



声动活泼

用声音 碰撞品牌价值

声动活泼
品牌手册
2025

Brand Book
of Sheng.FM

用 声 音 碰 撞 世 界





声动活泼

用声音碰撞世界

过去一年，播客正在从“媒体的边缘”走向品牌营销的主舞台。我们欣喜地看到，越来越多品牌开始认识到：播客不仅是一个讲故事的地方，更是一个与用户建立深度关系的场域。

播客听众具有独特的消费行为与情感信任特征，而这正是当下许多品牌在其他渠道难以获得的“稀缺注意力”。过去一年，我们与众多品牌和合作伙伴一起，共同完成了从内容策略、原生广告创意、品牌共创栏目，到跨平台整合传播等不同类型的项目实践，也积累了一系列针对播客生态的商业方法论。

2024 年，我们持续深耕播客内容创作与商业连接的双重能力。无论是以 PCC（Podcast Commercial）为代表的高质量原生广告形式，还是基于节目调性与品牌定位共同开发的创意合作内容，我们始终坚持“让品牌被听见，并被记住”。

这本 2025 品牌手册，不仅记录了声动活泼与品牌共创的多个真实案例，也希望作为一个窗口，帮助更多广告主与代理机构重新理解声音的力量——在一个碎片化的世界里，如何以持续而温和的方式影响人心。

我们相信，播客不仅是“曝光”，更是一种关系的建立；不仅是“内容的一种”，而是信任的延伸。2025 年，期待与你一起，探索更多声音的可能性。

声动活泼联合创始人 丁教

目录

Content

Part I

播客面面观

- 02 播客内容渠道概况
- 03 播客听众画像
- 05 为什么选择播客

Part II

好内容，新探索

- 07 声动活泼介绍
- 10 声动活泼节目矩阵
- 21 创新内容
- 25 声动活泼社群和会员
- 27 线下活动

Part III

用播客传播品牌？可以这么玩

- 30 品牌投放合作形式
- 31 合作流程
- 34 合作案例
- 49 品牌墙

Part I

播客面面观

播客：年轻人生活方式的一部分

通过听的方式，年轻人在通勤、健身、旅行、做家务等随处可见的日常生活中，获得放松也获取新知。

供给端和需求端增长快 持续增长空间大

2024 年底，全球播客听众规模预计有 **5 亿人**，创作者端截止 2024 年 6 月共有 **400 万档播客节目**，市场规模达到 **300 亿美元**。而在中文播客市场，听众规模在经历了 2024 年超过 43% 的增长后，2025 年预计将突破 **1.5 亿人**。截止 2024 年 9 月，小宇宙平台的播客节目总量超过 **13w 档**，**同比增长 40%**。①

主流平台用户增长明显 多个内容平台接入播客

苹果播客 (Apple Podcasts)、小宇宙等垂类播客平台的用户规模也在不断扩大。以小宇宙为例，截至 2025 年 Q1，其月活用户已达到 **1200 万 +**，站内人均每日收听时长达 **78 分钟**，已积累 15 万 + 节目总量、790 万 + 单集，内容覆盖商业科技、社会文化、生活方式、自我成长等众多领域。喜马拉雅、网易云音乐等平台也在加大播客扶持力度；而微信、微博等平台也陆续开放了音频功能，吸引更多创作者和听众入局。②

品牌加速入局 播客影响力不断扩大

截止 2024 年 10 月，已有超 **120 个品牌**推出自有播客，超过 180 个品牌进行过播客广告投放，通过深度内容建立用户信任，精准触达目标人群。播客听众也愿意为好内容付费，并希望看到优质的品牌赞助内容 ③。另外，**51%** 的听众在过去一年内有过播客消费，**52.7%** 的听众在听到广告后会继续收听，**48.4%** 的听众则会在听到广告后进一步前往其他平台了解相关信息，甚至与可能感兴趣的朋友或家人分享④。无论是作为品牌传播的媒体矩阵之一，还是品牌深度内容输出的特有渠道，抑或是像美国大选中播客内容渠道所承担的重要角色，播客正在成为不可或缺的重要内容媒介。

注解：

①数据来源：《2024 年播客统计听众统计和增长》,Prioridata、《播客统计和行业趋势 2024: 收听、装备等》,ThePodcastHost; CPA 2025 播客营销白皮书
源于数据机构 Statista

