

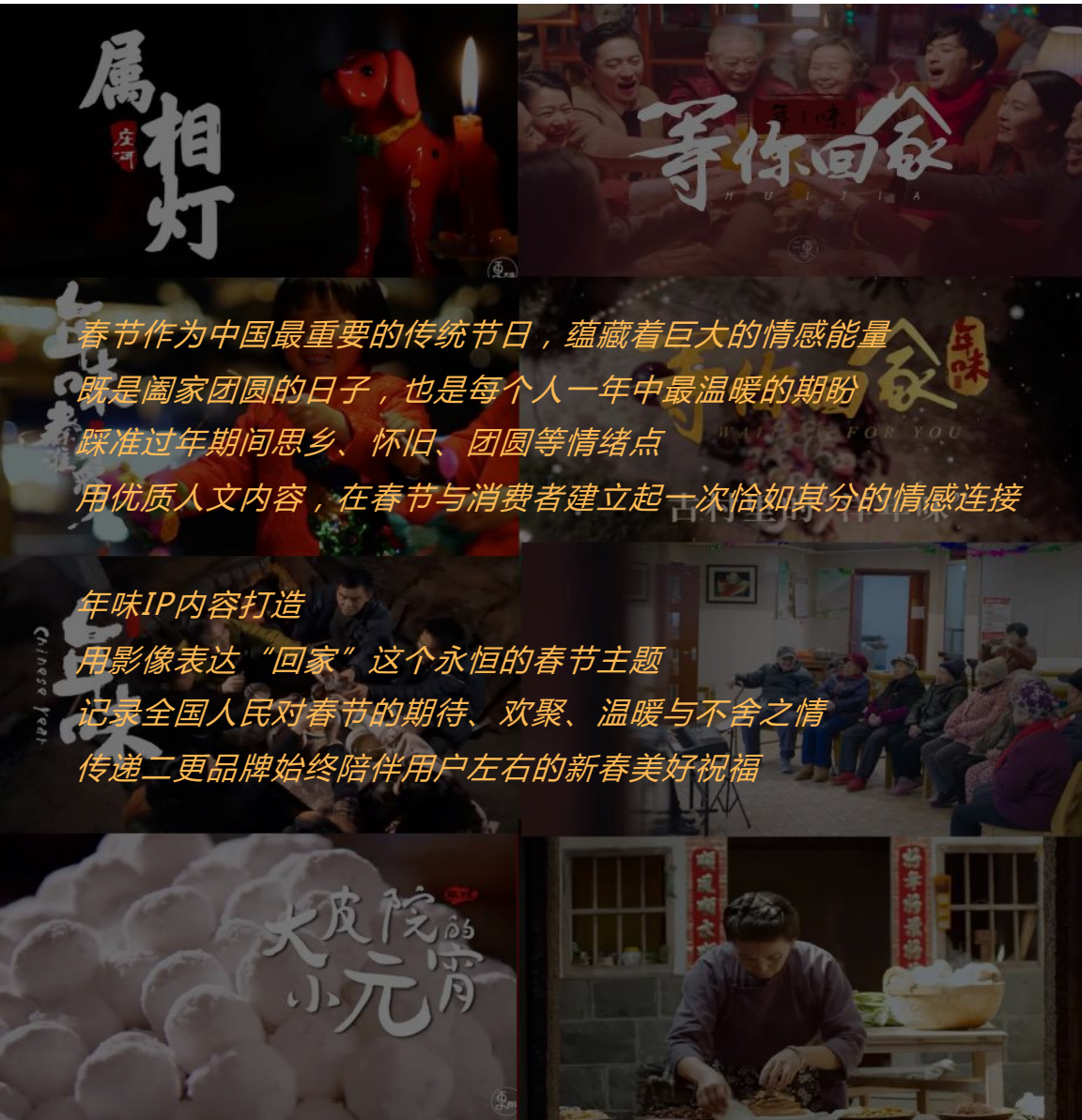
“帐篷下的年味” 中移互联网2022年新春直播

- ◆ **品牌名称**：中移互联网
- ◆ **所属行业**：通讯、互联网
- ◆ **执行时间**：2022.01.20-02.20
- ◆ **参选类别**：直播营销类

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://v.qq.com/x/page/i33234zz6gi.html>



春节作为中国最重要的传统节日，蕴藏着巨大的情感能量
既是阖家团圆的日子，也是每个人一年中最温暖的期盼
踩准过年期间思乡、怀旧、团圆等情绪点
用优质人文内容，在春节与消费者建立起一次恰如其分的情感连接

