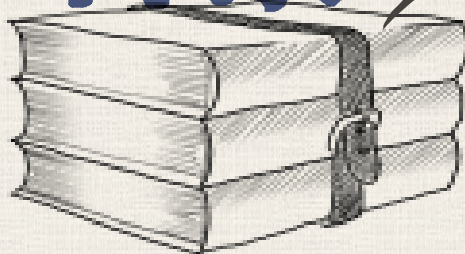


Content

目录



One 活动介绍

Two 节目介绍

Three 受众分析

Four 执行保障

听君壹席话



One
活动介绍

联合国曾倡导在全世界所有成员国唤起对〈生命之水〉的珍视与保护活动，此活动作为联合国教科文组织的一项文化和平项目，已经在2005年至2015年进行，同时将该项活动在中国展开。

2007年在世界〈环境日〉之际，教科文组织相关官员，以及时任联合国国际妇女组织主席瓦尔德海姆女士（其父曾为联合国秘书长与奥地利联邦总统）等人前来中国，并在苏州与聊城举办了相关的一系列活
动，视察了太湖、尚湖以及东昌湖等具特色的湖泊。

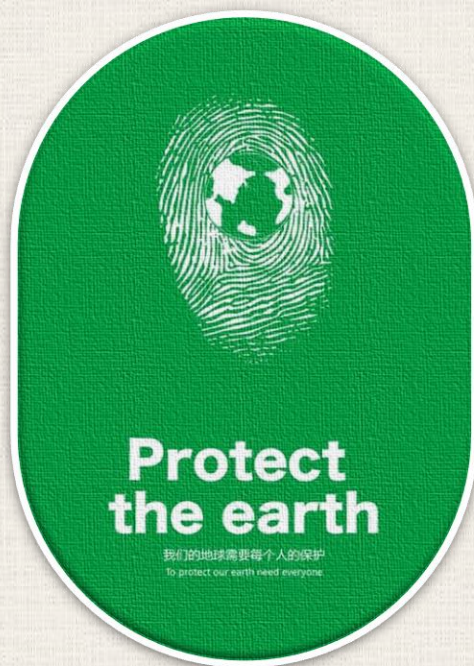
至今全世界对水资源的保护将依然肩负着重任，尤其在中国水质的保证和改善上，将是一项长期而持久的全社会的工作。

因此，响应联合国当年的号召，进一步落实并延续这一文化和平项目在中国的进行，我们应当以崇高的使命感为动力，将以各种文化艺术的形式来进行必要的宣传工作，以唤起全社会对我们赖以生存的生命之水的重视和珍惜，并在青少年的群体中进行倡导教育，为我们的家园创建出真正的“青山绿水”！



One

活动介绍



爱护地球，我们在行动！

联合国教科文组织文化和平项目

《生命之水》
water for live

2023中国青少年活动

为响应联合国遏制日益恶化的生态环境的号召，关注青少年的教育问题，壹动传媒申请到了联合国教科文组织文化和平项目“生命之水”中国区域宣传活动的合作授权，推出《联合国教科文组织文化和平项目“生命之水”2023中国青少年活动》。