②源于市场调研机构 eMaketer

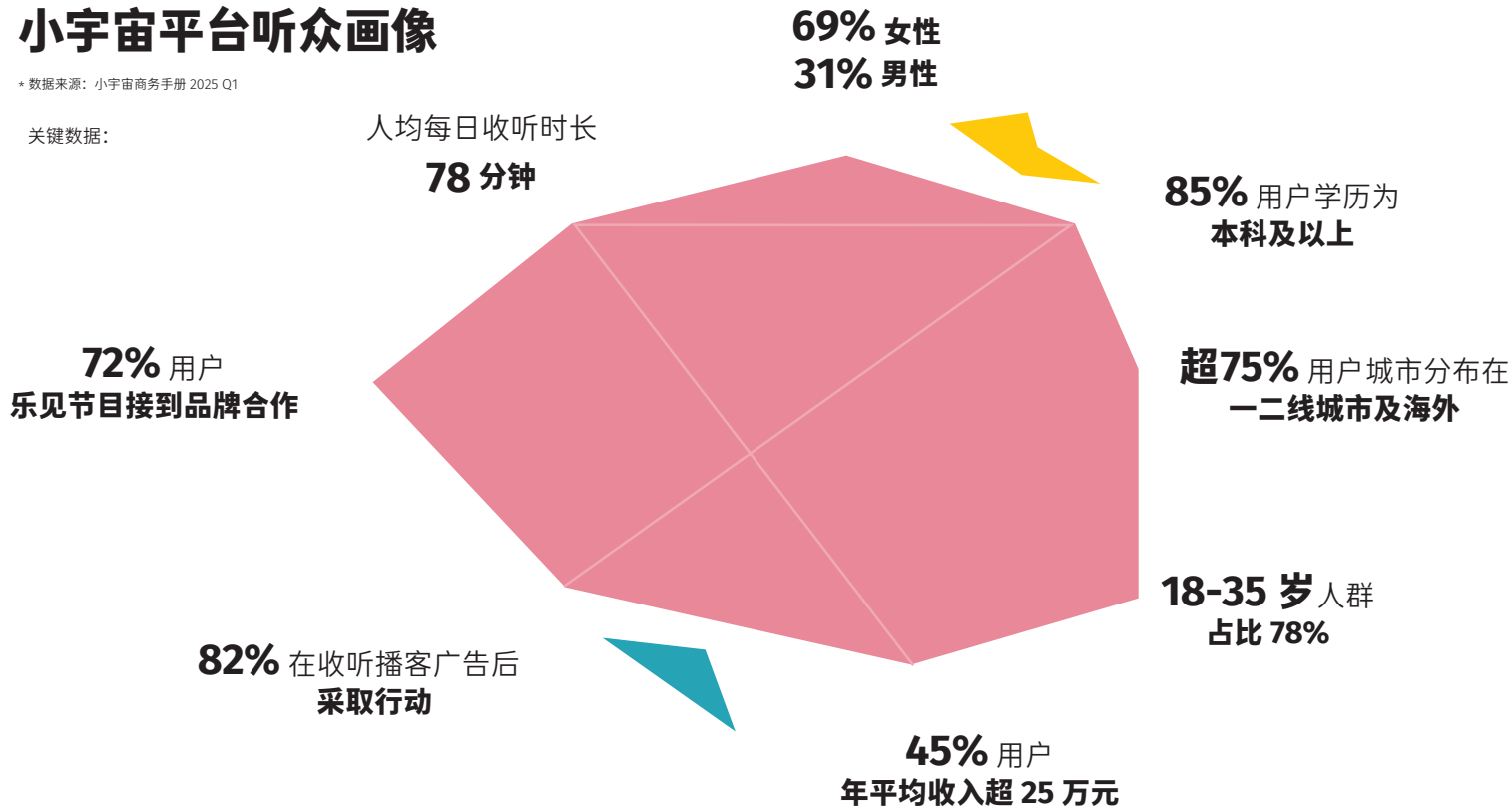
③源于「播客志」

④源于「益普索」2024 年播客行业报告

小宇宙平台听众画像

* 数据来源：小宇宙商务手册 2025 Q1

关键数据：



用户标签：

● 活力

热衷探索新物新知，包容多元思想生活方式

● 消费力

独具品味的消费主张，在乎品牌质感调性

● 影响力

专业人士众多，播客特有的高质量社区

声动活泼听众特质

* 数据来源：声动活泼用户调研总结

关键数据：

年龄段覆盖 16-40 岁
其中 18-25 岁占 37%

超过 78% 的用户
每天都会收听播客
用户黏性高

关注话题
商业科技、社会文化
职场、自我提升

56%
曾为播客节目付费

94% 接受在节目中
出现广告

用户标签：

● 渴望深度思考

● 愿意拓展认知边界

● 追求自我成长

#1 更精准的受众定位

通过节目内容识别受众画像和兴趣偏好，可以更细分更精准地增加推广效果。

#2 长时间高质量的信息输出

15-60 分钟的节目时长，充分有效展开故事和逻辑，有利于传递品牌价值和理念，帮助听众建立更深层次品牌认知。

#3 更亲密和牢固的关系建立

主播与听众间「讲述 - 聆听」的关系，可以带来强烈的熟悉感和亲密感，有利于品牌获得听众信任与共鸣。同时，通过主播与节目的美誉度，也可以协同提升品牌美誉度。

#4 高性价比的投入产出

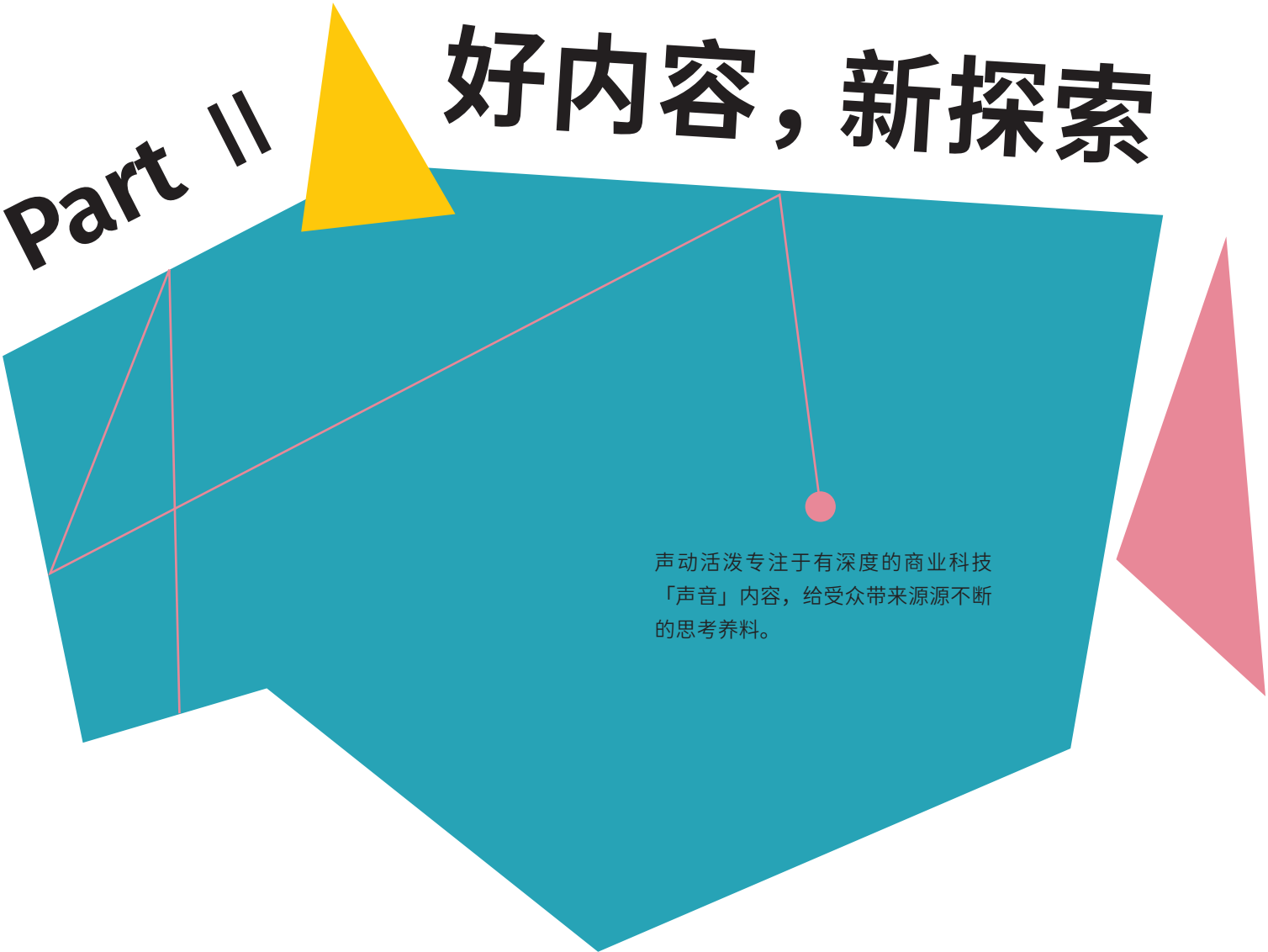
在投入上，播客的录制相较于视频类节目的拍摄在人力、场地和设备的投入上更加轻量化，播客的听众流量也依然处于市场早期的红利期，和其他媒介相比性价比更高。

#5 长尾效应

相较于图文短视频短暂的生命周期，播客以专辑形式呈现，并通过订阅来链接用户，有效促成新用户顺着收听列表收听往期内容，好内容也常常被忠实用户反复收听。

Part II

好内容，新探索



声动活泼专注于有深度的商业科技
「声音」内容，给受众带来源源不断的
思考养料。



1

声动活泼介绍

● 基础信息

以 2016 年作为起点，连续制作「声东击西」和「硅谷早知道」两档播客并获得听众和平台好评后，徐涛和丁教在 2019 年成立音频制作公司「声动活泼」。

徐涛有着将近二十年的商业报道经验，曾先后任「第一财经周刊」和 36 氪驻美负责人，并在纽约和旧金山驻站，也有丰富的内容团队管理经验；

丁教是连续创业者和风险投资人，在中国和硅谷都有多年的科技投资和创业经验。

声动活泼旗下播客节目多次被各种平台和榜单评为最佳播客，亦是苹果播客精选供应商。

全平台订阅数

5,000,000+

全平台播放量

279,700,000+



苹果精选供应商



制作节目多次入选中国国家图书馆

● 我们的优势

全球化视野

声动活泼主创成员大多有着海外学习工作背景，也有来自全球各地的实习小伙伴们不断加入。我们关注内容制作的深度和广度，致力于为中文播客听众呈现全球化视野下有趣有料的节目内容。

标准化的制作流程

声动活泼沉淀了一整套节目制作流程，从新节目创建之初的定位分析，到整季节目的策划与单集节目的落地，都有方法论和流程工具的支撑，并在多年实践的基础上不断进行优化迭代。

内容 & 声音创作能力

声动活泼成立至今，保持着每年上线一档以上全新节目的内容创作能力，迄今已有超过十余档自制节目，另外还设有专注于声音创新项目的「声音实验室」。我们通过在内容策划和声音表达上持续探索，让中文播客的内容和表达形式更多样有趣。

听众人群

声动活泼的听众人群覆盖全面，有对商业动向保持关注、每天固定收听「声动早咖啡」的上进青年们；有收听「声东击西」，通过声音发现更广大世界的好奇人类；有追更「科技早知道」的科技世界探索者；有在 AI 时代，和「Knock Knock 世界」一起叩开全球视野和多元思考之门的青少年；有跟随「跳进兔子洞」的脚步，乐于发现普通生活中那些不普通的生活观察家；有在「吃喝玩乐了不起」的陪伴下徜徉都市生活的城市玩家；也有和「商业 why 酱」一起发问的商业世界关注者。