年味IP内容打造
用影像表达“回家”这个永恒的春节主题
记录全国人民对春节的期待、欢聚、温暖与不舍之情
传递二更品牌始终陪伴用户左右的新春美好祝福

“十三五”时期，现代农业建设取得重大进展，乡村振兴实现良好开局，
“十四五”时期，乘势而为，聚焦乡村振兴、民族自信
借由新春热点契机与年味IP的切入点，
体现中国移动响应国家打造数智乡村，为农业农村发展取得新的历史性成就

向往美好生活和共同富裕成为了这个时代的共同情绪
以人文美学视觉讲述乡村振兴的故事
融入产品业务呈现中国移动推动建设数字乡村的贡献和力量

品牌营销的背景和初衷： 青山绿水 乡村振兴绘写美好生活新画卷

在当下“全面小康、中国智造、绿色经济”等社会背景下

国家中央一号文件提出全面实施“乡村振兴战略”

中国移动集团召开全国数字乡村和智慧社区大会战部署，提出加快数字乡村发展

乡村振兴正是开启国家和人民美好生活新征程的最美写照

品牌营销的背景和初衷：

建设【数字乡村】中国移动一直在路上

中国移动积极响应“乡村振兴”战略方针，

通过**通信服务、互联网服务**

推进乡村治理能力现代化、协助乡村振兴和乡村智慧转型

锁定数字乡村主旋律，讲述乡村振兴的故事

借由新春契机与年味IP的切入点

植入全球通品牌、数字乡村业务、互联网产品

看中国移动建设数字乡村的贡献和力量

目标人群的洞察： 疫情雾霾依旧，回乡难、出游难

过去一年，疫情的反复始终牵绊着我们的步伐

一场旅游、一次返乡几乎举步艰难

平日里为生活而奔波，为梦想而奋斗的我们

却往往由于各种原因不能洒脱地出游、不能回乡与家人共度新春

但那些关于年的美好回忆，藏着乡土的传统与人情

此时此刻，最能勾起国人的情感共鸣

帐篷 X 年味 全新生活方式与传统年味的碰撞

从城市到乡村，拥抱久违的故乡年味

在帐篷下看不同的风景，遇见不同的人，听不同的故事，感受不同的文化

看见故土的新生，与这片土地一起生长

任由这片土地上的每颗种子，开出它自己的花

让故乡的年味飘进每个人的心里

让乡村振兴的故事走进每个中国人的春节

核心策略：

突出四大融合，展现移动5G助力新农村建设成就，抢占品牌制高点

围绕乡村振兴主题，承接数字乡村战略，以地方特色“年味”主题展开活动，通过人文视觉带出产品及品牌宣传，彰显中国移动始终扎实履行“三个责任”，加强新基建布局，全面推进5G发挥更大社会效益的央企使命与担当。

战略融合

响应国家“乡村振兴战略”的号召，及11月集团全国数字乡村和智慧社区大会战略部署。直播以“乡村春节主题”展开，由此带出新农村建设成就，突出我司坚定助力赋能乡村振兴的战略主旨。

品牌融合

直播邀请KOC，以文化旅游、露营交流的旅客身份走进乡村，跟随koc介绍乡村发展展示数字化乡村治理成果，植入品牌信息及产品应用，强化受众心智。

产品场景融合

以生活场景为切入点，与村民交流，在乡村产业、综合治理、通讯娱乐等场景植入大网“数字乡村”解决方案、互联网产品，展示我司推进乡村现代化、助力乡村智慧转型的与成就。

情感融合

抓住用户节日旅行的渴望，打造一场说走就走的“乡村度假”微综艺，直播带用户走进美丽乡村，深入当地风俗，引导用户新年情感话题讨论与发酵，提升品牌认同。

活动方案：【“帐篷下的年味”中移互联网2022年新春全网直播】

联合多地文旅局、头部视频平台及31省视频号，开展“年味”系列全网直播，选择有代表性古村落，结合年轻人群新兴露营文化，以KOC视角讲述乡村民俗、地理风貌、人文故事，将业务融入乡村年味场景，营销活动为业务引流，扩大传播影响力，拉动转化，打响2022年一季度营销头炮。