听君壹席话



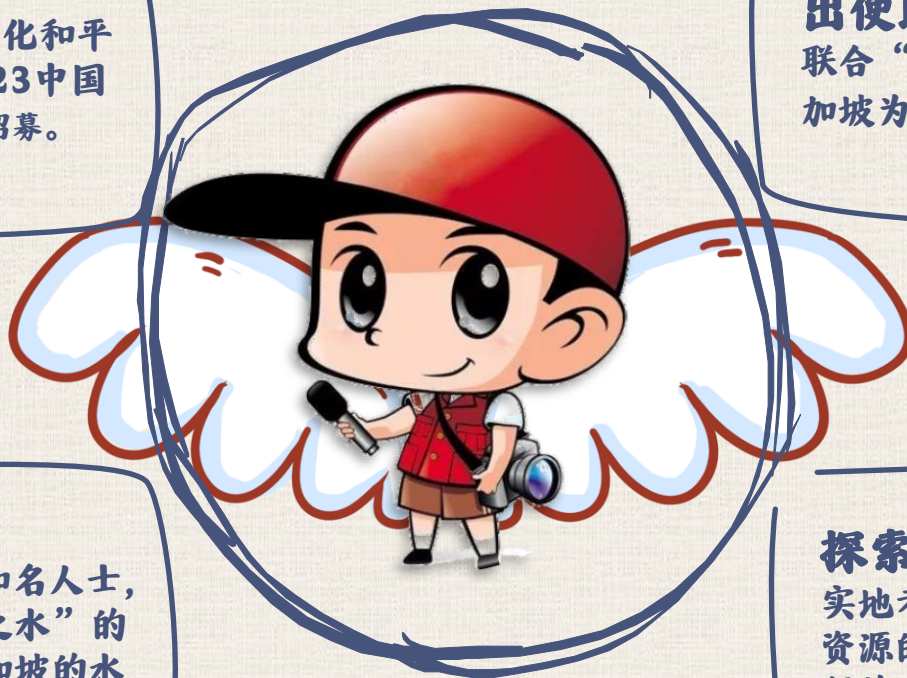
Two
节目介绍

招才纳士

《联合国教科文组织文化和平项目“生命之水”2023中国青少年活动》宣传大使招募。

出使助威

联合“活动”形象大使出使新加坡为活动助威。



访谈对话

邀约访谈新加坡各界知名人士，通过对话了解“生命之水”的认知和理解，以及新加坡的水资源对当地的人文影响。

探索新加坡

实地考察走访记录新加坡是水资源的保护和再利用是如何执行的，总结经验。

出发前

**话题准备**

由“活动”形象大使和青少年宣传大使组团后针对节目组提供的采访的对象以及新加坡资料，围绕“生命之水”的话题提出自己要访谈对话的问题，为节目的出行做好准备工作。



出发

**旅行**

旅行过程遇到的问题以及突发状况的应急等问题的普及……



到达后

**走访对话**

走进大师的家，漫步在人文气质氛围的高校，进入高科技的民生企业……，边听边看，在被访者的引导下与求知相遇，对话探索当代人类生存和保护地球的等生命哲学的实用主义与精神养料





星耀樟宜

了解樟宜机场如何建成，
并迅速成为世界航空中心。

了解樟宜机场是如何
连续几年名列世界机场前列的秘诀。



游艇马六甲海峡

了解马六甲海峡对东亚国家的
战略意义，国际形势……

可以看到裕廊岛上的世界第三
大的炼油厂，
了解炼油产业对新加坡的意义。



牛车水的原貌馆

了解新加坡社会种族和谐，
华人集中居住区的一座印度庙、
友诺士马来民俗馆/
阿拉伯街的马来皇宫及马来文化、
小印度及印度文化展。

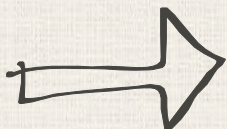


新加坡科学馆

自然科学、生命科学、应用科
学、技术与工业领域的展览，
以及促进科技知识的传播。
不可思议在这里一览无遗。

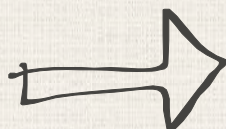
此处输入标题

新加坡樟宜星耀项目经理



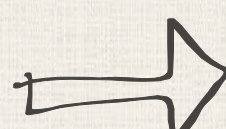
此处输入标题

新加坡辅仁国际学校校长



此处输入标题

新加坡南洋理工大学科学
学院教授



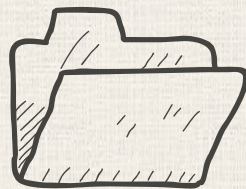
此处输入标题

新加坡科技园项目公司董
事长



此处输入标题

新加坡动物园/夜间动物园
项目 管理人



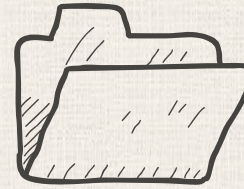
此处输入标题

新加坡新生水厂 (勿洛)
展览馆 经理



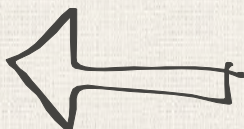
此处输入标题

某宗乡会馆主席



其他

.....