● 声动活泼里程碑



起步于商业科技和创业投资相关内容的制作，声动活泼现有节目矩阵已拓展到了人文社科、生活方式、时尚潮流等多个领域。

在内容呈现形式上也各不相同：

有每天清晨用 15 分钟帮助听众获得商业信息的「声动早咖啡」；

也有专门为青少年制作的一档解锁全球商业科技，社会文化新鲜事儿的「Knock Knock 世界」；

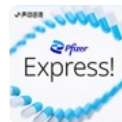
有通过专业的声音特稿制作收获听众好评的内容标杆性节目「跳进兔子洞」；

也有一次性发布的投资理财知识科普节目「不止金钱」。

自有节目



合作节目





声东击西（每周四更新）

一起用对话，发现更大的世界。从 2016 年开始，作为最早且最受欢迎的中文播客之一，「声东击西」积累了很多拥有全球视野，并对人文社科、东西方文化以及教育和自我成长等议题感兴趣的忠实听众。

全平台订阅数

116W+

全平台单集平均播放量

20W+

主流平台单集平均播放量

15W+

* 数据截止日期：2025 年 4 月

平台荣誉

• Apple Podcasts

2024 & 2023 年度热门节目 & 年度热门单集
2023 年度编辑精选
2018 & 2019 年度最佳播客

• 小宇宙

2024 & 2023 & 2022 & 2021 年度热门播客
2024 年度特别推荐单集 & 年度专题策划

• 三联中读

年度优秀合作伙伴

• bilibili

年度合作机构

• CPA 中文播客奖

2023 CPA 中文播客奖

主播

徐涛

徐涛，拥有超过十年商业记者经验和多档播客制作经验，曾先后担任《第一财经周刊》助理总编辑和 36kr 海外内容总监，于 2012 年开始在纽约担任驻海外记者，后于 2013 年搬至旧金山报道科技产业与创新经济，2019 年回国创立声动活泼至今。

关键词

● 人文社科 ● 成长教育 ● 全球视野

听众画像

一二线城市，独立女性，跨越 20 - 45 岁的中青年，行业背景多样，热爱充满美学的生活，追求精神满足。

「2024 大选」系列

2024 年是特殊的一年，全球超过 60 个国家有重大选举，其中包括美国、俄罗斯、印度、欧盟这样的大国和经济体，影响超过全球一半人口，也给国际关系和全球经济带来震动。所以这给整个世界带来什么样的影响，我们通过这一系列节目来进行解读。该系列节目在全平台播放量共 166 W+。

「看得见的女性」系列

「看得见的女性」系列聚焦于女性经验与性别议题。我们从历史档案、法律变革、职业现场与社会文化等多重维度出发，讲述那些曾经被忽视、误解，以及仍在努力争取被看见的女性故事。从教室到办公室，从文化作品到法律条文，我们探讨女性曾经如何被定义，也关心她们如何重新定义世界。



专题策划

● 「当一件事情做很久」系列

「声东击西」的听众大多有着高学历并在一线城市生活，其中不乏有着海外留学和工作经历的人群。他们经历着当下世界的快速迭代和变迁，通常想要通过创造和创新突破自我，但常常会有 FOMO (fear of missing out) 和被困在快速变化中的困惑。

这个系列的节目，会去探索嘉宾如何通过一段或长或短的时间来探索和寻找自己的「母题」，如何坚定自己的判断，以及在这个过程中思考的变化，对自己的突破感悟。最终期待给听众带来坚持自我、寻求价值的启发。

● 「只此星球」系列

看见更大的世界，也意味着关注环境、自然和我们所生存的这个美丽星球。这一系列节目通过讲好一个个与自然有关的故事，来让听众觉察自己和地球的关系，从而逐渐找到个人可持续发展的方式。来探索和寻找自己的「母题」，如何坚定自己的判断，以及在这个过程中思考的变化，对自己的突破感悟。最终期待给听众带来坚持自我、寻求价值的启发。



已上线节目：





声音时光胶囊（历年年终呈现）

从 2020 年起，「声东击西」每年年底会把一年中最值得珍藏的声音制作成一枚「声音时光胶囊」，迄今已经连续五年。

从 2021 年开始，我们不仅仅收集这一年里发生的大事，也开始收集来自听众的声音，让他们描述一年里自己值得记录的事情和对未来一年的期待。这样充满了回忆与情感共鸣的一枚声音胶囊每年都能引发许多听众的感怀和泪水，也因此成为了很多人年末跨年仪式的一部分。

● 节目同时被中国国家图书馆收藏。





#144 请收下这枚记录 2020 年的声音时光胶囊

...被记住声音。无论你来自现在还是未来，都能通过这段声音，感...



#196 请收下这枚记录 2021 年的声音时光胶囊

...了一枚声音胶囊。其中收录了过去一年中，从个体、行业到国家...



#240 请收下这枚记录 2022 年的声音时光胶囊

曾被中国国家图书馆永久收藏的声音时光胶囊...



What's Next

科技早知道（每周三更新）

以深度对谈形式，和全球科技创新第一时间同步，是科技从业者、投资人、媒体人的必听节目。

全平台订阅数

58W+

全平台单集平均播放量

12W+

主流平台单集平均播放量

9.3W+

* 数据截止日期：2025 年 4 月

平台荣誉

• Apple Podcasts

2023 科技类播客 TOP 3

2021 商业类热门播客

2018 年度最佳播客

• 小宇宙

2024 年度趋势播客

2023 年度专题策划节目

2022 年度热门播客

• CPA 中文播客奖

2022 年度科技类播客

主播

丁教 Diane

声动活泼联合创始人，创建专注于工业自动化、智能制造的远迹资本并从事投资工作。曾在原美国规模最大创业教育机构 Founder Institute 负责全球 100 多个城市项目以及创业者的筛选，后独立运营 Founder Institute 中国地区业务。

客座主播

徐峰 Howie

硅谷人工智能创投家，纳斯达克上市公司 Zscaler 副总裁 (VP of Machine Learning & AI)，VMware 网络事业部的创始人并主管网络事业十年，亲历 VMware 从创业公司到 400 亿美元市值的全过程，唯一入驻 Greylock 企业家 (EIR) 并参与投资的华人，曾共同创立并担任 TrustPath 的 CEO。

徐瑞呈 Richer

大观资本北美负责人，出海同学会负责人，曾任职于好孩子集团北美波士顿总部，出海 / 并购三个自主品牌，目前是钛媒体、虎嗅、创业邦、白鲸等媒体的专栏作家，个人公众号：Richer 有话说。大观资本是中国第一支 All-in 出海的早期基金。

关键词

- 全球视野
- 硬核科技
- 前沿创新

听众画像

- 25~45 岁中青年
- 一二线城市及海外背景
- 科技互联网中高层
- 投资人与创业者居多
- 以金融、TMT、出海
从业背景为主。

专题策划

- **AI 最前沿**
作为中文领域第一个推出 GPT 系列话题的播客节目，提供 AI 影响每个人生活的多视角解读。
- **深科技系列**
解读全球最新最前沿的硬核科技，看科学梦想如何照见人类未来。
- **硅谷徐老师专栏**
和硅谷大佬聊人工智能、SAAS、职场成长和科技创业。
- **新出海专栏**
与再度启航的中国出海人一起，寻找新的出海趋势，记录出海人最关注的大事。





声动早咖啡（工作日日更）

「声动早咖啡」已在 2023 年 3 月开启日更模式。这里不仅有与年轻人日常生活息息相关的商业科技轻解读，最值得忙碌人群关注的热点与动态，还有与听友形成了紧密连接的咖啡豆问题互动。

越来越多年轻人已经习惯在每个工作日的清晨 7 点，来一杯「赛博早咖啡」，用 15 分钟时间快速唤醒大脑，开启高效能量的新一天。

平台荣誉

• Apple Podcasts

2023 年编辑推荐精选节目
2024 & 2023 年热门播客节目
2021 热门新节目

• 小宇宙

2024 & 2023 年年度创作者喜爱播客
2024 & 2023 & 2022 年度热门播客
2021 年度新播客

• 喜马拉雅

2023 年度中文商业评论播客上榜专辑

• CPA 中文播客奖

2023 年度 CPA 中文播客奖

全平台订阅量

260W+

全平台单集平均播放量

70W+

主流平台单集平均播放量

62W+

* 数据截止日期：2025 年 4 月

主播

孟伊

孟伊，声动活泼制作人，主播、编辑。拥有超十年的电台新闻节目主持和采访经验。英国博尔顿大学全媒体新闻硕士，由她撰写的多媒体报道曾多次发表于中国日报、ChinaFile 等媒体。

