

# 尖叫 | 假如细胞有意识

- ◆ **品牌名称:** 尖叫
- ◆ **所属行业:** 食品饮料行业
- ◆ **执行时间:** 2023.04.24-06.25
- ◆ **参选类别:** 内容营销类

## 结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

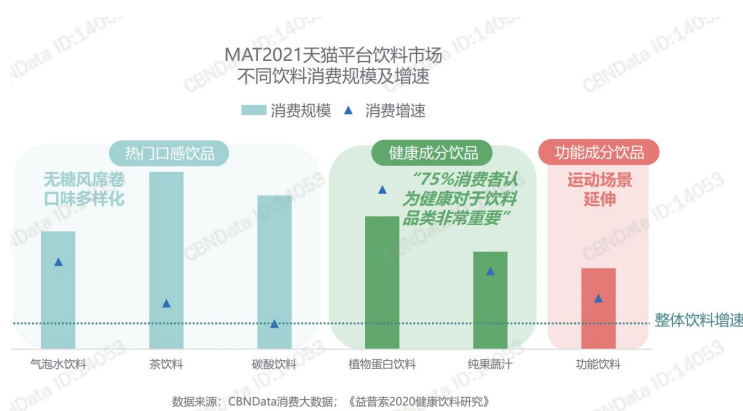
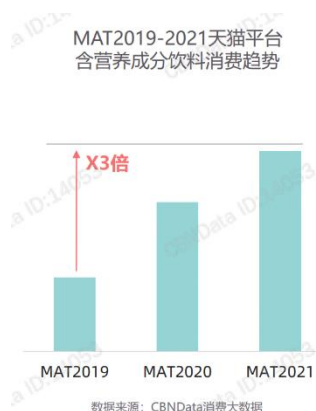
<https://www.zhihu.com/zvideo/1639015231484600320>

## 市场趋势:

在大健康环境下，富含营养成分的饮料消费节节攀升，细分各类营养成分，在增量品类功能饮料下的电解质饮料备受消费者关注，据天猫平台数据显示，自2019年到2021年，功能饮料消费实现3倍增长（如下图）。

## 消费偏好:

各类饮料百花齐放，消费者在喝这件事情上，已不满足于单纯的解渴，而是追求更佳的味蕾体验和更高阶的健康需求。



## 品牌背景及营销目标：

21年，农夫山泉推出战略级新款「尖叫等渗」，以期抢占功能饮料市场并占位等渗饮料赛道。但「等渗」概念晦涩难懂，「尖叫等渗」市场认知度仍有较大提升空间。

因此，品牌希望提升「尖叫等渗」市场认知度与产品功效，在提升品牌声量的同时，快速而稳固地构建新概念品类心智。

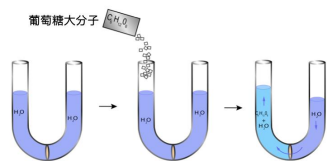
# 概念解读

「等渗饮料」：  
运动员在运动中大量出汗后，体液中的矿物质大量流失、电解质浓度改变，流失的电解质可以通过饮用等渗饮料快速得到补充。



## 等渗概念拆解

渗，指渗透压，一个实验推导出的概念



①在U型管实验中，中间黄色的半透膜只允许水分子通过，葡萄糖无法通过。②渗透现象：在U型管左侧加入葡萄糖后，水分子（H<sub>2</sub>O）会从低浓度的右侧，经半透膜扩散至左侧，直到两边浓度一致。③若想从一开始就阻止这种渗透现象的发生，则需要在加入葡萄糖后，立刻在U型管左侧上方施加一个压力，此即为渗透压。