青少年

由52个青少年组成“联合国教科文组织文化和平项目《生命之水》2023中国青少年活动”的宣传大使团，每个青少年担任一期的访谈对话主持人，同明星一起访谈新加坡的各界人士，对话“生命之水”。

明星

“联合国教科文组织文化和平项目《生命之水》2023中国青少年活动”的形象大使，同青少年一起前往新加坡进行“生命之水”各类话题的访谈对话，亦师亦友。

李革新

SEL儿童社会与情绪技能讲师
 儿童情绪疏导师
 正面管教家长讲师
 小学心理健康指导师
 家庭教育高级指导师
 非暴力沟通践行者
 SEL儿童社会与情绪技能
 授课时长约500+

林丹文

上海华东师范大学中文系毕业
 新加坡资深 (ST) 教师
 MBA高级讲师
 中国外专局培训中心 (新加坡)
 特聘高级讲师
 新加坡公教中学 (李显龙母校)
 莱佛士女中 (RGS)
 以及多所国际学校任教
 南洋理工大学及孔子学院特聘讲师

Two

青少年微综艺“独角兽”

专家家长讨论

家长+教育专家

锻炼体验

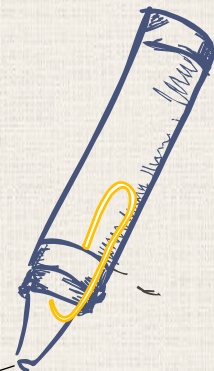
明星全程陪同+对话世界成功人士+专家全程观察

功课准备

家长+青少年+明星

权威性+稀缺性+成长经验

独一无二的成长体验和眼界开拓，明星偶像的全程陪伴和关注，不同领域专家的权威指导



**活动主题**

UNESCO文化和平项目《生命之水》2023中国青少年活动

**节目类型**

青少年访谈对话类、素质教育成长秀

**节目期数**

52期 / 季