关键词

● 日更 ● 短资讯 + 轻解读 ● 职场进阶

听众画像

20~35 岁，上进青年，关注热点话题的职场人。



商业WHY酱（双周更）

跟随 36 氪主编、资深商业编辑杨轩的视角和话筒，与各行各业的聪明人一起，讨论后疫情时代的商业文明，聊点文字商业报道中看不到的料，探寻商业背后的关键问题和本质逻辑。

全平台订阅量

17W+

全平台单集平均播放量

5W+

* 数据截止日期：2025 年 4 月

平台荣誉

• Apple Podcasts

2021 年度热门新节目

2021 年度商业类热门播客

• 喜马拉雅

2023 中文商业评论播客排行榜

上榜专辑

主播

杨轩

杨轩，36 氪主编、深氪发起人，腾讯谷雨奖评委，原《第一财经周刊》主笔。在商业科技领域拥有十余年报道经验，管理一支业界一流的报道团队，操盘多篇刷屏深度报道，曾获评年度媒体、最佳调查报道、最佳行业报道等奖项。

关键词

● 新消费 ● 大公司 ● 新动向 ● 职场指南

听众画像

职场白领，对商业世界感兴趣，企业主，媒体人。



吃喝玩乐了不起 Urban Float

(双周更)

当下的年轻人在日常的吃喝玩乐中经常会冒出各种好奇：例如雪糕刺客是怎么回事？年轻人已经不爱精品咖啡爱 5 元咖啡了吗？这档播客由消费品类资深投资人 MOMO 和来自各行各业的嘉宾一起，通过聚焦「年轻人的痛点 / 共情点」，解读这些好奇背后的商业模式和经济学，为年轻但充满好奇心的听众提供丰富的商业信息和观察视角。

全平台订阅量

2W+

全平台单集平均播放量

8K+

* 数据截止日期：2025 年 4 月

主播

陈默默

陈默默，前元璟资本投资副总裁，专注消费投资领域，10 年行业及相关领域投资经验。华丽加速 Fashion.VC & InnoBrand 大赛评审、橙湾大学特邀讲师。

关键词

● 轻松 ● 都市 ● 新消费 ● 商业迭代



Knock Knock 世界

(每周一、三、五早晨 6:00 更新)

(付费专辑)

「Knock Knock 世界」是一档由声动活泼和十分之一联合出品，面向青少年的付费播客节目。每期 10 分钟，从一个青少年感兴趣的现象谈起，解读表象背后的深层逻辑，结尾互动、启发青少年提出自己的好奇。

主播

幸倍

播客「声动早咖啡」内容研究员、播客「吃喝玩乐了不起」监制、声音设计。毕业于中国农业大学、播客行业从业 6 年。

赛德

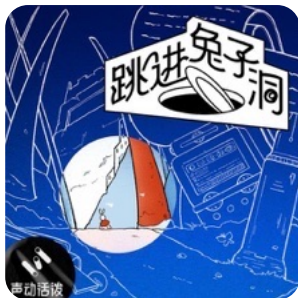
播客「声东击西」声音设计、毕业于清华大学。舞台作品《你好，音乐剧》《春琴》等，曾任网络音乐剧《少年有点酷》第一、二季执行导演。

制作人

骞文，可宣，十分之一团队

关键词

● 青少年 ● 全球视野 ● 启发好奇



跳进兔子洞

(2024年起付费)

2022 年 5 月出品的「声音特稿」节目，讲述层出不穷、眼花缭乱的新兴事物如何改变着具体的普通个体。节目采取客观中立的视角，通过大量采访和沉浸式制作，为听众带来全新的收听体验。

全平台订阅量

10W+

全平台单集平均播放量

9W+

主流平台单集平均播放量

5W+

* 数据截止日期：2025 年 4 月

平台荣誉

• Apple Podcasts

2022 年度编辑精选

• 小宇宙

2024 小宇宙年度付费内容

2023 年度专题策划

2022 年度创新实践

• CPA 中文播客奖

2022 年度故事类播客

主播

佳勋

前声动活泼制作人，专注于叙事播客制作，拥有超过三年的专业新闻机构从业经验和八年播客制作经验。曾就职于美国公共广播公司、美国公共媒体公司、财新传媒。参与制作的新闻调查类播客「In the Dark」曾获广播电视媒体届最具权威的皮博迪奖项。

关键词

● 声音特稿

● 沉浸式



不止金钱

(付费专辑)

把顶级投资机构的思维框架，提炼成人人都能用起来的决策工具。让大家不管是在投资理财，还是在日常生活中，都能识别和防范风险，更好地行动。付费播客，14 集正片已上线，番外节目不定期更新中。

全平台订阅量

1W+

全平台单集平均播放量

8K+

* 数据截止日期：2025 年 4 月

平台荣誉

• 小宇宙

付费节目精品推荐

2024 小宇宙年度付费内容

主播

周玖洲

拥有丰富的二级市场投资经验，曾在中国首家中外合资投资银行中金，以及中国管理规模最大的公募基金和私募基金任职。拥有北京大学经济学、社会学双学位。

关键词

● 投资 ● 理财 ● 决策 ● 思维方式

更丰富的声音创作形式

更具实验性的声音尝试

声音与线下活动的结合

声音实验室

从品牌联合定制、创新播客节目再到线下声音体验，探索声音创意的更多可能。



扫码查看页面

品牌联合声音实验

声动活泼独创和首创了**创意声音短片（Pod Cast Commercial, PCC）**，以声音为媒介，结合声音及内容创意，搜集资料并制作成 5-8 分钟的创意短片，将声音创作变成可持续的艺术作品。

