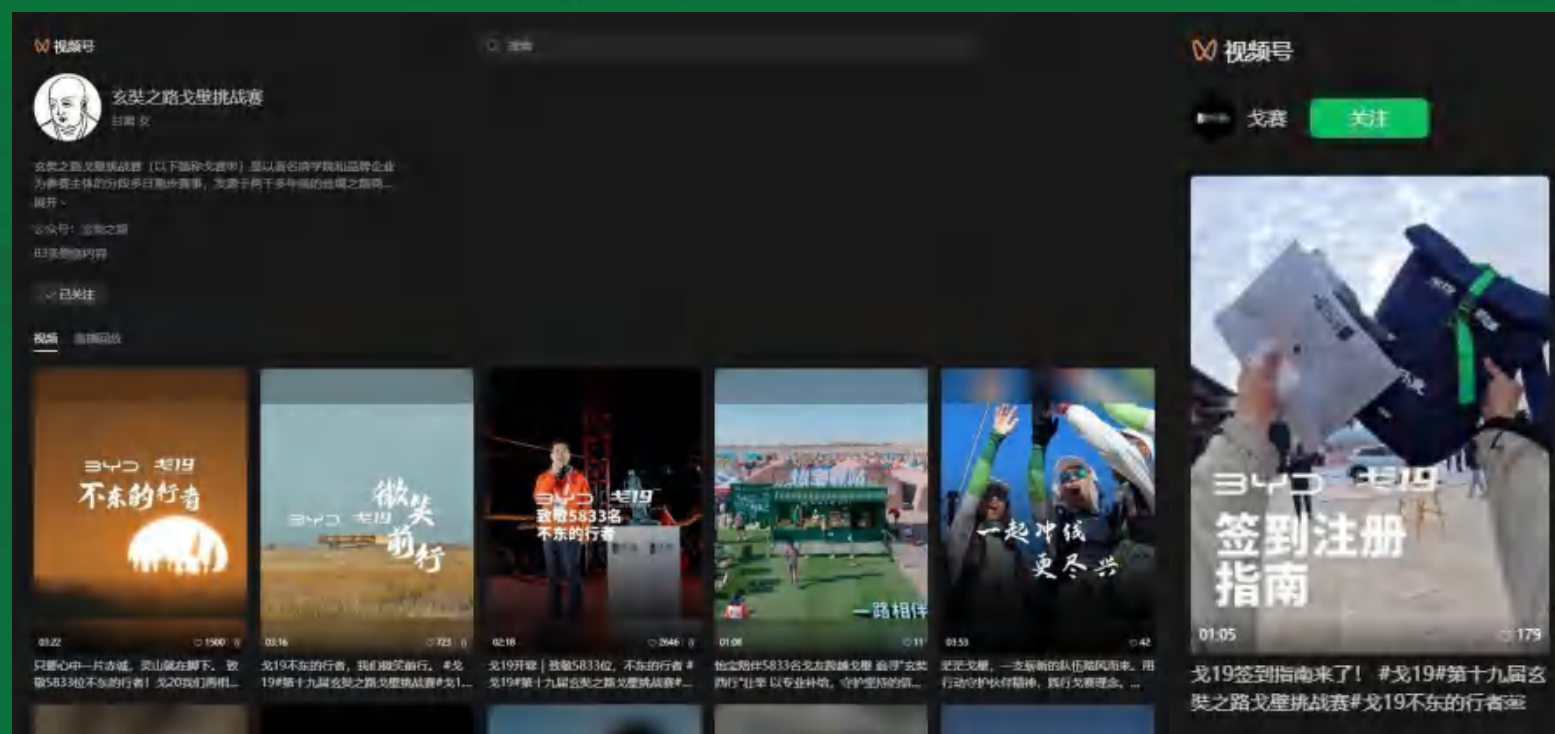
4天3夜赛道 品牌露出



戈19公益 “以行走致新生” 品牌露出



戈19主办方 品牌露出



戈19主办方 品牌露出



04 活动总结



传播总结

戈19传播期间，共剪辑传播**7**条视频，发布**15**张传播海报，**7**篇创意推文；
图文传播总阅读量达**15725+**，视频传播总播放量合计达**60835+**，
点赞量合计达**2432+**，怡宝戈19直播间总观看量达**10630+**人次；

赛事期间，团队与怡宝摄影组共采访**10**所合作院校战队，**10**名戈友；
展位现场，参与互动的戈友日均达**1850+**人，主办方直播间覆盖戈19的
120支参赛队伍、**5833**名戈友，实时精准传播怡宝品牌相关信息。

活动总结

基于戈15至戈18届比赛的执行经验，土生金与怡宝戈19团队紧密合作，围绕“一路相伴”核心策略，向来自国内外知名EMBA和MBA商学院的5833名戈友多角度展示怡宝品牌形象。

我们总结了戈19的现场执行与线上传播创新，未来将持续优化方案，期待愉快合作！



谢谢观看