**节目时长**

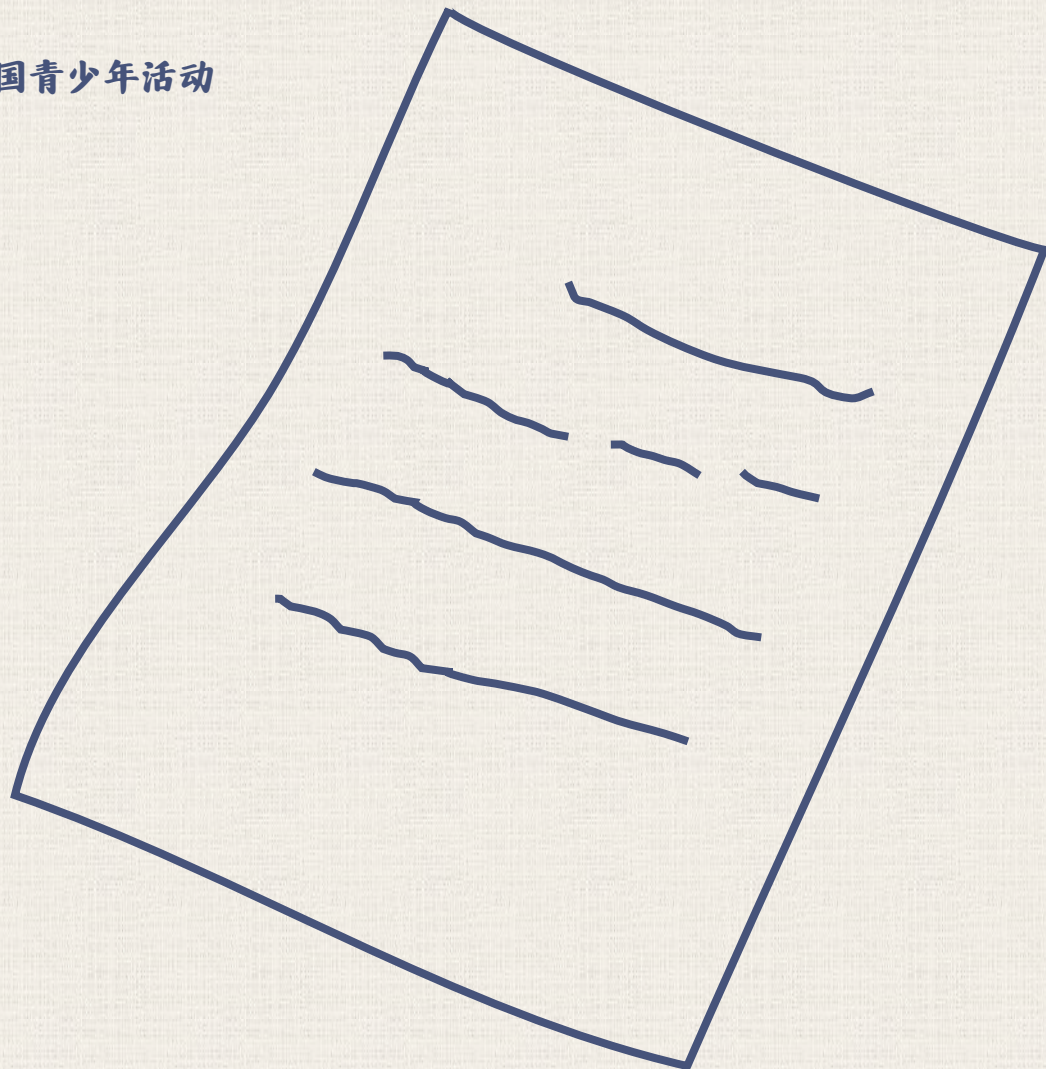
20分钟 / 期

**播出档期**

2024年2月-2025年1月

**播出平台**

浙江电视台+优酷+抖音+Z视介



Two

节目时间安排



2024.04-2025.03
新媒体传播、整合营销

2024.02-2025.01
微综艺、直播、短视频同期上线

2024.02.20-03.04
宣传片/先导片上线、新媒体端短视频/海报预热

2024.01.01-02.01
确认整合资源、确认节目周期、确认节目内容、综艺筹备开拍

聚焦各大平台，高频种草预热



微综艺

听君壹席话是“联合国教科文组织文化和平项目《生命之水》2023中国青少年活动”的前置综艺，内容提倡“健康、环保、绿色生活”。

短视频

听君壹席话微综艺中趣味性、娱乐性的片段花絮集锦，主打“欢乐人生、知识传播、科学育儿、文化传承”的特性。

直播

听君壹席话对各界人士访谈对话的过程同步直播，解密幕后花絮、开拓视野、收货快乐、榜样学习……

听君壹席话

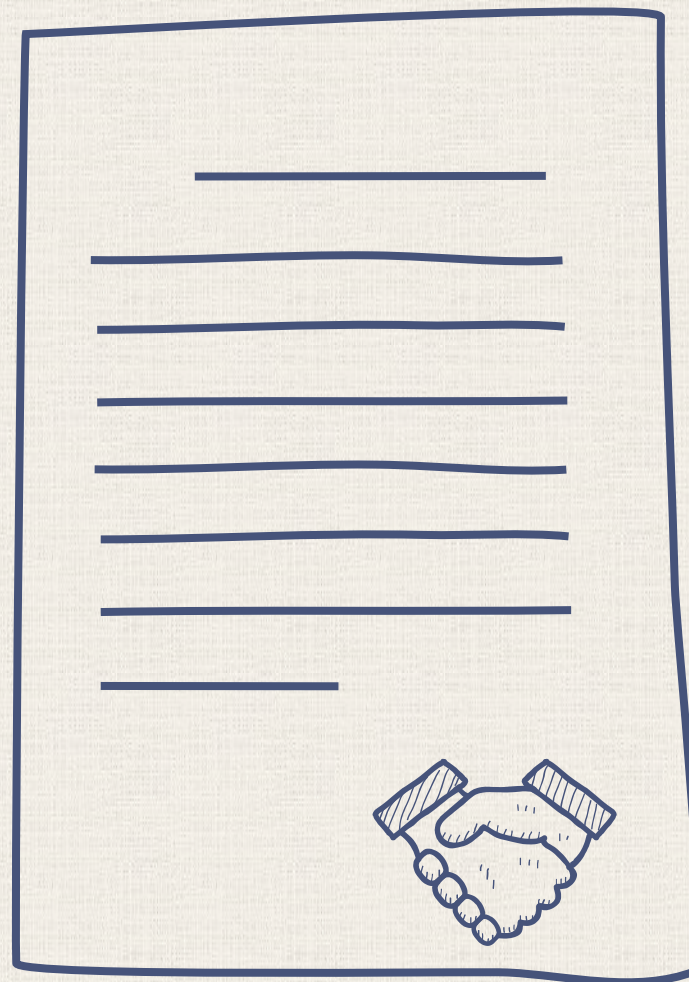


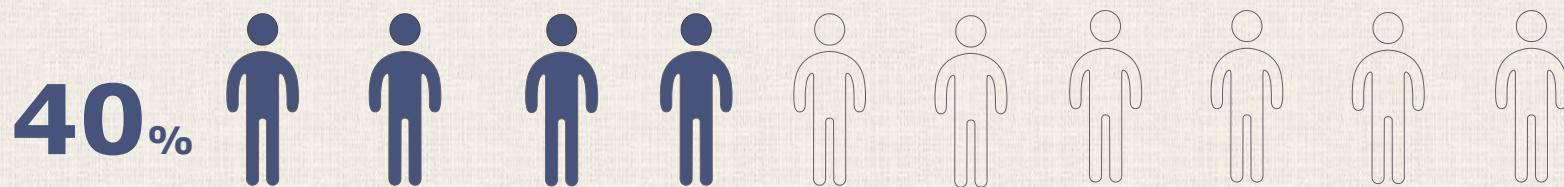
Three
受众分析



受众人群构成

整个IP活动，将聚焦“高学历，高品味，高收入”主力消费人群，联合媒体矩阵落地高度精准、密集定向的传播与营销策略。





二胎家庭



8090后父母

垂直抵达“家庭消费力”