「图拉斯 x 声动活泼 | 2025，四分之一的世纪回顾」

2025 年的到来，标志着 21 世纪第一季度即将结束。通过声音创意描绘了一个世界和个体交织的 2025 年，由大到小地展现个体与时代的共鸣。



「图拉斯 x 声动活泼 | 女性体育运动参与史」

3.8「女性支点力量」的特别策划，通过运用大量历史素材与配音演绎，生动地呈现了一段 8 分钟的历史故事。



「索尼音频 x 声动活泼 | 从品牌史到音频生态」

用一周 5 期的 mini story 连续剧，为大家带来了几十年来索尼在音乐和音频领域的突破，用「声音故事」了解索尼音频。



探索创新类播客节目

声动活泼持续探索声音内容的创新形态，打破传统播客结构，融合跨领域叙事、声音实验与科技反思，拓展中文播客的叙事边界。

「不是许仙，但怎么就爱上了一条蛇」

通常会如何去描述蛇？在这期节目中，你会听到一位爱蛇之人的北京寻蛇记，以及一位怕蛇之人克服恐惧去参加福建蛇王节活蛇游行的故事。



「3 秒克隆声音？我们怎么面对 AI 的黑暗面」

科技类节目的创新尝试，不仅探讨了在 AI 深度伪造泛滥的时代我们该如何学会分辨，并在节目中克隆了主持人 Diane 的中英文声音。



「送你一声穿越历史的龙吟，一份寂静和一支城市电子乐」

带你进入三个完全不同的实验室空间分别名为：寂静、碰撞、神奇动物。。



线下声音体验

● 与听友线下共创声音特辑 Live Show

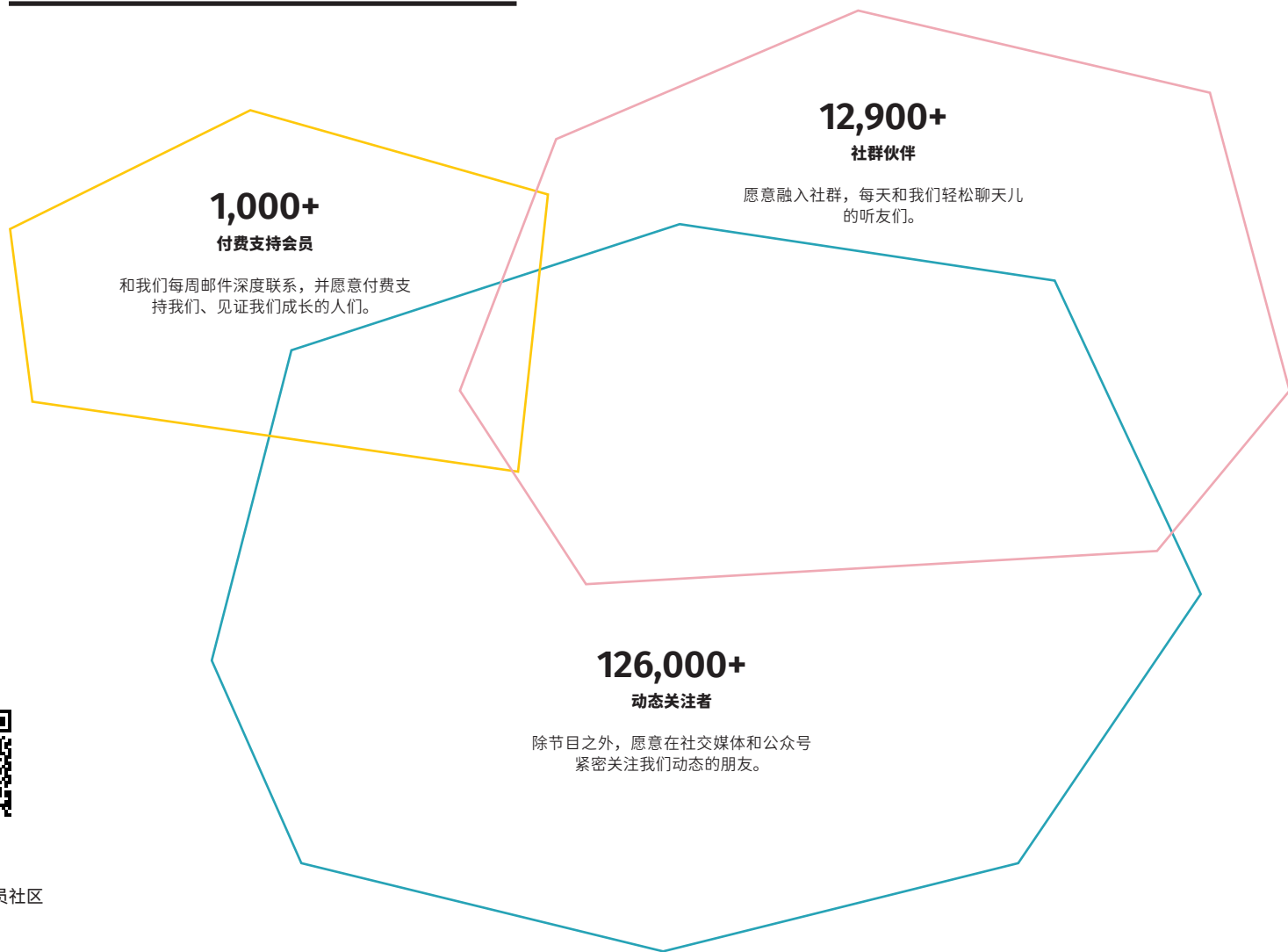
「跳进兔子洞」节目组围绕「系统与人」这个主题，邀请听众来到线下，共同完成一次极具实验性的现场节目创作。节目制作人与采访对象的现场讲述、现场听众的实时感受和反馈，配合音乐和灯光，汇聚成一场充满感动、新奇、共情和真实感的聚会。



● 地球日声音线下策展

2023 年地球日，声动活泼策划的「只此星球」播客专题不但在线上呈现，并和 BottleDream 合作，呈现线下体验版。

听众可以在展览的不同主题区，以不同方式与契合场景的观景盒互动，以契合其中一期关注光污染的声音叙事类节目《城市灯光下的生与死》。



扫码进入
声动活泼会员社区

声动胡同

以声动活泼北京办公室所在的前永康胡同为灵感，我们打造了「声动胡同」会员计划。节目之外，我们跟会员们每周深度往来，他们也是我们的付费支持者和见证者。



我们的连接方式：

● 邮件通讯「胡同来信」

这是声动活泼创作者们的手记，大家会把节目之外的所思所想记录在这并跟会员朋友们一同分享。每周一封，通过邮件往来通信。

● 免费收听

作为我们的支持者和见证者，我们旗下所有的付费节目，会员可以免费收听。

● 随机掉落的活动

不定期组织会员专属线上线下活动，进行有趣讨论，或城市探索，或彼此相聚。

● Future & Remix

2024 年 9 月 13 日, Ultra Hong Kong 电音节前夜, 声动活泼携手 Zebra Labs (斑偶研究所), 邀请 70 多位跨界创作者与科技先锋在香港举办了「Future & Remix: AI 如何重塑我们的创作」闭门沙龙。

活动邀请了全球最前沿的艺术家和创作者、AI 领域一线产品、技术从业者以及高校的学者教授们作为 Founding Member, 大家围绕 AI 创作、AI 如何影响内容消费、AI 与人类的关系展开讨论。多元和「混搭」的背景也为现场带来了非常新鲜的见闻和观点。完整的现场讨论可以在各大平台搜索「What's Next | 科技早知道」节目收听。

本次活动也受到了香港投资推广署, SOCIARCH、MUSICTECH JAPAN 的支持。



FUTURE & REMIX

How AI Reshapes Content Creation

With 70+ pioneering creators, AI practitioners, and thinkers.

- INSPIRE**
Panel discussions and product demos bring together ideas from various fields.
- REMIX**
Share your post-discussion inspirations on our "Brainstorming Board" to foster cross pollination.
- FUTURE**
New ideas and topics generated from these exchanges will ignite broader public discussions.

