

# 冬泳妈妈，决定申奥

- ◆ **品牌名称**：快手磁力引擎
- ◆ **所属行业**：网络平台及服务类
- ◆ **执行时间**：2022.02.3-02.28
- ◆ **参选类别**：公益营销类

## 结案视频

<https://s2-11093.kwimgs.com/kos/nlav11093/xuqiu/dongyongmama.mp4>

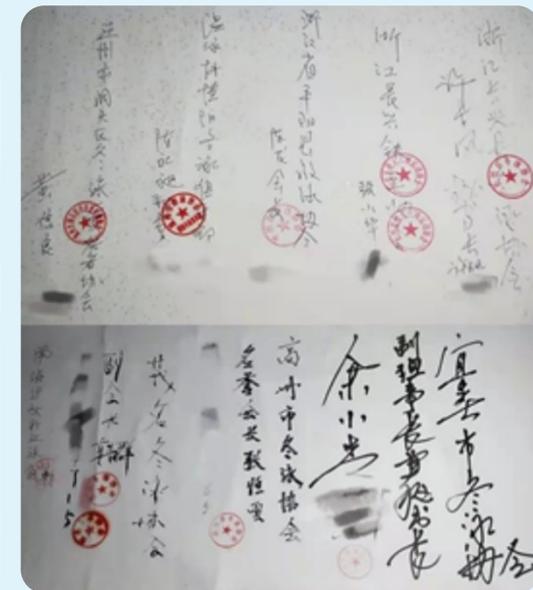
查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

## 故事，要从一位冬泳妈妈说起

### 冯玉芹

一位73岁高龄，仍然坚持冬泳运动的阿姨，2003年开始接触冬泳，现在已经将近 20 年的时间。

随着2022北京冬奥会即将到来，她意识到冬奥会有滑冰滑雪，却没有冬泳，如果冬泳能申奥成功，填补冬奥空白，对于奥运史和冬泳人都有巨大的意义。



于是，她决定发起「冬泳上冬奥」千人签章万人签字活动，25天时间飞过5省21个市县，获得各地冬泳人的签字盖章支持。

## 过去70载，冬泳在民间受到越来越多人的热爱，冬泳申奥成为“同一个梦想”

**本市冬季體育運動開始活躍起來**

天氣漸漸冷了，本市冬季體育運動也開始活躍起來了。全市的足球、籃球比賽已在工廠、機關和學校等各派中熱烈展開了，參加比賽的基層男子、女子籃、足球隊已有六百多隊，每隊都有九十以至近百名的比賽。球賽的優勝者，將參加在十二月中旬舉行的市級足球賽。

體育界一向提倡的冬季運動項目，北京市大、中學校分別在十二月中旬和十一月舉行越野比賽。大學將在西郊進行五千公尺的比賽，中學將在海澱舉行八百公尺到三千公尺的兩項比賽。這些運動項目在組織練習、準備參加。

游泳原來是到了今年本市仍將成立游泳管理委員會，研究和加強游泳的管理和促進工作，並擴大游泳面積，增設游泳場，以滿足人們對游泳的愛好。體育界也提倡，本市舉行游泳運動的競賽和表演。並選拔優秀運動員代表參加全國的游泳運動大會。

人民游泳的更其盛在各市則變成了乒乓球



克服16攝氏度的海水低溫，拼搏近12小時，成為中國只身橫渡英吉利海峽第一人——

**張健，好樣的！**

市委市政府  
電賀張健  
渡海成功



### 市泳協推動冬泳進入冬奧會

本報訊(記者 王笑笑)記者在昨天召開的2016年北京市游泳運動協會年會上获悉，市泳協近期將向北京冬奧組委提交申請，推動冬泳成為2022年北京冬奧會的表演項目。

市泳協副部長、市冬泳俱樂部主席孟昭陽強調，經過積極籌備，市泳協將於一個月內向北京冬奧組委提交“關於將冬泳列入2022年冬奧會表演項目的建議方案”，並通過北京冬奧組委向國際奧委會呈交材料。書面材料涉及冬泳“入奧”的理論根據、必要性、意義等內容，並就表演項目和項目提供建議。北京冬泳在全國具有廣泛的群眾基礎。北京冬泳在全國處於領先地位，市冬泳俱樂部今年已成立31年，註冊會員約1000人，年齡最大的94歲，全市冬泳愛好者近6000人。北京冬泳不僅發展時間長、人數多、人員素質高，科研水平在全國也位居前列。

上世纪50年代  
北京就有人进行冬泳尝试

1970年  
玉渊潭八一湖东岸成立了北京最早的冬泳运动队——八一湖冬泳队

上世纪90年代  
清华首创冬泳“段位”赛

2001年  
渡海英雄练冬泳助力08申奥

2015年隆冬季节  
冬泳爱好者在清华大学游泳池进行花样冬泳表演

北京申冬奥成功后  
北京泳协积极筹划推动冬泳“入奥”

