

国际华语辩论邀请赛

INTERNATIONAL CHINESE DEBATING COMPETITION

招商方案

哔哩哔哩营销中心 2024.5

新国辩，全称国际华语辩论邀请赛——是世界最高级别的辩论邀请赛，也是辩论圈四大赛事中的影响力之最

• **主办方**：最早由胡渐彪等辩手攒局举办，后由胡渐彪学生成立的公司**超级辩手**持续运营至今。

- **超级辩手**，是国内最专业的辩论垂类品牌。以竞赛节目制作、思辨教育培训为主要产品。连续举办十一届全球华语最高竞技辩论赛事“国际华语辩论邀请赛”（新国辩）；
- 为《奇葩说》选题、选角、赛制、辩题、选手训练提供专业支持；
- 为湖南卫视语言类节目提供话题、内容、辩论培训服务；
- 为湖畔大学、华发投控、时代中国等机构与企业提供长期思辨课程及内训服务



• **前身**：新国辩前身，旧国辩，1993-2011年**央视与新加坡传媒集团举办**的国际大专辩论赛，诞生了蒋昌建、胡渐彪、黄执中、马薇薇、詹青云等明星辩手。

- 自1993年开始举办，吸引了众多所国内外知名高校的参加。参赛范围也从亚洲拓展到世界各国，由华裔选手扩大到非华裔选手。在全世界具有广泛的社会吸引力。其独特的“汉语辩论”形式，也为汉语在全世界的传播发挥了重要作用。而对于辩手来说，国辩就是“辩手的奥运会”，是他们向往要踏上的最高舞台。



路一鸣：
原央视栏目《道德观察》节目主持人
1999年国际大专辩论会冠军、全程最佳辩手

新国辩，吸引全球范围高校报名参与，范围从国内985&211高校 辐射至世界顶尖学府

■新国辩是具有全球影响力的华语辩论IP

- 它既是华语辩坛的巅峰舞台，也是辩论竞技专业化的代表，在不断引领着思辨表达的潮流中，新国辩致力于成为华语文化在全球传播的重要平台；
- 新国辩秉持着“辩论竞技专业化”的理念，以高水平的参赛队伍、殿堂级的评委阵容蜚声辩坛；
- 举办十一年间，不仅有哈佛大学、剑桥大学、清华大学、北京大学等世界名校群雄逐鹿，亦有路一鸣、黄执中、胡渐彪等传奇辩手、社会学者参与其中。影响力涵盖四洲，遍及全球。