渗透压可以简单理解为溶液的吸水能力，渗透压相对较高的溶液（高渗）吸水能力强，反之（低渗）吸水能力弱。

## 等渗

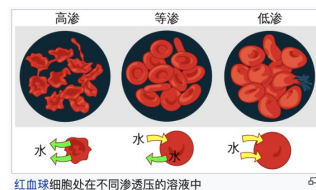
$$\pi V = nRT$$

渗透压与溶液浓度成正比：根据范特霍夫1886年提出的渗透压定律，在稀溶液中，液体的渗透压与溶液的浓度和温度成正比。

运动饮料中，主要成分的浓度决定其渗透压：运动饮料中主要成分（水、糖、电解质）的浓度，即配比，决定了运动饮料的渗透压。

等渗的运动饮料优于低渗、高渗（见下页）。

等，指液体渗透压与人体血浆类似



红细胞处在不同渗透压的溶液中

最了解等渗的人都在医院：上图可能是出现频率最高的“等渗”科普图。人体细胞膜也是一种半透膜，给病人输液时，根据渗透原理，高渗、低渗的液体分别会导致红细胞干瘪和膨胀，因此，直接注入血液的液体必须是与人体血浆渗透压相等的“等渗”液体。

单位：mmol / L

电解质	汗液	等渗尖叫 (有糖)	等渗尖叫 (无糖)
钠	20-80	22	15
钾	4-8	6	6
钙	0-1	1	1
镁	<0.2	0.1	0.1
...	...	...	...

Table 2 Concentration of the major electrolytes in sweat, plasma, and intracellular water\*

Electrolyte	Sweat, mmol/L	Plasma, mmol/L	Intracellular water, mmol/L
Sodium	20-80	130-155	10
Potassium	4-8	3.2-5.5	150
Calcium	0-1	2.1-2.9	0
Magnesium	<2	0.7-1.5	15
Chloride	20-60	95-110	8
Bicarbonate	0-35	23-28	10
Phosphate	0.1-0.2	0.7-1.6	65
Sulfate	0.1-2.0	0.3-0.9	10

\*The large variability in the composition of sweat and the relative constancy of the internal environment are striking. Data from Maughan.<sup>2</sup>

表 3.4 汗液、血浆和细胞内液的电解质浓度 单位：mmol/L

电解质	汗液	血浆	细胞内液
钠	20-80	130-155	10
钾	4-8	3.2-5.5	150
钙	0-1	2.1-2.9	0
镁	<0.2	0.7-1.5	15
氯化物	20-60	95-110	8
碳酸氢盐	0-35	23-28	10
磷酸盐	0.1-0.2	0.7-1.6	65
硫酸盐	0.1-2.0	0.3-0.9	10

注：汗液成分 © Maughan RJ. Fluid and electrolyte loss and replacement in exercise. Harter M, Williams C, Sturnik WJ, et al. Oxford textbook of sports medicine. Oxford: Oxford University Press, 1994: 82-91.



