

# “好奇实验室” 好奇心的1000种打开方式

- ◆ **品牌名称:** 新浪
- ◆ **所属行业:** 互联网
- ◆ **执行时间:** 2020.01.01-03.20
- ◆ **参选类别:** IP营销类

## 年轻族群、新中产是当下最不容忽视的消费力量。 他们消费更理性，传统填鸭式的营销方式显然很难赢取信任。

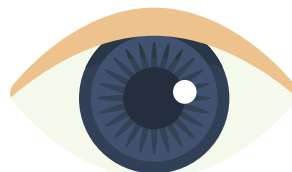
成长环境造就了更理性的消费者



更高教育水平



更广信息获取渠道



更宽视野



90%



蚂蚁花呗

90%的90后用花呗是为了省钱，只有10%是为了提前消费。

\*数据来源：中国新经济研究院联合支付宝：90后攒钱报告

新浪希望在新的消费者崛起的时代，以一种全新的方式，参与到品牌客户的营销活动中，为客户创造新的价值。



人人皆为媒体的时代，谣言伴随真相，混沌难以分辨。  
理性的消费者在呼唤理性回归。

 传统媒体时代

话语权掌握在少数媒体手中，更容易把控舆情方向



 新媒体时代

人人皆可发声，舆情管控面临危机，谣言可能比真相走得还快



# 将科学研究的方法——实验带到营销活动中

## 以“实验+课题”的模式

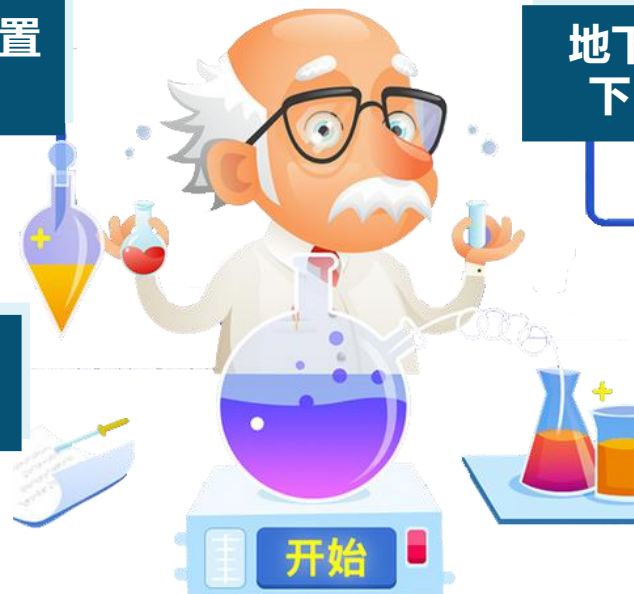
### 搭建趣味场景，揭秘表象背后的本质

网购搞定新家所有配置  
总共用几天？

地下室、电梯间.....特殊环境  
下，运营商信号哪家强？

如果让IBM沃森机器人  
Battle微软小冰.....

盲品5款浓香白酒，最醇香  
的是梦之蓝吗？



品牌传播诉求结合热点事件、用户体验等为实验课题，配合创意化的实验方式，完成场景实验。

### 有关生命的实验 “查询你的人生余额”

清明节是关于生命的话题，在清明节期间，看看你的人生余额：吃饭的次数，看书的次数，度周末的次数……还剩下多少？

[H5链接](#)

### 有关人际的实验 “同事亲密度测试”

你和他是最工作中最“亲密”的伙伴，却是生活中的陌生人。如果，回归生活，让你们重新认识彼此。“好奇实验室”带他们走近最“亲密”的陌生人——同事，解开他们之间的关系密码。

[视频链接](#)

### 有关饭圈的实验 “人类刷剧简史” “饭圈氪金图鉴”

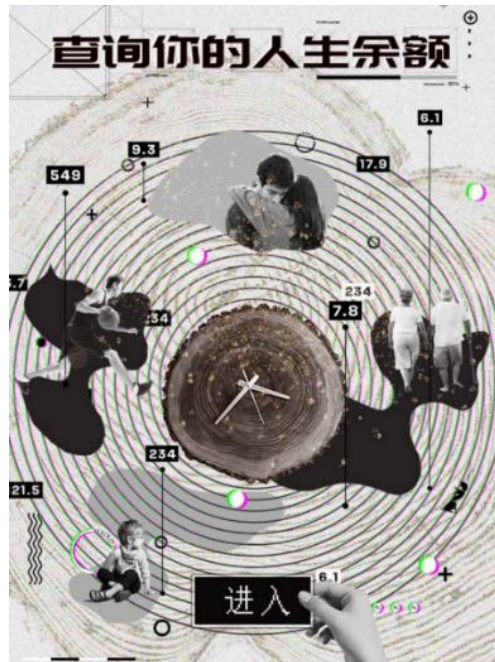
2019年饭圈女孩力挺“全世界最好的阿中哥”让饭圈女孩成功出圈，对普通受众有点封闭、有点难懂的饭圈女孩到底是怎样的群体？我们从2个层面进行了深入的调查：

- 1.从刷剧这样一个小场景出发，我们展开深度的调查、拆解；
- 2.海陆空为爱豆庆生的是最豪的饭圈女孩吗？来看看他们是如何氪金的。

[“人类刷剧简史”长图链接](#)  
[“饭圈氪金图鉴”长图链接](#)

品牌传播诉求结合热点事件、用户体验等为实验课题，配合创意化的实验方式，完成场景实验。

查询你的人生余额



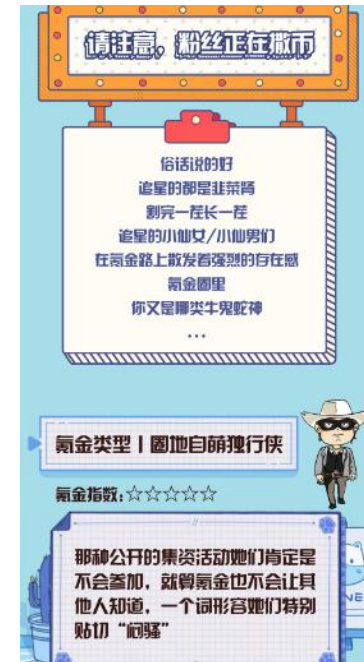
同事亲密度测试



人类刷剧简史



饭圈氪金图鉴



## Step.1 紧抓热点

“周杰伦蔡徐坤超话大战”、职场CP、清明节.....数据显示，95后群体比90/80后对微博热搜关注度更高。热点话题是年轻人寻求圈子认同的重要方式。在年轻人眼球的第一线，找到共通的话题点，才能真正和他们玩在一起。





## Step.2 挖掘内涵

挖掘热点背后的文化、内在规则，洞察他们的内心世界，占位心智。



## Step.3 年轻文化自媒体阵地

自媒体定期释放创意内容，并将自媒体打造成年轻文化阵地。



人类脑洞研究所

脑洞大开的有趣灵魂哪里找？新鲜劲爆的营销资讯哪里看？所长大大特...

26 篇原创内容 39 位朋友关注

进入公众号

不再关注

脑洞观察

脑洞实验

脑洞现场



借助“好奇实验室”IP，更多年轻用户对新浪路转粉，5期内容期间，发布内容的新浪官方自媒体

95后人群占比增加了47%



在没有商业广告引流的前提下，“好奇实验室”5期内容累计覆盖>3700W人次。“粉丝掘金图鉴”等信息精准化触达目标TA，并形成鲜明品牌烙印

5篇微信图文 阅读量累计 47,862

3个创意H5: PV 47,501, UV 34,754

1个短视频: PV 21,109, UV 6,784