- 节目人群锁定80后-90后，购买观念超前
- 近8成女性受众，强劲消费能力
- 合家欢观看，全家购买，品牌输出!

听君壹席话



Four
执行保障

Four

金主特权



霸屏摆放



访谈冠名



对话结合



场景融入



花式PICK

多元化话题、多彩的生活

“生命之水”是具有国际高度的主题，其话题包含粮食、健康、环境、预防灾害、能源、跨界水问题、水资源短缺、文化、卫生、污染和农业。不同国家的人文地理、历史文化等都受到其内容的关联，可关联众多丰富多彩的生活话题。



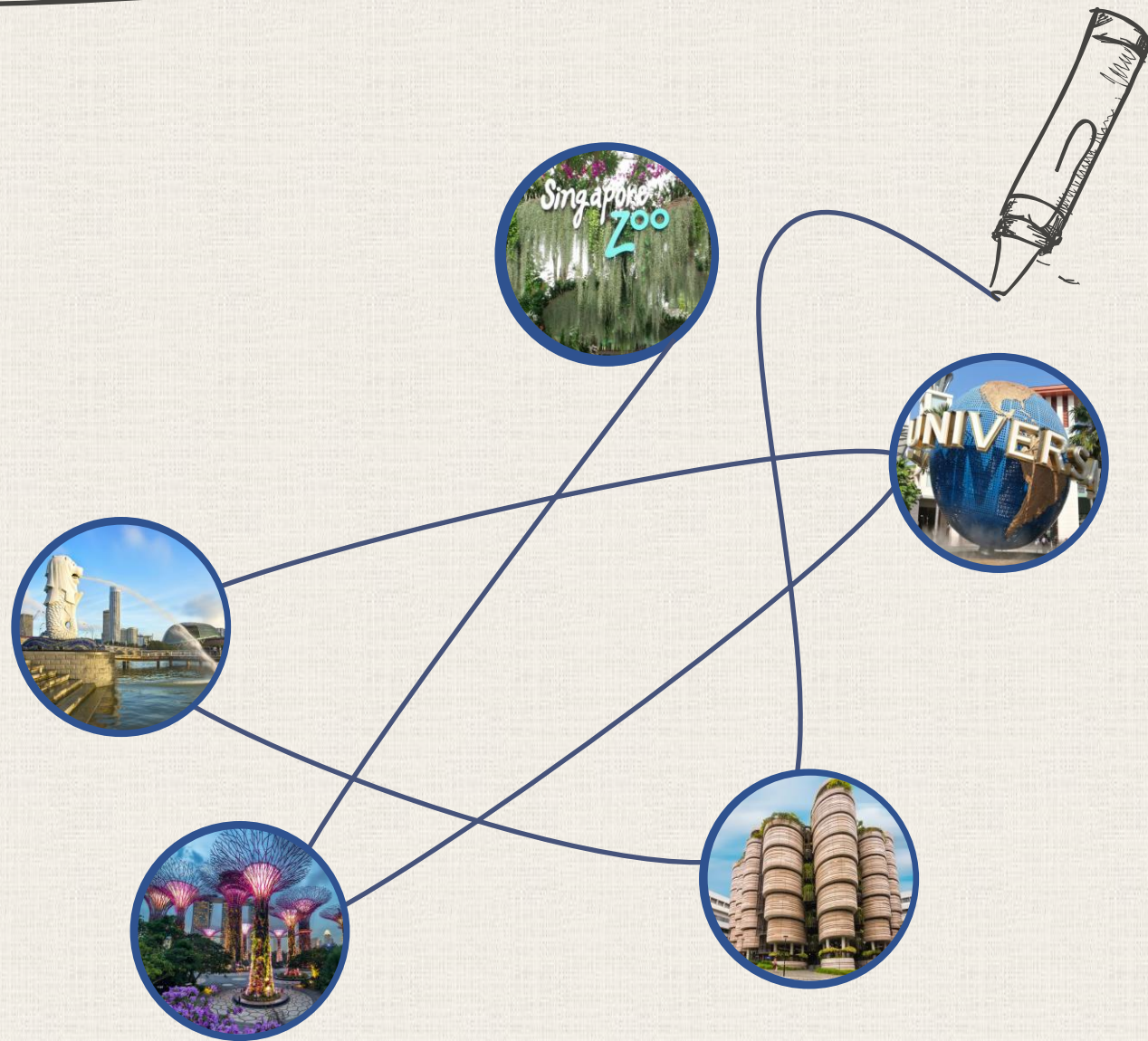
青春活泼、充满生命力

户外情景式跨国交流真人秀节目，内容更生动有趣，充满新鲜感；节目可提升青少年健康成长的品质，新鲜、知识、眼界、品质、生活、接地气、带有正能量是节目特性，青少年作为节目嘉宾候选人，活力、靓丽、蓬勃、朝气、青春是节目的主题。



多场景 — 拥有天然丰富的植入空间

超丰富场景，满足品牌使用场景和作用场景，让青少年的成长变化过程，成为品牌产品的全方位展示过程。



内容植入



节目内容制定
线上互动



IP授权



线下资源支持
线下反哺&活动



互动营销



直播平台
电商资源&直播种草

Four

行业建议

60%



40%



宝宝/妈妈奶粉



宝宝/成人营养



食品、饮料



宝宝洗护



医护居家



鞋服类



绘本、玩具



日化卫浴



家居家电



出行用车

Four

营销策略

5W/期

海外露出

2个品牌/期

国际组织活动背书

海外成功人士赋能



Five

基础授权



Media
壹动传媒

概念版海报授权使用“例图”

A、官方认证授权合作伙伴

授权以官方授权商身份进行宣传，身份客户以确认官方身份进行宣传；

B、官方认证授权身份

- 1、“《“生命之水”中国青少年活动》官方使用产品”
- 2、“《“生命之水”中国青少年活动》战略合作伙伴”