美丽乡村
地域风貌

+

人文故事
产品植入

+

KOL联动
品牌传递

小年夜（1.25-1.29）全国多地每天3小时 漫游预热+微记录+微综艺

传递村落新春之美，隔空投送小年风味

植入-和彩云

村民与远方家人云过年
家庭云大小屏互动
年味回忆相册裂变
存储记录乡村年味片刻

植入-号卡消息

跟随koc进入乡村
介绍乡村发展
号卡消息助力综合治理
植入认证场景

营销-流量红包雨

集团准点流量红包雨抽奖
引流和彩云领取使用
分享回忆相册获赠大流量

传播-省专协同

产品自有广告统一发声
短信、掌厅各渠道引流
产品+31省同步直播

传播-媒体投放

朋友圈等广告引流
文旅KOL
官媒联合造势
视频号官方推流带量

直播结构—5地5场每天3小时年味开播

直播地点：5个美丽乡村，与当地极致人物一起分享年味

直播时间：2022年1月25日（小年夜）至1月29日（年廿七）晚17:00-20:00

主要内容结构：漫游美丽乡村年味+多视角展示地域风貌+人文故事+互动体验

各地年味

整点有礼

各地风光

极致人物

日夜交替

帐篷畅谈

美丽乡村成果展示

#新年筹备# #美丽乡村# #村落变迁# #华灯描绘# #戏曲贺岁# #赶海# #烤饵块# #白老酒# #糖糕# #帐篷畅谈# #夜空祈福# #看烟花#

16:55

17:00

17:30

18:00

18:15

18:35

20:00

漫游美丽乡村年味

极致人物走街串巷
领略乡村年味之美

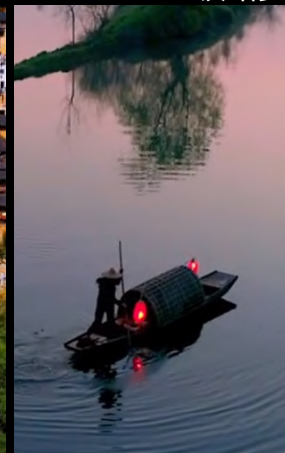
极致人物带领观众
体验当地民俗活动

整点抽奖互动
各乡村特色年味

极致人物向观众
展示特色年味

星空的露营
沉浸式故事分享

夜空下祈福
同祝虎年快乐



每一场直播和微纪录结束后，将具体呈现中国移动为美丽乡村发展与乡村振兴的累累硕果，让观者感受中国移动的央企担当与气魄，同时体现国家人民共谋乡村振兴共同富裕的决心，提升内容整体立意。

战略升级

中国移动
数字乡村建设

+

联合多地
文旅机构

+

人文内容
赋能

+

心生向往
美丽乡村

维度升级

中国移动
31省全面联动

+

美丽乡村
年味漫游

+

地域风貌
人文故事

+

极致人物
分享年味

玩法升级

中国移动
多样化营销策略

+

年轻的
旅宿方式

+

古村风貌
新旧年味

+

美丽中国
深度探讨

东

江南秘境

南

千年古港

看万象更新，
听乡愁情切，

西

理想天堂

赏阅乡村面貌新画卷，
倾诉砖瓦孕育的年味

北

最美渔村

东南

梦幻山村

西北

沙漠明珠

传播规划

年味传播三部曲

预热造势

上线引爆

延续回味

1月18日-1月24日

1月25日(小年夜)-1月29日(年廿七)