# 创意阐释

为将这一「渗透」过程讲清，体现「尖叫」高渗透、快补水的产品功效，我们打造了一场细胞冲浪实验

## 细胞冲浪实验

做一个运动员的细胞，有多刺激？



• 细胞在高渗饮料中：在水少海洋球多的冲浪池里吃力冲；



• 细胞在等渗饮料中：水和海洋球比例健康，仿佛冲浪大片；



• 细胞在低渗饮料中：没有海洋球 水流较少，冲浪懒洋洋。

实验特邀运动员/专业跑者，作为身体数据的提供者，通过轻出汗运动、专业运动时不同渗透压饮品的补充来检测细胞和血液数据。

专业的数据通过“细胞冲浪”拟态实验进行阐述，趣味视角看“一颗运动员的细胞”都经历了什么？





## STEP1 由官方账号脑洞发问，为活动预热，引发用户好奇与讨论

✓ 的提问

健身

运动

科学

运动补水

### 假如细胞有了自己的意识，人类做什么事会让他们大声尖叫？

🌸 圆桌收录 「等渗补水」让细胞尖叫! >

假如细胞也能感知情绪、思考问题，不再机械地接受支配，而是主动发声，他们会因为人类做的哪些事而大声尖叫呢？

## STEP2 正片视频通过模拟细胞，实现超强吸睛

细胞冲浪拟态实验展示三种渗透压下的细胞状态，将枯燥科普趣味化；同时由专业答主补充科普等渗知识，全面解析等渗功能。



### 【开篇】

剧场型开场奠定趣味剧情风格，凝练整个视频为细胞拟态创意，在前5秒快速吸睛，尽量减少用户流失率



### 【点出核心概念】

喜剧演员夸张演绎细胞冲浪状态，简明概要展示等渗、高渗、低渗状态下的细胞状态区别，第10秒开始快速切入主题



### 【从微观脑洞拉回宏观现实】

镜头拉回看到冲浪的细胞实际上是一个运动员的细胞，无痕切换，由剧情自然而然到入科普环节



### 【实验员回应脑洞提问】

结合喜剧演员的细胞三种状态演绎，实验员解读前期脑洞提问「假如细胞有了自己的意识，人类做什么事会让他们大声尖叫？」，让前期预热有所呼应



### 【引入等渗运动饮料】

借助医学、运动员、营养学等关键词包装，树立等渗运动饮料专业形象为后续品类科普打好基础



### 【结合动画解读】

为了更好地解读等渗饮料概念，用简洁明了的动画讲解渗透压的原理与不同渗透压下细胞的状态区别



### 【拆解细胞拟态实验解读】

当了解等渗后，视频开端细胞展现的不同状态便有了科学解释，镜头闪回配合实验员讲解，让前期的「有趣」也变得「深刻」



### 【品牌露出】

视频末尾植入尖叫等渗品牌，在被等渗概念深刻教育后的用户，在最终看到品牌后也能有高接受度



## STEP3 头部答主高效科普「等渗」概念，种草「尖叫等渗」

细胞冲浪拟态实验展示三种渗透压下的细胞状态，将枯燥科普趣味化；同时由专业答主补充科普等渗知识，全面解析等渗功能。



陈邹琦从马拉松运动员补水场景切入，对尖叫等渗进行分享。科普尖叫等渗专业运动盖更好更安全，突出等渗饮料的优越性，结合用户在运动场景的饮用需求，贴近真实生活，种草自然。



半佛仙人用个人口吻创意切入，从专业性、场景性推荐尖叫等渗。通过通俗易懂的体验描述实现用户教育，有效种草目标消费者，引导并提升用户对产品的认可。



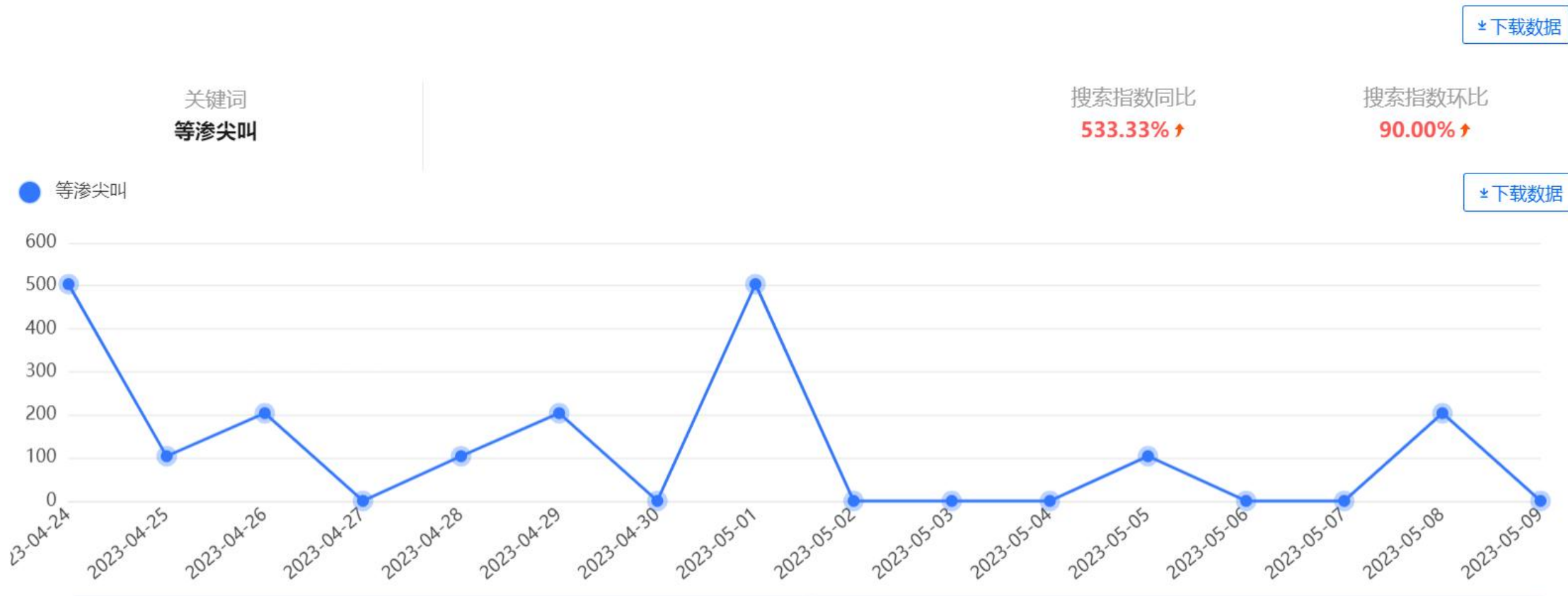
毕导从「快速补水」「科学补充电解质」「渗透压分类」等多方面切入，深入浅出进行全方位分享，输出有料科普。结合运动场景推荐产品，使卖点更可视化，实现有效种草。