- 3、“《听君一席话》综艺指定使用产品”
- 4、“《听君一席话》综艺指定合作伙伴”

C、概念版主海报使用

授权使用《听君一席话》的无艺人海报1张，下方20%可增加授权商身份、LOGO

D、LOGO使用、IP名称使用

授权用于定制款商品及宣传使用，具体使用方式、画面等需由活动主办方确认

E、片尾鸣谢

《听君一席话》综艺节目片尾鸣谢，品牌LOGO，5秒/次，1次/期，共52期。

授权身份

Logo图片

A、衍生品开发定制权益

授权使用授权素材定制品牌与《听君一席话》联合款衍生商品（实体/虚拟）并售卖

B、自营渠道主题装潢

自营渠道可用基础素材装潢搭配主题营销活动，需提前给到活动主办方审核后方可实施，包括但不限于 A.门店、电商、APP（虚拟产品客户）等渠道 B. 具体布置或设计样稿等。具体相关费用，由客户方承担。

C、礼赠品

授权使用基础授权素材定制礼赠品搭配商品赠送，不可单独售卖，授权礼赠品需额外支付授权金，比例为采购价格的10%。

1、艺人群像版主海报使用

授权完整使用有《听君一席话》演员群像版海报1张，不可二次编辑，只可配合《听君一席话》活动宣传，不可作为商业物料

2、活动其他宣传海报使用

授权完整使用《听君一席话》宣传海报（含《听君一席话》海报、节目单期海报、倒计时海报等），不可二次编辑，只可配合《听君一席话》宣传活动，不可作为商业物料

3、活动官方预告片使用

《听君一席话》活动主办方预告片授权使用，不可二次编辑，只可配合《听君一席话》活动宣传，不可作为商业物料

4、活动综艺节目片段使用

节目片段授权使用，以下单内容权益为准，不能二次剪辑，只可配合《听君一席话》活动宣传，不可作为商业物料。如涉及艺人参与，则需品牌自行征得艺人同意后获得授权书后方可授权，艺人授权所产生费用需品牌自行承担。

5、活动官方宣传照、剧照使用

《听君一席话》活动官方剧照授权使用，不能二次编辑，只可配合节目宣传，不可作为商业物料，且剧照使用渠道需提前提供活动主办方审核



THANKS

听君壹席话



(内部资料 注意保密 请勿外泄)