

中国联通 CCTV 《专精特新·制造强国》大型融媒体活动

- **品牌名称：**中国联通
- **所属行业：**IT及信息服务类
- **执行时间：**2023.09.07-2024.01.29
- **参选类别：**IP营销类

社会背景

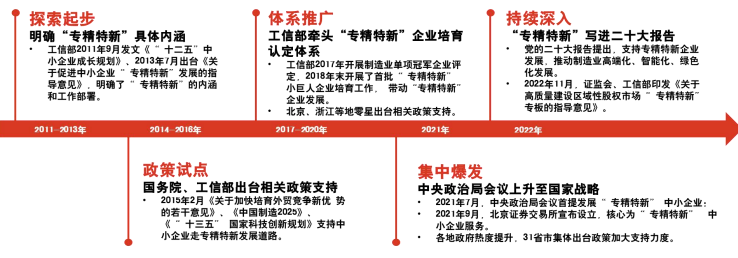
面对实现中华民族伟大复兴的关键时刻，“专精特新”事业上升为国家战略 科技、创新等受到国家及社会各界的重点关注

国家战略高度

2021年上升为国家战略
2022年写进二十大报告

面对中华民族伟大复兴的关键时刻
发展实体经济、专精特新企业成为国策

发展历程：



高规格|受重视

国家领导人高度重视
国家主席致电、国务院副总理出席

国家主席习近平亲自致信祝贺
国务院副总理刘鹤出席并致辞



难得契机

2023年从国际大势到现实情况
“专精特新”继续受到高度重视

大力发展制造业（专精特新）
是未来一段时期内中国最重要的事之一



行业背景

通讯行业作为支持国家发展的重点行业，如何体现企业对国家、社会等各方面的贡献，以及响应国家大政方针与国家同呼吸共命运的品牌悟性至关重要。

A 聚焦核心平台

重点行业侧重品牌公信力打造
三大运营商品牌全部聚焦CCTV

B 抢占核心资源

持续布局国家层面最关注领域
文化、经济、城市发展、乡村振兴等

C 构建品牌调性

聚焦IP合作，打造属于品牌自己的品牌调性
输出或品牌高度、或品牌温度等不同内容

讲自身品牌最需要表达的、说各类受众最关注的、打造品牌“国家性”已成为行业共识

自身背景

中国联通正处于向科技创新型公司加速转型的关键期

**中国联通坚持科技强企，坚定从传统运营商向服务数字经济发展的科技型企业转变
加速向数字科技领军企业迈进**

必须坚持创新驱动，着力提高科技创新力

创新是企业打造核心竞争力和可持续发展能力的根本，是企业从外延式扩张上升为内涵式发展的关键
要始终坚持高水平科技自立自强，加快实现五大主责主业的关键核心技术突破

加速推动数字化能力由“好用”向“全面好用”迈进

让科技创新这个“核心变量”成为中国联通向科技创新型公司转型升级的“最大增量”

跟国家数字技术科技创新重大需求

紧跟数字经济主战场重要环节

紧跟数字技术革命前沿趋势

围绕公司新战略落地实施过程中的
主要瓶颈和重大问题

落实“四个面向”，着力提升中国联通自主创新能力

传播策略

央国企×科技转型×社会责任×国家性

借助央视“专精特新”IP，深度结合品牌特性打造“国家性”品牌印象，提升品牌美誉度与公信力

占位最具公信力和影响力的央媒平台，依托最能引起全社会关注的重点领域借势，
通过最合适的频道和项目，覆盖重点人群向公众传递中国联通为国为民的品牌精神与企业担当，凸显品牌“国家性”。

实现从品牌形象的科技性与国家性双向塑造。

传播亮点

传播⁺ 为中国联通带来立竿见影的传播实效



向上汇报

汇报-沟通高层



向下发声

传播-展示形象



向外拓展

转化-业务推进

传播亮点

五大亮点助力盘活中国联通“专精特新”项目IP传播

权威背书

权威政府部门和央媒背书，有助于进一步提升中国联通品牌的整体形象及公信力。

形象打造

栏目聚焦“专精特新”领域，可直接凸显中国联通在相关领域的付出和成绩。

深度呈现

内容植入，专题栏目的内容时间更长，可深入透彻的向大众展示具体案例成果。

高效传播

线上+线下内容形式多样，电视+网络传播渠道广泛，宣传效果更佳。

实效转化

通过多维度展示中国联通发力“专精特新”领域建设，展示中国联通企业实力和产品创新能力，吸引更多潜在合作企业。

高效执行—覆盖项目全阶段，打造线上线下、品牌内容多维IP传播体系

阶段 1

“专精特新”企业探访和展播
企业探访+央视展播

2023年7月-2023年12月

- 1、播出时间：2023年7月至12月
- 2、播出栏目：CCTV-2《第一时间》、《天下财经》、《经济信息联播》
- 3、播出内容：探访百家企业，展现“专精特新”绝活、高人



阶段 2

城市高峰论坛
线下论坛+线上报道

2023年7月-2023年12月

- 1、播出平台及栏目：CCTV2 晚黄金时段
- 2、召开时间：2023年7至12月
- 3、举办地点：浙江、江苏、安徽、湖北、广东
- 4、参加人员：政府官员、学者、当地“专精特新”企业代表
- 5、活动内容：《专精特新·制造强国》主题发展大会