## STEP4 汇聚品牌内容专题，让「等渗」影响不止于活动期间

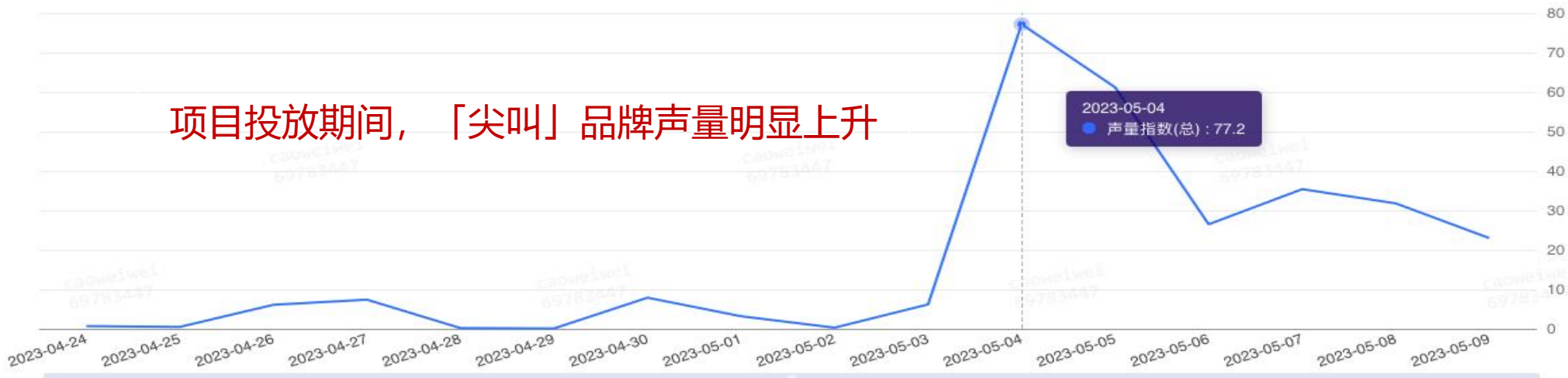


站内「尖叫等渗」搜索指数同比上升 533%，搜索指数环比上升 90%。

## 搜索趋势 ?



## 品牌声量、搜索量明显上升，「尖叫」在食品饮料品牌榜单中上升至第2位



项目投放期间「尖叫等渗」声量增长明显，助力品牌扩大传播声量



## 站内「尖叫等渗」SEO强势提升，助力品牌处于高位曝光

综合 实时 用户 视频 学术 盐选 筛选

最近**尖叫**新出的**等渗**饮料，有个问题是理论上每个人的体内浓度都不同。如何做到**等渗**？

Mooris诺尔：觉得味道挺好喝。相关的问题好像不多，不知道是不是卖...