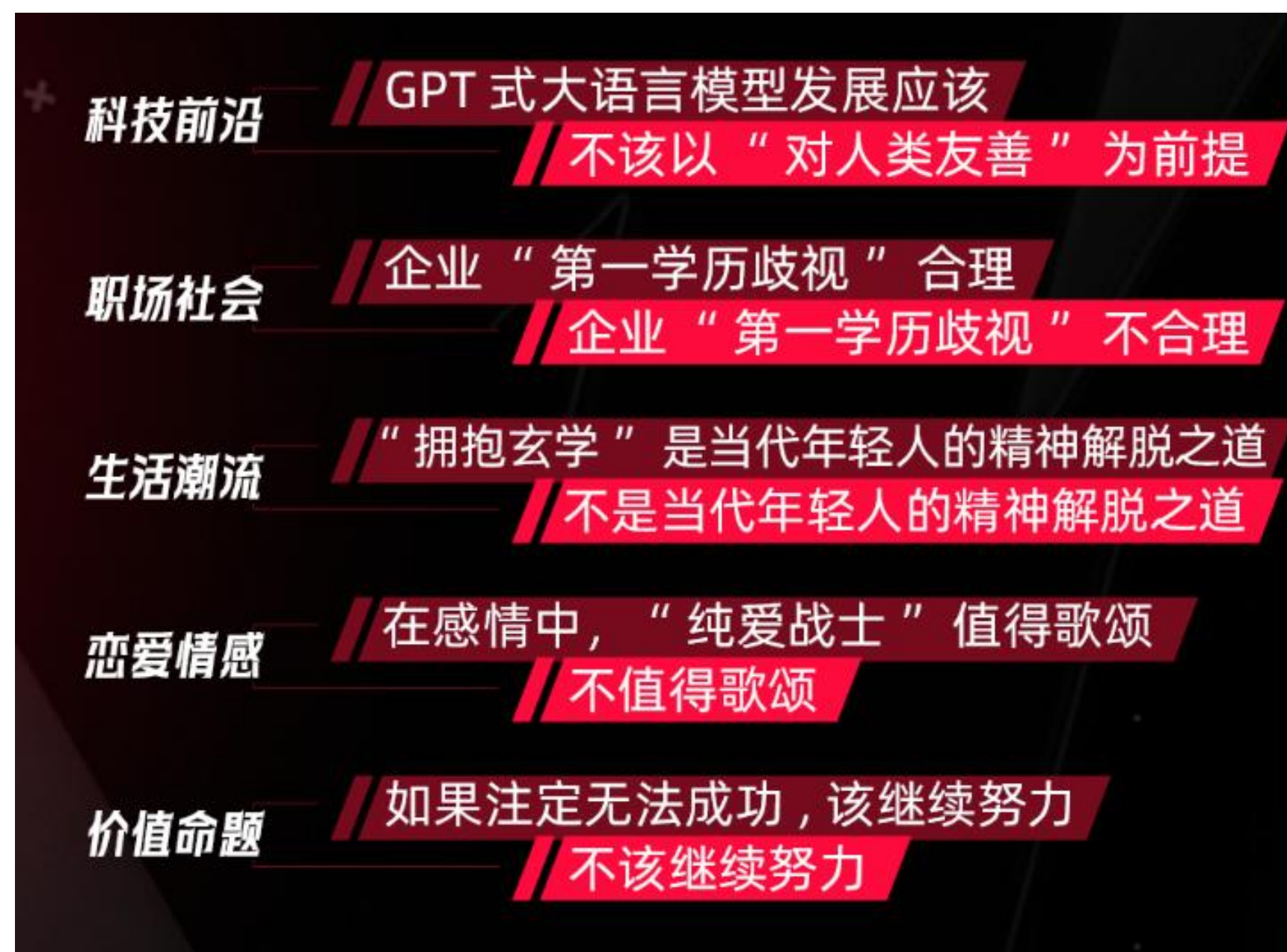


■新国辩覆盖全国及世界级顶尖学府

- 2023年赛季，共计189所高校提交参赛申请，参赛队遍布我国23个省、4个直辖市、2个自治区和2个特别行政区，同时来自英国、美国、加拿大、新加坡、澳大利亚、马来西亚等国家的高校提交了申请表格；
- 参赛队伍的配置中既有北京大学，武汉大学，中山大学，复旦大学，台湾大学等国内的顶尖辩论学府，也有马来亚大学，哈佛大学，牛津大学，剑桥大学，新加坡国立大学，伦敦政治经济学院等海外的顶级辩论名校。



新国辩，好内容，驱动好传播—— 切中时代脉搏，打磨优质辩题；聚焦真问题，讨论真问题

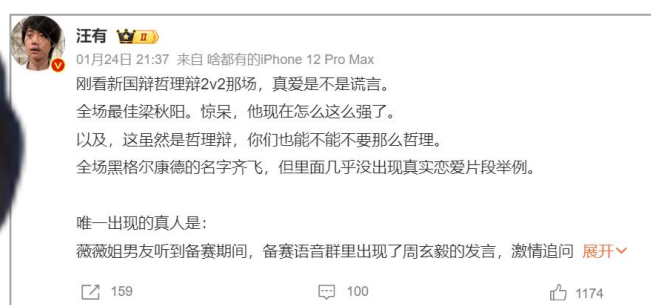


- 好内容：在辩题选择上，为了让辩论比赛更贴近大众，新国辩结合趋势讨论当下的热点议题，体现大学生的思考。
- 在这样的命题思路指引下，目前新国辩比赛辩题已经涵盖经济、政治、文化、哲学，文学，艺术，法律，教育，职场，体育，游戏，大众传媒等多个领域。

**新国辩，好内容，驱动好传播——
高水平强竞技，辩手金句频发，观点发人深省；多圈层渗透，实现破圈**

“不要去试探爱情的真假”

——2023年新国辩哲理辩论：“真爱”是/不是谎言



“把人当作完整的人去爱”

“我被当成完整的人爱过，我也在这份爱里成为完整的自我”

—2023年新国辩哲理辩论：“真爱”是/不是谎言



“被误解是表达者的宿命”

——2019年华语辩坛老友赛第五场： 被误解是不是表达者的宿命



被误解是不是表达者的宿命呢？

范范的成长宇宙 3.7w

“爱是我们对抗孤独的勇气”

——2023年新国辩哲理辩论：“真爱”是/不是谎言

故事的结局重要 / 不重要



—2021华语辩坛老友赛第五场

“爱是自由意志的沉沦”

“爱上没什么了不起，爱下去才了不起”