2024.09.13 Hong Kong, China

Organizer

Sponsor

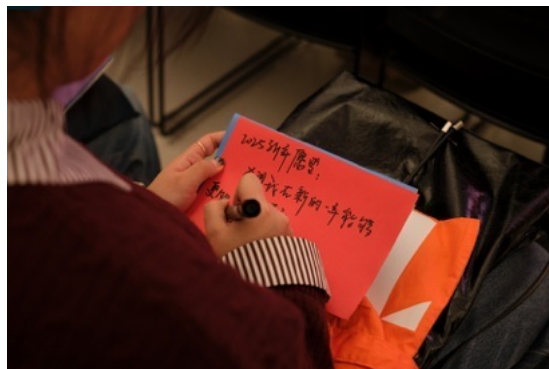
Special Thanks



● 2025 声音时光胶囊

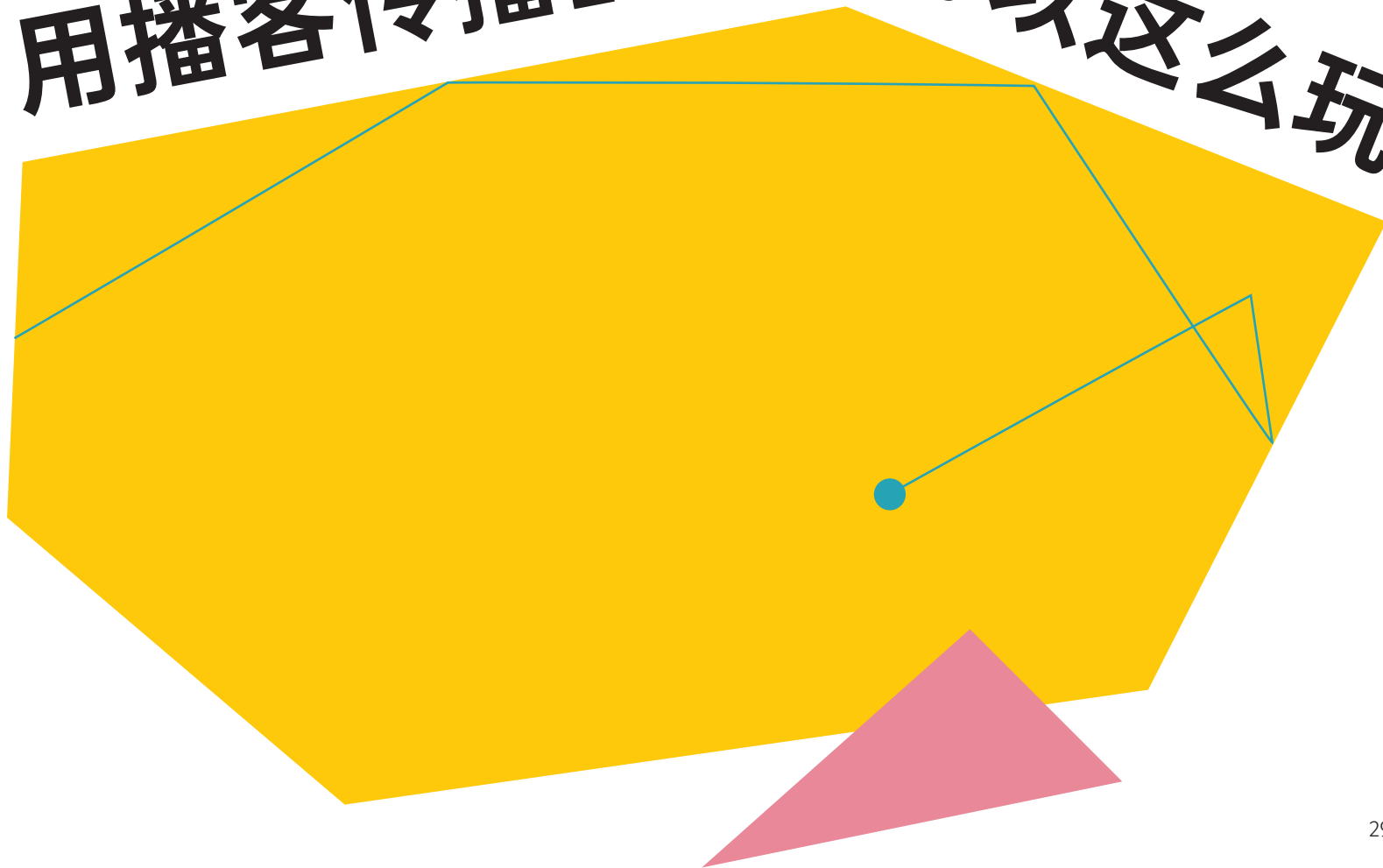
和过去四年一样，声动活泼将 2024 年的故事浓缩进了一枚声音时光胶囊中，和过去四年不一样的是，这一年的声音时光胶囊有了实体的承载物，一枚 NFC 实体声音胶囊。

经历了两个多月的制作，声音胶囊的制作人们在泰康美术馆举办了现场分享会，和声动活泼的听友们分享了从 2020 年到 2024 年制作胶囊的幕后故事，和大家一起，用这种特别的方式告别 2024。



Part III

用播客传播品牌？可以这么玩



品牌投放播客有多种模式，每种模式都有其独特的优势，也可以混合搭配投放。以下是四种常见的投放形式及其优势：

#1 冠名赞助 (Title Sponsorship)

品牌作为节目的赞助商，获得一整季播客节目的冠名权。

优势：展现品牌对高质量内容的认可和支持，并通过节目美誉度进行品牌形象传播，以获得长时间持续的曝光度和受众认知度。

#2 口播广告 (Host-read Ad)

依托已有播客节目，口播嵌入品牌内容，并将之呈现在节目开始、结束或节目中段。

优势：有不同嵌入点位，制作的灵活度高，周期短，品牌信息明确，是新品发布和活动推广常用的广告形式。

#3 单集定制 (Dedicated Episode)

依托已有播客，定制一集或数集节目，在传递品牌信息的同时满足听众对节目的原有预期，以更加有深度和润物无声的方式传达品牌信息。

优势：适合于品牌传递品牌精神、前沿技术内核、创新理念、创始人故事等复杂信息。

#4 品牌播客 (Branded Podcast)

品牌与播客创作者深度合作，共同打造一档以品牌为主题的播客节目，传递品牌价值观和理念。

优势：品牌主导整季节目调性，持续且充分展现品牌特色，可与公众号、社交媒体等宣传渠道一起组成品牌宣传的矩阵，形成合力。

口播广告合作（周期：2 周）



#1 确认合作

初步沟通需求，确认合作费用，服务内容
及上线日期。



#2 文案创作（上线前 14 天）

基于品牌方提供的内容要点，声动团队
进行口播内容创作并提供初稿文案和具
体传播执行方案。



#3 反馈修改（上线前 8 天）

根据初版文案，品牌方提供反馈，声动
团队进行修改并交付二稿。



#4 定稿确认（上线前 4 天）

品牌方确认定稿内容。



#5 内容上线

2 合作流程

Part III
用播客传播品牌？可以这么玩

单集定制合作 / 内容定制（周期：2-3 周）



#1 确认合作

初步沟通需求，确认合作费用，服务内容及上线日期。



#2 文案创作（上线前 3 周）

品牌方提供内容方向、需求要点信息及相关素材，声动团队基于以上信息进行单集内容策划、确认嘉宾，交付内容大纲初稿及执行规划。



#3 反馈修改（上线前 2 周）

品牌方提供初稿反馈，声动团队根据反馈更新内容大纲，确认大纲定稿。



#4 前采及录制（上线前 2 周）

按照内容大纲进行前采沟通和正式录制。



#5 粗剪音频制作（上线前 12 天）

声动团队进行音频粗剪，输出初版音频和文档。



#6 终版音频制作（上线前 4 天）

品牌方提供音频反馈，声动团队完成精剪及审核。



#7 上线准备（上线前 2 天）

品牌方确认全部上线物料，包括音频、文案等。



#8 节目上线

2 合作流程

Part III
用播客传播品牌？可以这么玩

品牌播客定制（第一集节目上线制作周期：5-7 周）



#1 workshop（1 周）

通过声动活泼积累的品牌播客制作方法论，引导品牌方梳理团队需求，明确整季播客节目的定位和调性，交付整季节目策划案。



#2 声音 & 视觉设计（2 周）

参考品牌播客整季策划案和品牌风格，提供声音 logo 创意设计和节目封面视觉设计。



#3 单集节目策划（1 周）

按照品牌播客整季策划案，拆解单集节目之间的逻辑关系，提供单集节目的策划方向和嘉宾建议。



#4 撰写访谈大纲（1 周）

根据确认的嘉宾人选和单集内容策划方案，提供访谈大纲。



#5 前采 & 正式录制（1 周）

声动团队进行音频粗剪，输出初版音频和文档。



#6 后期制作（2 周）

融合声音创意，提供专业精良的后期剪辑制作。



#7 上线运营

迪卡侬 × 声动早咖啡

迪卡侬通过口播推广新品碳翼 KD900X.2 全掌碳板竞速跑鞋。

合作形式：口播广告 + 私域社群

策划亮点

• 营销节点搭配私域社群

双十一营销节点，通过 3 期早咖啡口播对迪卡侬新发布的全新竞速跑鞋进行高曝光，联动 30+ 早咖啡社群，快速抢占消费者注意力，促进关键营销节点的新客转化。

• 针对产品特点的策划

精心策划的口播内容，通过「跑者入门的第一双跑鞋」、「高性价比」、「初跑者的问题与科普」等信息点，突出产品特点，激发消费者的好奇心和购买欲望。



思念 × 声动早咖啡

2024 年农历新年前，思念食品将播客作为龙年新品「柿柿如意」流心柿子汤圆 的传播渠道之一，连同抖音、小红书以及线下活动等组成新品传播矩阵，将新创作的主题曲「思念在发烫」作为统一的音乐元素持续放大传播势能。

合作形式：周冠名

策划亮点

• 主题曲与音频内容巧妙融合

将主题曲「思念在发烫」的推广融合进播客声音媒体中，作为口播的背景音效，让听众在声音场景中，被旋律感染。

• 新年场景持续曝光

投放档期设置在春节假期的前一周，通过周冠名整整五个工作日，听众可以在听节目内容的同时，被每天播报的有年味的「思念」品牌所打动，刺激了听众在春节之际的思乡之情、极大地增加了对品牌的好感度，强化了「思念」作为年货品牌的消费者心智。