## 他们的坚韧和梦想也值得被看到

在冬奥会期间，我们关注奥运冠军赛场上夺冠  
在领奖台的背面，还有一群人在为自己热爱的运动申奥做努力

### 奥运圆梦

通过平台流量，让冬泳人的梦想被更多人看到，  
助力他们实现申奥愿望。



### 品牌温度

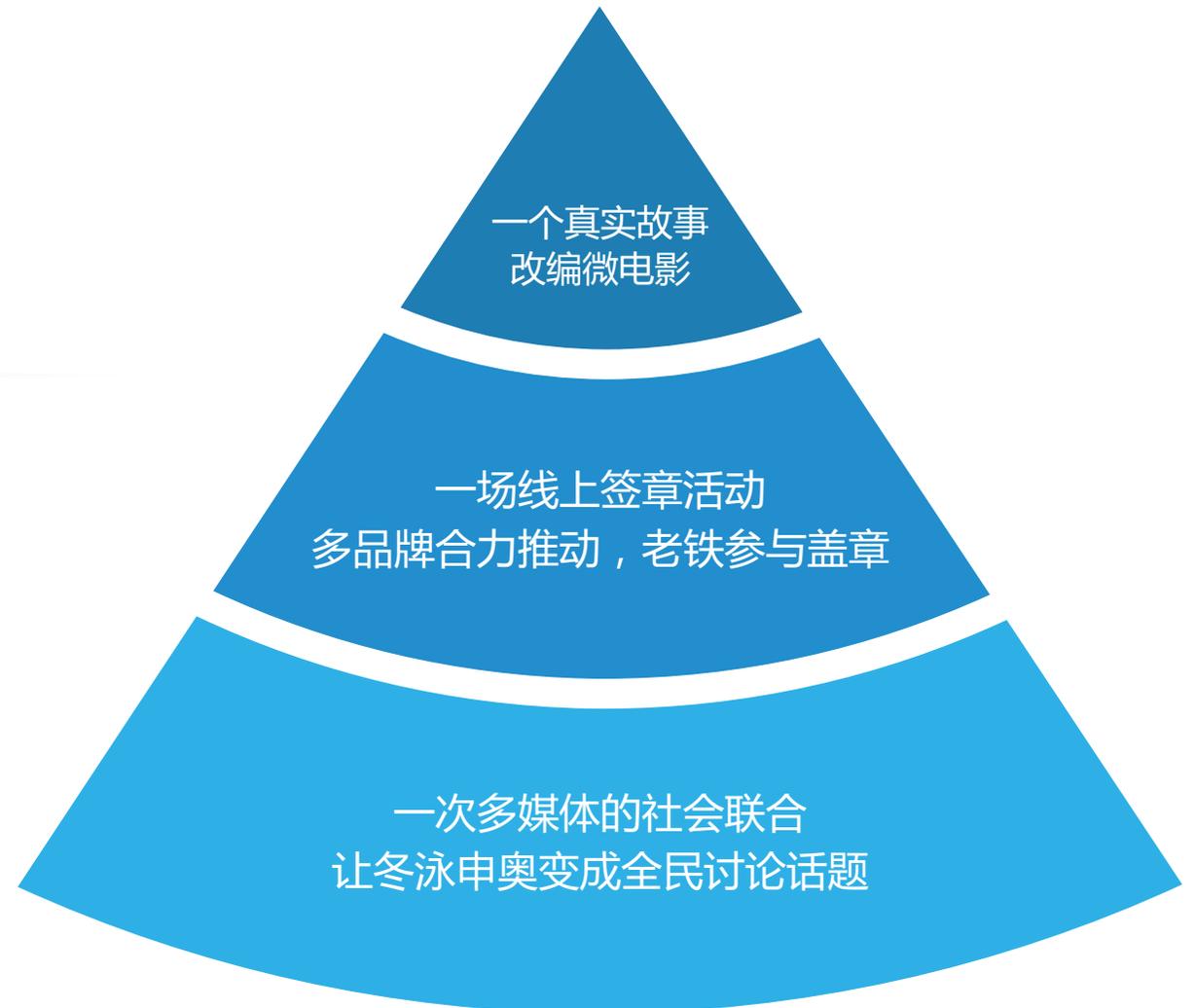
在冬奥期间，通过对普通人奥运梦想的关注，  
向大众展示品牌的善意和温度。

# 一位冬泳妈妈的申奥之旅

**策略** 1个内容核心 + 多个品牌助力 + ∞个话题讨论

**模式** 层层递进，扩大影响力金字塔

**传递** 快手帮助「冬泳人申奥」实现梦想的品牌温度



## 一支快手用户参演 纪实微电影

—— 让普通人的奥运梦被看到 ——

以民间“冬泳申奥”新闻为原型，快手找到同样参加「冬泳申奥」签章活动的快手用户鲍文霞等多位冬泳人真实出演微电影。



影片讲述了一位致力于让冬泳项目进入冬奥会的冬泳妈妈，在与松花江四大泳王“以泳会友”寻求签章助力的过程中，发生的一系列啼笑皆非又令人感动的故事。

影片最终播放量突破 **1000W**。



## 一场多品牌助力的线上签章活动

超过**百万**老铁为冬泳申奥尽一份力



快手携手YAYA鸭鸭、加多宝、昆仑山、美团、盼盼等品牌伙伴，在快手站内，发起“**冲鸭冬泳妈妈**”线上签章助力。

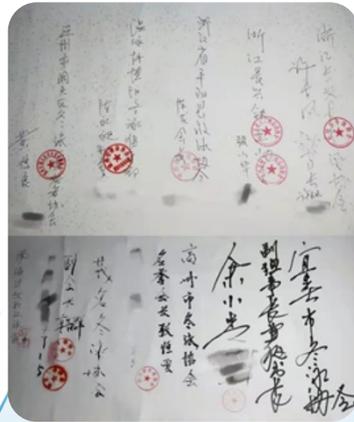
设置站内话题页，用户通过观看微电影，点击拍摄加油视频，完成线上签章助力，超过**120万**老铁参与其中，活动影响力持续扩散。

## 《三联生活周刊》关注报道，从冬泳申奥到社会议题讨论



**@鲍文霞**

17年冬泳爱好者参演  
冬泳微电影



**@王小红**

“冬泳上冬奥”发起人  
自驾十几万公里签章申奥



**@于峰**

参与威海红十字会  
救援组织水下救援活动



**@石文胜**

邯郸冬泳协会终身名誉会长  
“四世同游”冬泳家庭

活动获得社会媒体《三联生活周刊》关注，推出纪实报道《万人签章，他们想为“冬泳”做件大事》，通过采访签章申奥发起人、救援队员、四世同游冬泳家庭等，描摹出一幅冬泳浮世绘。

## 影片播放量突破 1000W 冬泳妈妈申奥故事出圈

当一场壮举成为一段影像、一次全民互动接力，冬泳人申奥的梦想得以被更多媒体与用户看到，活动整体曝光**破亿**。



## 全国 10+ 泳协支持助力 品牌温度持续传递

活动受到北京、长春、邯郸、威海、齐齐哈尔等数十个泳协的支持。关注每一个平凡人的伟大梦想，传递快手平台温度。