——2019年新国辩老友赛：如果你有超能力，可以让你爱的人也爱你，你要不要使用这项超能力？



爱上没什么了不

新国辩，好内容，驱动好传播—— 高水平强竞技，辩手金句频发，观点发人深省；多圈层渗透，实现破圈



微博

“新国辩”相关微博话题累计浏览**破亿**

赛事期间**6次**登上微博主榜热搜

#詹青云在爱里成为完整的我#**TOP6**

#被黄执中这段辩论震撼到#**TOP23**

#新国辩人是否最终孤独#**TOP39**

#当搭子的爱情#**TOP39**

#新国辩真爱是否是个谎言#**TOP45**

#妈妈在棉花糖里# **TOP46**



抖音

#新国辩# 播放量达 **17.6亿**

赛事期间新国辩卡段点赞过万达**22条**

10万赞 **3条**，20万赞**1条**



小红书

#新国辩# #国际华语辩论邀请赛#

相关笔记 达 **6k+条**



微信公众号

多篇原创好文深度发酵

哔哩哔哩头条推文**10W+**

X博士推文**10W+**

Sir推文**10W+**



新国辩 2024由B站联合出品 升级B站年度市场向品牌项目

- 2023年，第十一届新国辩与bilibili正式达成深度合作，赛事由bilibili独家冠名
- 2024年，B站与新国辩官方合作持续加码升级，将联合出品，新国辩成为B站年度品牌项目，官方资源扶持

bilibili
国际华语辩论
邀请赛

2023年新国辩线下观赛人数多达16000人次，
赛事直播间累计观看超过400万人次

- 新国辩账号粉丝 **217万**
- 账号视频累计播放量 **4573.2万**
- 赛事5天，新国辩账号访客**132万**
- 单场比赛，直播间观看人气峰值达**39万**
- 直播期间登上站内**热搜54次**
- 凭借赛事影响力**7次**登上站内热搜**TOP1**



- 2024年，项目总曝光预计突破10亿+，
站内S级官方资源助力：
- 总决赛直播峰值预计达1000W



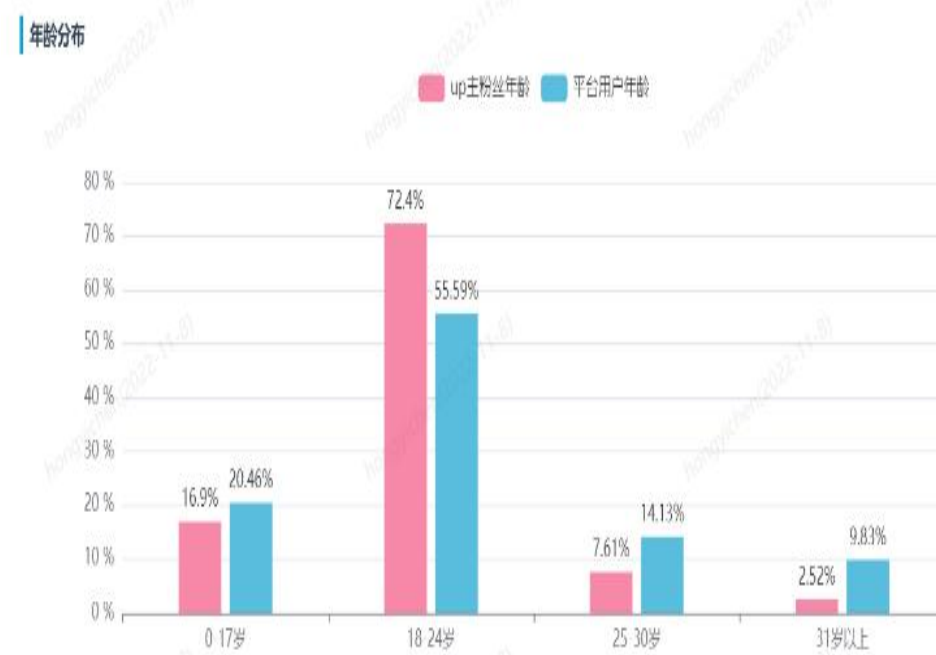
校园人群在B站做赛博同学 全国各大高校纷纷入驻 B站拥有这一届最优质最集中的年轻用户群体

- B站用户平均年龄23.5岁，30岁以下群体占比超过64%
- 新用户平均年龄 < 22岁，持续笼络更年轻的人群入站
- 入驻高校账号1000+，一线城市用户占比高于大盘3个百分点
- 985/211渗透率 > 82%，本科率高出全网平均10个百分点

- B站用户普遍二创能力与玩梗能力强，能够在既有的内容之上，通过意见的交织与想法的碰撞，再造出更多趣味，传播力up
- 新国辩被誉为辩圈春晚，壁垒性深度内容在B站具有优势，圈层文化友好。内容优质引发用户二次讨论