• Call to Action

号召听众互动，留下记忆中的年味赢取汤圆年货，跨平台参与「思念在发烫」全民活动。



3 合作案例 - 新品发布

Part III
用播客传播品牌？可以这么玩

Swisse × 声东击西

通过单集定制的合作形式，围绕「颠覆与新生」这一主题，推广高端保健品 Swisse PLUS NAD+ 细胞新生瓶，用深度内容传播品牌「颠覆时间秩序，执掌细胞新生」的产品理念。

合作形式：单集定制

策划亮点

• 与平台功能联动，听视觉统一呈现品牌调性

3 档播客节目加入小宇宙平台页面功能，视觉呈现与内容输出调性更加统一。

• 品牌信息自然传达

整集内容保持了「声东击西」节目一贯的高内容质量，主播与嘉宾关于短剧行业的对谈带到“新生”话题，品牌产品信息集中在节目中间以口播的形式自然切入，更好的平衡了内容质量和品牌传播的需求。



鹰牌花旗参 × 声动早咖啡

老品牌新玩法，鹰牌在春节营销节点推出礼盒装，为年轻人提供返乡回家时给长辈送礼品的新选择。

合作形式：中插口播 + 私域社群

策划亮点

• 突出场景

春节前各大电商平台年货节场景下，为鹰牌新年礼盒和产品进行内容策划并制作中插口播，让正在筹备年货的打工人轻松选到适合的新年礼品。

• 感知消费者需求

结合当代年轻人因压力大而关注提神和养生的痛点，推广花旗参滋补不上火，老少皆宜的产品特性，提升产品购买的转化效果。



科颜氏 × 声动早咖啡

年货节期间也正是北方冬季天气干燥，需要做好保湿的季节，科颜氏重视播客听众人群，选择播客内容渠道大范围推广旗下明星产品高保湿面霜。

合作形式：周冠名

策划亮点

• 秋冬季节 + 年货节双营销节点

合作档期是产品适配的秋冬季及年货节期间，通过周冠名完整五个工作日的精准触达，听众在收听节目正片内容的同时，也留下了「不干不红脸，水润一整冬」的品牌 Slogan 印象，加上节目结尾处的广告大片，进一步了解产品特性，搭配节目封面、shownotes、评论区置顶等资源点位，实现品牌的全方位曝光。

• 丰富的内容呈现

通过两版口播内容，分别满足产品介绍和品牌认识建立的需求，让听众能够在了解高保湿面霜的同时，也更加了解科颜氏品牌的发展历史。

• Call to Action

每期口播片尾号召听众留言互动，并抽取品牌奖品。评论区听友互动热烈，品牌关键词提及度高。



图拉斯 × 声动早咖啡 & 声东击西 & 3 档外部节目

2025 年新年，图拉斯基于「云南甲马」非遗艺术形式，推出「图个新仙」甲马新年礼盒。声动活泼联合内外部共 5 档播客节目，为图拉斯品牌在播客内容渠道策划了覆盖多样化人群 & 场景的完整传播故事链。

合作形式：创意音频 + 单集定制

策划亮点

• 多样化的节目合作和传播形式

联合声动活泼声音实验室，以声音创意短片 + 单集定制结合的创新形式，覆盖不同的人群 & 场景，精准传递图拉斯新年礼盒的品牌精神价值，让听众将对未来美好的寄愿与图拉斯品牌建立起深度的情感链接。

• 精彩创意，四大核心主题 + 完整故事链

内容传播策略以四大核心主题「体验、复盘、归零、期盼」为框架，形成「回顾过去，行动当下，重新出发，期待未来」的清晰故事链条，每一个主题在情感上环环相扣，既能帮助听众梳理生活中的不同阶段，也与品牌精神形成强绑定，传递「人生掌控感」、「创造力」、「生命力」的价值观。

• 播客听众和其他社媒联动

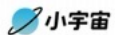
多平台联动，每档播客都在节目中发布互动活动，号召听众参与图拉斯官方小红书账号策划的甲马 DIY 活动，赢取甲马周边好礼～



声动早咖啡

英伟达加码人形机器人，华为多款高端手机降价促销

本期早咖啡为你带来与日常生活息息相关的商业科技动态，你将会听到：

 小宇宙

长按扫码收听单集

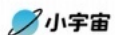




声东击西

#333 许愿浓人 vs. 许愿淡人：主打（不）科学的许愿成功

有人不敢许愿，有人许愿就能那么灵；有人是「许愿浓人」，有人是「许愿淡人」。

 小宇宙

长按扫码收听单集



博朗耳温枪 × 声动早咖啡 & 声东击西 & 5 档外部节目

声动活泼联合团队内部 + 外部共 7 档不同风格与定位的播客节目，全方位打造「专业度 + 曝光度 + 陪伴感 + 新奇感 + 垂直」的传播矩阵。

合作形式：周冠名 + 单集定制

策划亮点

• 投放形式差异化

选择冠名 + 单集定制的投放策略，针对每档节目的调性，做因地制宜的投放策略匹配，从而在不同的节目和播客受众中，产生差异化的传播效果。

• 内容角度多元化

不仅考虑到了直接的母婴消费者，还考虑到了已婚未孕的夫妻、未婚但即将组建家庭的情侣、单亲父母、单身但对婚育有期待的单身人士、和那些暂时没有婚育打算的年轻人。影响婚育用户成为直接消费者，教育未婚育用户成为潜在消费者。

• 视听觉统一规制化

声动活泼协调 7 个节目组，配合更换统一单集节目封面，音频统一 intro，并在最后一档节目上线之后，由声动活泼的官方公众号进行播单整合传播，做到视觉、听觉的整体化，扩大传播势能。



声东击西

41869 · 196

#277 事业、家庭和自我：成为父母前，我们究竟在担忧什么？

今年的诺贝尔经济学奖，让大众关注到女性在劳动力市场和经济学研究中扮演的重要角色。...



长按扫码收听单集

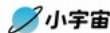


声动早咖啡

92018 · 296

咖啡豆 | 从年入 10 亿到欠薪风波，「雪糕中的爱马仕」钟薛高...

本周节目由「博朗耳温枪」冠名播出，宝宝智能耳温枪认准博朗。博朗耳温枪，小智慧，大...



长按扫码收听单集



3 合作案例 - 商业科技资讯植入

Part III
用播客传播品牌？可以这么玩

支付宝 / 阿里云 / 飞书 / 百度智能云 × 声动早咖啡短消息

通过短消息合作，为品牌提供一个即时、高效且易于理解的信息发布渠道。

合作形式：口播广告

策划亮点

• 高效快捷的信息发布

从纷繁复杂的信息中第一时间提取更适合早咖啡听众的一手消息，将声动活泼的专业资讯能力和品牌传播诉求相平衡，确保品牌资讯的高效准确传播。

• 双向的互动交流方式

根据短消息的资讯内容设计适合的听众互动问题，激发听众的参与热情，将单向的信息传播转化为双向的、充满活力的交流，拉进品牌与用户距离。



索尼公园 / 迪士尼 / Tik Tok Shop × 声动早咖啡

声动早咖啡越来越多的出现在品牌的线下活动中，带着听友“咖啡豆”们一起去线下感受商业世界。

合作形式：现场报道

策划亮点

- 现场感明显，带来更加沉浸的资讯报道

早咖啡节目组受品牌方邀请，在线下的发布会或活动中收集声音素材，亲身体验并带回线下活动中有意思的商业信息与洞察，通过专业的内容制作形成节目现场报道的资讯内容。

- 早咖啡播客与小红书账号跨平台联动

现场收录的视频和图片素材，经过内容整理和制作后在早咖啡小红书账号中同时发布，听众不仅在节目中听到现场带来的信息，也可以从小红书笔记中了解更多台前幕后的故事。



3 合作案例 - 品牌故事

Part III
用播客传播品牌？可以这么玩

开云集团 × 声动早咖啡

开云集团发布了一本关于集团历史的书籍，希望通过早咖啡的解读来讲述集团过去的发展，从而让更多人了解到开云集团的品牌故事，凸显品牌力量。

合作形式：长解读内容定制

策划亮点

• 传播品牌故事

通过定制节目讲述开云集团的传奇历程和品牌故事，揭秘品牌如何从贸易公司发展成为全球奢侈品巨头，追溯开云集团的关键转折点，建立品牌与消费者的深度链接，从而更全面细致地了解品牌的发展历程，展现品牌对创新和品质的不懈追求。