## 快手与奥组委官方联系 传递冬泳申奥故事

作为北京冬奥持权转播商，快手与奥组委联系，将冬泳妈妈的故事传递，助力冬泳申奥再向前一步。



## 平台真实故事感染力

传递快手平台温度与善意

在奥运的契机下，通过快手平台真实故事的展示，让普通人的申奥故事从小出口搬到大屏幕，并依托**快手用户真实出演**，传递品牌温度与善意。



## 全民共创助力冬泳申奥

把线下签章平移线上扩大曝光

平台和多个品牌联合，把线下签章平移到线上，让超过百万老铁加入到签章活动中，共同为**「冬泳人申奥」**提供支持。



## 权威媒体跟进报道

让群体活动发酵为全民话题

三联生活周刊及上百家媒体跟进报道，**「冬泳申奥」**话题快速推到大众视野，让普通人的梦想被全社会关注，助力快手在众多同质化奥运营销中脱颖而出。



### BACKGROUND 背景洞察

冯玉芹，一位73岁高龄仍然坚持冬泳运动的阿姨，2003年开始接触冬泳，现在已经将近20年的时间。2022北京冬奥会即将到来，她意识到冬奥会有滑冰滑雪，却没有冬泳，如果冬泳能申奥成功，填补冬奥空白，对于奥运史和冬泳人都有巨大的意义。于是，她决定发起「冬泳上冬奥」千人签章万人签字活动，25天时间飞过5省21个市县，获得各地冬泳人的签字盖章支持。

### OBJECTIVE 项目目标

冬奥会期间，我们关注奥运冠军赛场上夺冠，也应看到，在领奖台的背面，还有一群人在为自己热爱的运动申奥做努力，他们的坚韧和梦想也值得被看到。

**奥运圆梦** | 通过平台流量，让冬泳人的梦想被更多人看到，助力他们实现申奥愿望。

**品牌温度** | 在冬奥期间，通过对普通人奥运梦想的关注，向大众展示品牌的善意和温度。

### IDEA 创意阐释

快手真实故事改编 ——一位冬泳妈妈的申奥之旅

**一支快手用户参演的纪实微电影** | 以民间“冬泳申奥”新闻为原型，邀请参加「冬泳申奥」签章活动的快手用户鲍文霞等多位冬泳人真实出演微电影。

**一场多品牌助力的线上签章活动** | 快手携手众品牌伙伴，在快手站内发起“冲鸭冬泳妈妈”线上签章助力。

**一次多媒体参与的社会热议** | 影片及活动引发《三联生活周刊》关注，推出纪实报道《万人签章，他们想为“冬泳”做件大事》，阅读量超10W。快手与奥组委官方联系，传递冬泳申奥故事。

### RESULTS 案例成果

整体传播曝光 **破亿**

冬泳妈妈申奥故事出圈

影片播放量破 **1000万**

超过 **120万人** 线上助力签章申奥

全国 **10+** 泳协支持

助力品牌温度持续传递

# 冬泳妈妈决定申奥!



线上签章助力联合品牌