在B站看辩论的大部分都是年轻人

24岁以下占9成，18-24岁用户占比超7成
粉丝男女比例3.2: 6.7（大盘男女比5.6:4.4）



1000+自来水自发安利：辩圈春晚、精神食粮、思想高潮

辩论垂类圈层

“辩圈春晚”
辩圈粉丝实时蹲守直播、讨论主要围绕辩手表现，垂类圈层热闹



文化类大V

“文字博主都在看新国辩”
微博文化类大V安利热情高，汪有、轱辘街少女等多个大号自发追更，反复安利近十条，圈层撬动明显，形成群聚效应，辐射泛大众



泛大众

对情感类辩题、情绪价值内容有强共鸣，辩手金句成“嘴替”

除了詹青云“在爱里成为完整的我”，黄执中出圈的是把表达、观点比喻成漂流瓶，强调人与人之间的连接



校园人群在B站做赛博同学 全国各大高校纷纷入驻
B站拥有这一届最优质最集中的年轻用户群体

阶段

2024.6-7 (毕业季)

2024.9-10 (开学季) → 双十一、元旦等

新国辩·高校嘉年华

顶级学府高校辩论表演赛
抢鲜一览

如：北大、清华、人大、复旦、同济、南大、浙大、
武大等* (进校园list可根据客户需求沟通)

线下高校+线上露出

品牌线下进校园

线上视频点播

品牌定制校园辩论辩题

品牌短视频花絮集锦

内容

2025.1 (赛事爆发期)

新国辩·总决赛

8强及组委会直邀高校
进总决赛

8强高校车轮战/UP主明星表演赛/哲理辩

线下赛场+线上直播

线下赛场舞美植入

品牌辩题植入

独家直播&点播权益

线上专题页面权益等

核心
开放
权益

品牌定制辩题 高校辩论PK

可与赛事方共创辩题：举例：消费/购物相关：

1、购物车 / 购买记录里的才是“真的我”

——一直以来，“清空购物车”都跟环游世界、找到真爱一样，属于人有生之年的梦幻。有人说，购买记录里都是眼前的苟且，只有购物车里才是诗和远方。但有人说，没买的未必是求而不得，也可能只是没有一时冲动。

2、个人能/不能战胜消费主义

——买不买，看上去是人在做主。但算法推荐、不断弹窗，有时候也让我们感觉身不由己

品牌落地高校 实现摊位互动

品牌可根据共创辩题，设置高校线下互动摊位，学生投票选择支持的观点，参与品牌摊位互动领取福利



品牌线上植入及曝光

高校辩论内容上线



高校线下辩论内容官方上线，用户线上观看，品牌定制辩题持续曝光

品牌权益露出



- 植入：品牌露出、口播等植入
- 授权：线下花絮等卡段授权，品牌可二次传播

品牌联合宣推



线下活动照片、花絮、金句卡段等全网联合宣推，引发用户围观

高校SNS社群传播



链接学生兴趣，破圈宣传通过KOC、社群等方式进行宣传

推荐高校：

复旦大学、上海交通大学、华东师范大学、华东政法大学、上海对外经贸大学、上海政法学院.....可根据客户需求沟通其他院校
目前复旦大学、上海交通大学摊位示例如下，皆为校内学生日常生活必经之地，人流量大。
(根据后续学校审批及排期，学校list或有变化)

其它城市高校可根据客户需求具体沟通



符合市场趋势

碎片化及信息茧房的互联网算法逻辑下，
越来越多年轻人开始主动寻求知识类深度视频的碰撞机会

内容融入商业

设置议题通过思辨的逻辑引导用户思考，达成对于品牌功能理念、
更深层次话题的渗透，且在观点交锋中得以传播

潜力年轻受众

新国辩受众为年轻且高知人群，消费力和行动力不容小觑，
对品牌长期人群建设极具价值

校园商业空间

品牌借势新国辩IP在学生人群中的知名度和影响力进校园互动
校园合作及定制空间大

独家冠名 1席

特约赞助 1席

特邀伙伴 多席

合作
周期

赛事+高校嘉年华

赛事+高校嘉年华

高校嘉年华

*高校嘉年华执行周期可根据
客户需求沟通

权益
类型

活动素材授权
站内页面权益
联合宣推权益
决赛期直播&点播权益
决赛期线下赛场权益
高校嘉年华线下校园权益
高校嘉年华线上视频权益

活动素材授权
站内页面权益
/
决赛期直播&点播权益
决赛期线下赛场权益
高校嘉年华线下校园权益
高校嘉年华线上视频权益

活动素材授权
站内页面权益
/
/
/
高校嘉年华线下校园权益
高校嘉年华线上视频权益

国际华语辩论邀请赛

INTERNATIONAL CHINESE DEBATING COMPETITION

“ 辩论一定不是我们生活的全部，
但我们总是会庆幸生活中还有辩论。 ”

期待合作！