11 赞同 · 2021-07-01



如何评价**尖叫**这种**等渗**饮料？

健身七禧：先说结论，**尖叫**新推出的**等渗尖叫**系列对于爱健身的伙伴们来...

圆桌精选 15 赞同 · 04-26



大家都在搜

- 尖叫瓶盖
- 尖叫什么味好喝
- 尖叫 嗓子
- 尖叫app
- 尖叫电解质水
- 尖叫和宝矿力

国内运动饮料赛道分化，**尖叫**推出“**等渗**”新品

Foodaily每日食品：等渗电解质饮料)。据了解，“**等渗尖叫**”即将在农...

7 赞同 · 7 评论 · 2021-02-26



补充电解质喝什么水？三款电解质水真实测评

迹川：其他都还OK。3、**尖叫等渗**运动饮料：从小学就开始喝**尖叫**了，永远记得被红色**尖叫**支配的感觉！**尖叫**...

27 赞同 · 3 评论 · 2021-11-12

综合 实时 用户 视频 学术 盐选 筛选

- 尖叫动听
- 护城河尖叫
- 千金尖叫
- 熟悉
- 运动饮料推荐
- 运动饮料有用吗
- 自制运动饮

★ **尖叫**相关内容精选

最近**尖叫**新出的**等渗**饮料，有个问题是理论上每个人的体内浓度都不同。如何做到**等渗**？

孙亚飞：等渗**尖叫**的等渗，其实是指渗透压与人体体液类似。正如提问所说，每个人体液渗透压是不同的，即...

54 赞同 · 9 评论 · 04-24

如何评价「**尖叫**」这种饮料？

陈邹琦：北京马拉松刚结束，看比赛时我们不难发现，真正专业的马拉松...

755 赞同 · 39 评论 · 04-25



你们平时都在喝什么运动饮料？你运动时会选择喝「**尖叫**」吗？

诚sir老爸：最近相信大家都被刚上映的动漫电影刷屏了，青春总是不完美...

110 赞同 · 59 评论 · 04-25



圆桌



「**等渗**补水」让细胞**尖叫**！

99 万浏览 · 184 人关注

如何让细胞一起享受运动，大声**尖叫**？让我...

综合 实时 用户 视频 学术 盐选 筛选

★ **运动饮料**相关内容精选

**运动**健身大量出汗后喝什么**运动饮料**好？

言信Shayne：这题我会。四月的上海，气温是一天比一天高。之前冬天...

60 赞同 · 39 评论 · 04-24



**运动饮料**不是人人都能喝的

来自「食品与健康 2016年08期」

**运动饮料**就是其中之一。**运动**过程中损失的不仅是水分，为了能够更快地恢复体力，还需要及时补充葡萄...

电子书 1.3 万热度

2023年**运动饮料**（电解质水）推荐，适合高强度**运动**的**运动饮料**（电解质水）推荐

柠檬妹：今天给大家推荐几款适合高强度**运动**的**运动饮料**：1、宝矿力水...

39 赞同 · 3 评论 · 01-09



**运动饮料**哪家强，Keep 替你尝一尝(๑•̀₃•́๑)

Keep：◆**运动饮料**的分类 一般**运动饮料**可以分为高渗**饮料**、等渗**饮料**、低...



1. 【**尖叫等渗**】关键词下，健身七禧回答排名TOP2
2. 【**尖叫**】关键词下，孙亚飞、陈邹琦、诚sir老爸排名TOP 1&2&3
3. 【**运动饮料**】关键词下，言信Shayne回答排名TOP1