1月30日~2月20日

推广内容

- 集省专联合统一预热
- 预热短片全网分发
- 文旅局Co-Branding品牌海报
- KOC转发并参与家乡年味海报
- 预热KV&专属主题MV短片

- 31省连续5地5天直播
- KOL转发并发布自己家乡的年味
- 朋友圈直播裂变式分享
- 直播预告KV & UGC自传播

- 春节二次引爆
- 专题纪录片#看,我的年味
- 产品植入专属CUT二次传播
- 官方MV & UGC MV
《你我的年味》

二更自媒体矩阵、直播区域自媒体矩阵
生活、情感类微博号
视频媒体

二更自媒体矩阵、直播区域自媒体矩阵
各地文旅局新媒体账号、民俗大咖账号
视频媒体

二更自媒体矩阵
门户媒体
视频媒体

双微一抖、视频号、短信、
掌厅、营业厅等各渠道推广、
站内push、端内专题等

双微一抖、视频号、短信、
掌厅、营业厅等各渠道推广、
站内push、端内专题等

双微一抖、视频号、端内专题

推广渠道

媒体渠道

自有渠道

多平台全阶段节奏性发声，形成系列话题、物料

官方自媒体、KOL、文旅局、联合品牌等在微博、视频号、媒体网站多平台发起年味话题内容，前为漫游直播全网造势，中为直播引流，后为品牌提升口碑，实现跨圈层粉丝覆盖



平台	媒体号	位置	推广内容	发布时间
优酷视频	二更视频	账号内	年味预热片	1月21日
腾讯视频	二更视频	账号内	年味预热片	1月21日
咪咕视频	二更视频	账号内	年味预热片	1月21日
头条视频	二更视频	账号内	年味预热片	1月21日
百度视频	二更视频	账号内	年味预热片	1月21日
爱奇艺视频	二更视频	账号内	年味预热片	1月21日
凤凰视频	二更视频	账号内	年味预热片	1月21日
网易视频	二更视频	账号内	年味预热片	1月21日
qq看点	二更视频	账号内	年味预热片	1月21日
A站	二更视频	账号内	年味预热片	1月21日
企鹅号	二更视频	账号内	年味预热片	1月21日
大鱼号	二更视频	账号内	年味预热片	1月21日
今日头条	二更视频	账号内	年味MV短片	1月23日
腾讯视频	二更视频	账号内	年味MV短片	1月23日
百度视频	二更视频	账号内	年味MV短片	1月23日
咪咕	二更视频	账号内	年味MV短片	1月23日
爱奇艺视频	二更视频	账号内	年味MV短片	1月23日
网易视频	二更视频	账号内	年味MV短片	1月23日
A站	二更视频	账号内	年味MV短片	1月23日
企鹅号	二更视频	账号内	年味MV短片	1月23日
凤凰号	二更视频	账号内	年味MV短片	1月23日
大鱼号	二更视频	账号内	年味MV短片	1月23日
QQ看点	二更视频	账号内	年味MV短片	1月23日
优酷视频	二更视频	账号内	年味MV短片	1月23日



文旅局、KOL倾力传播，联合打造一场内涵丰富的文化直播之旅。



直播预告 | 帐篷下的年味

@° 松阳文旅 2022-01-26 12:30



直播环节软性植入，品牌态度与新春年味文化、各地民俗文化相结合

直播环节以各地过年民俗文化为引子，结合新兴帐篷文化的露营形式，用歌唱、用美食、用文化传承打造多天多地跨越祖国美好山河的沉浸式的体验直播；过程中软性巧妙的融入品牌文化、产品使用场景等。

数字乡村



通信+互联网的优势
积极探索数智化产品在农业的应用
为推动建设数智乡村贡献力量

和彩云



乡亲们热爱拍照分享
但从担心误删手机照片
和彩云网盘自动备份，还不限速

全球通



音视频会员年卡，商超出行福利
尽在全球通星动日
新年邀亲朋好友一起来抽取

移动认证



省去注册填写账密的繁琐
一键登录，加密又安全
各大APP都支持，属实方便

5G快签



远程也能签署电子签名
效率提升，不担心信息泄露

和多号



一个号码多个分身，满足多方面需求
主号副号同时待机在线
还能共享套餐

5G消息



提供智慧助农服务
农户足不出户即可获取农技知识
有效帮助农户减少虫害损失

超级SIM



开启超级sim，必达提醒充当门禁
成为大家的生活小助手



沉浸漫游直播与产品场景化互动植入深度融合，同步上线营销活动助力推广

创新沉浸式美丽乡村年味慢直播，打造连续5天每天3小时直播记录乡村风貌的微综艺，创新沉浸式营销观众在线积极参与，引流福利营销活动，持续深耕定制化场景将产品基因无缝融入。



移动集团矩阵账号同步直播，与业务、倡导强融合

结合国家提出的振兴乡村及集团岁末年初工作会部署，紧扣数字乡村建设主题策划活动，移动矩阵多视频号主动加入直播矩阵，分省积极响应联合宣传。



全阶段精美视频传播，展现祖国山河之美、民俗年味之韵



预热片

<https://www.miguvideo.com/mgs/website/prd/detail.html?cid=721761867>



原创同名主题曲MV

<https://www.163.com/v/video/VWTFR9RKA.html>



回顾视频

<https://www.163.com/v/video/VWVBB2UU5.html>

实现品牌声量、业务转化两大提升

社会性效益 + 经济性效益

通过直播见证5G带动新农村建设的成果，提升目标受众对中国移动一直以来坚定助力乡村建设的态度及成效的感知与认同，让国民持续关注乡村建设。

提升社会影响力！

通过本次直播活动，嵌入业务产品销售、拉新，突出应用场景与产品卖点的结合，巩固用户心智，拉动品牌、销量双提升，实现品效合一。

提升产品销售转化！

2亿+

传播总曝光量

TOTAL EXPOSURE OF PROPAGATION

123万+

直播总观看量

TOTAL LIVE VIEWING

81万+

直播总互动量

TOTAL LIVE INTERACTION

9291万+

微博话题总阅读量

TOTAL READING OF WEIBO TOPICS