• 打破受众圈层

打破奢侈品的受众圈层，让更多人了解到奢侈品不是高不可攀的存在。通过全平台的传播，将开云的魅力和精致生活的理念传播给更广泛的群体，让奢侈品不再是少数人的专属。



3 合作案例 - 品牌故事

Part III

用播客传播品牌？可以这么玩

米其林 × 声动早咖啡 & 科技早知道

米其林公司希望打破听众对品牌的固有认知，将「米其林创新，不止于道路」的商业科技故事，通过播客节目传递给更多人。

合作形式：mini story + 口播广告

策划亮点

• 创新形式分享品牌故事

「声动早咖啡」通过 mini story 的内容形式，以米其林公司的发展历程和商业分析为主线，每一期讲述不同的创新故事，共策划 5 期节目连续 5 天传播，带听众还原一个起于轮胎、也超越轮胎的创新先锋的品牌商业故事。

• 联动多档节目完整企划

声动团队两档节目及外部 4 档播客节目一起参与进小宇宙的策划企划，统一的视觉及播放效果，让不同节目的听众形成相似的内容感知；集中密集的投放策略，也不断强化听众对品牌创新的认知。



迪士尼 × 声动早咖啡 & 声东击西 & 科技早知道

围绕迪士尼品牌的多条业务线，针对迪士尼的品牌故事和想要传达的品牌形象，定制系列节目。

合作形式：口播广告 + 现场报道 + 单集定制番外系列

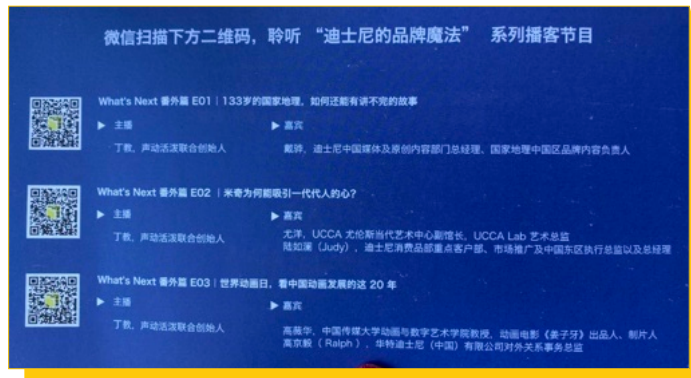
策划亮点

• 丰富的内容组合形式

以「声动早咖啡」口播广告 & 现场报道 + 「声东击西」单集定制 + 「科技早知道」系列单集定制的内容组合形式进行宣传。「声动早咖啡」以「迪士尼经典电影」为切入点，呼吁听众支持正版和原创内容，彰显迪士尼的品牌形象，现场报道更是拉近了听众与品牌的距离；「声东击西」以电影本身为主题，分享电影背后的故事或观影体验，带给听众不一样的视角；科技早知道整合「迪士尼的品牌魔法」系列作为番外篇，讲述迪士尼的品牌故事。

• 精准的节目定位和内容设计

通过和迪士尼内部人员及外部嘉宾对品牌故事的讲述和解析，使受众中对商业、品牌有兴趣的听众，对品牌如何打造和运营有了更深入的了解和启发。



3 合作案例 - 社群私域沉淀

Part III
用播客传播品牌？可以这么玩

昂跑 × 声动早咖啡

配合 618 电商大促的启动，「On 昂跑」与早咖啡节目一起策划了线下 + 线下的传播活动，为品牌带来更多的新客和转化。

合作形式：口播广告 + 线上 & 线下社群活动

策划亮点

• 全链路合作，将闭环营销效果最大化

结合品牌宣传诉求，实现「节目口播 + 社群互动 + 线下活动 + 线上进店」的全链路合作。前链路通过节目连续口播进行大范围曝光，在听众中建立品牌心智。中链路结合社群打卡活动，将品牌理念与打卡活动的主题相融合，让听众在每天打卡过程中潜移默化接受品牌想要传达的信息。后链路组织联名线下跑步局，邀请节目组和听众共同参与，让听众近距离接触品牌并试用产品，为购买转化做铺垫。

• 社媒联动，二次传播

线下活动中，节目组、听众、品牌方为参与者共同记录活动素材，鼓励大家自发在其他社媒平台进行分享，实现二次传播，扩大活动影响力。



3 合作案例 - 社群私域沉淀

Part III
用播客传播品牌？可以这么玩

SK2 / 潘婷 × 声动早咖啡

通过节目口播和社群联动，对产品进行用户教育，播客内容渠道获取用户反馈的同时，通过社群活动在社交平台扩散品牌和产品的 UGC 内容。

合作形式：口播 + 私域社群 + 社媒 UGC 内容沉淀

策划亮点

• 垂直私域社群分发

通过口播带动私域社群，建立专属社群用于品牌活动并进行精细化运营，招募听友参与活动，定制化活动机制以促进更多的 UGC 内容沉淀。

• 提供产品试用，收集用户反馈

抓住新品推广和品类教育的契机，结合科普素材发放产品试用装，让更多对产品感兴趣的听众参与到社群活动中，分享使用体验，为品牌方提供能更加准确了解到一线消费者对新品的反馈的机会。



3 合作案例 - 优质播客节目引流

Part III
用播客传播品牌？可以这么玩

有赞 × 声动早咖啡 & 科技早知道

「品牌消费观」是有赞推出的一档聚焦品牌，消费和商业的谈话式播客节目，每一期节目中有赞 COO 也是本档节目的主播 Leo 会邀请不同行业 / 品牌的嘉宾对话，探索品牌和商业的新力量。

合作形式：内容联动

策划亮点

- 多次内容联动，有效帮助新节目破圈，实现订阅和收听的快速增长
通过内容联动，借助声动活泼自有节目的声量，引起对「品牌消费观」节目话题感兴趣的听众关注新节目或栏目，完成自然转化，让更多的人听到好节目好内容。



声动早咖啡

菜鸟撤回上市申请，苹果 2024 开发者大会定档

本期早咖啡为你带来与日常生活息息相关的商业科技动态，你将会听到：



长按扫码收听单集



What's Next | 科技早知道

AI agent 是不是来革 SaaS 的命？零售新范式正在发生 | S9E10

2025 被视为 AI agent 的爆发元年。从写文案、做表格到设计工作流，这些智能体 (Agent...



长按扫码收听单集



多样化的品牌合作伙伴

Tencent 腾讯

阿里巴巴
Alibaba.com

抖音集团
Douyin Group

美团 美团

amazon

KimiChat

小红书 拼多多

TT 语音

ESTÉE LAUDER
雅诗兰黛

Soul

有赞

豆

BRAUN
博朗

达霏欣

VIATRIS 晖致

L'ORÉAL
PARIS

车好多

LA MER
海蓝之谜

支

BIOHYALUX
润百颜®

地平线
Horizon Robotics

mi xiaomi

Qualcomm

TORRAS

CASETiFY

BAYER

Disney

天猫
0:0

HUAWEI 华为云

SATURN
BIRD®
COFFEE

BMW

g

MINI

Logitech

Pfizer

Baidu 百度

Mercedes-Benz

PORSCHE

思念

农夫山泉

蚂蚁集团
ANT GROUP

STARBUCKS®

Move Free 益节

Kiehl's
SINCE 1851

苏菲
Sofy

UNISKIN
PROFESSIONAL
优时颜

泰诺®
TAINUO

潘婷 PANTENE
PRO-V

夸克
Quark

KERING

LA PRAIRIE
莱珀妮

NVIDIA

DECATHLON
迪卡侬

滴滴

飞书

coindesk
CHINA

CATHAY PACIFIC
国泰航空公司

SUPERHEXA

钉钉

POP MART

MICHELIN

TEZO

LOCAD

HailuoAI

SONY

云鲸
NARVAL



商务合作咨询请扫上方二维码

公众号：声动活泼

小红书：品牌声波 Brandstorming

邮箱：business@shengfm.cn

地址：北京东城区前永康胡同 11 号东雍文化园 315

内容最终解释权归北京声动活泼传媒科技有限公司所有