阶段 3

“专精特新·制造强国”
年度盛典

2024年1月

- 1、播出平台及栏目：CCTV2 晚黄金时段
- 2、召开时间：2024年1月
- 3、活动地点：北京
- 4、参加人员：政府官员、学者、“专精特新”企业代表



高效执行—阶段1：央媒占位 | IP身份打造

中国联通IP合作身份：《专精特新·制造强国》大型融媒体活动金融行业助力伙伴

在中国最具影响力和公信力的
媒体平台上，
打造具有“国家性”意义的品
牌IP形象。



高效执行—阶段1：内容植入 | 凸显中国联通的科技性和社会责任感

中国联通内容植入合作：中国联通旗下5家专精特新企业登录央视展现良好品牌形象

通过结合“专精特新”IP项目内容植入，展示了中国联通作为数字信息基础设施运营服务国家队，在5G网络领域取得了显著成果的同时，更致力于用数字化技术构建智慧交通与未来城市的紧密连接。通过持续创新和深入合作，中国联通将助力无人驾驶技术的推广和应用，为我国的交通出行带来更加便捷、高效的解决方案，推动智慧交通行业的快速发展。



高效执行—阶段1：内容植入 | 凸显中国联通的科技性和社会责任感

中国联通内容植入合作：中国联通旗下5家专精特新企业登录央视展现良好品牌形象

通过结合“专精特新”IP项目内容植入，让观众看到中国联通在为千行百业注入数据动能、助推数字经济高质量发展之路上，中国联通智慧足迹已深耕多年。更了解到了几行代码背后是深度计算，几条数据背后是日积月累，用高效的算法积累精准的数据，用精准的数据丰富现实的世界。

旗下
5家
专精特新企业



高效执行—阶段1：内容植入 | 凸显中国联通的科技性和社会责任感

中国联通内容植入合作：中国联通旗下5家专精特新企业登录央视展现良好品牌形象

通过结合“专精特新”IP项目内容植入，彰显了在新时代新征程的环境下，中国联通响应工业互联网新的使命和要求，云镝作为中国联通服务于中小制造企业数字化转型的专业子公司，通过“智镝”企业数字化转型一站式工具箱，实现全要素、全产业链、全价值链全面互联，不断释放数据要素价值，为新型工业化提供全面支撑。



旗下
5家
专精特新企业

高效执行—阶段1：内容植入 | 凸显中国联通的科技性和社会责任感

中国联通内容植入合作：中国联通旗下5家专精特新企业登录央视展现良好品牌形象

通过结合“专精特新”IP项目内容植入，看到的是中国联通聚焦中国现代化建设、城市发展的辛勤付出与成就，旗下企业联通云粒作为中国智慧城市数智化建设者，致力于凭借人工智能、大数据、物联网等创新技术赋能城市数字化转型市场。通过技术创新和产品研发，为城市构筑智能未来。

旗下

5家

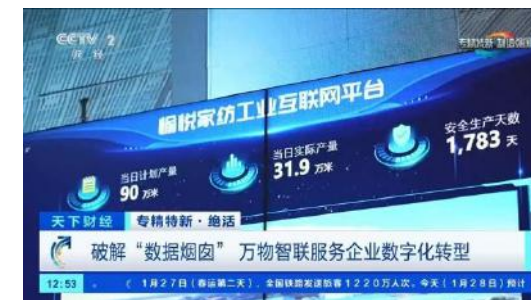
专精特新企业



高效执行—阶段1：内容植入 | 凸显中国联通的科技性和社会责任感

中国联通内容植入合作：中国联通旗下5家专精特新企业登录央视展现良好品牌形象

通过结合“专精特新”IP项目内容植入，通过丰富案例展示，让观众认识到了一个以科技为核心竞争力的中国联通，未来，中国联通将进一步释放 5G、物联网等新一代信息技术价值，引领全面服务企业数字化转型，构建起数字技术与制造行业双向奔赴的创新格局，持续为中国新型工业化发展注入强劲动力，为全面推进中国式现代化作出更大贡献。



高效执行—阶段1：内容植入 | 凸显中国联通的科技性和社会责任感

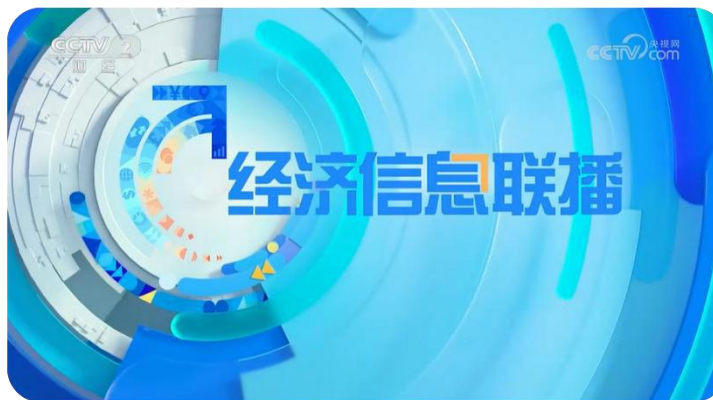
中国联通内容植入合作：中国联通旗下5家专精特新企业登录央视展现良好品牌形象



登录CCTV

4档

优质栏目



高效执行—阶段2：城市论坛-打通线上线下传播，IP影响力进一步扩大

中国联通城市论坛独家冠名：打造线下线上传播大事件，多维度盘活IP价值传播

2场线下城市大会独家冠名



高效执行—阶段2：城市论坛-打通线上线下传播，IP影响力进一步扩大

中国联通城市论坛独家冠名：打造线下线上传播大事件，多维度盘活IP价值传播

线上CCTV大屏呈现



高效执行—阶段2：城市论坛-打通线上线下载传播，IP影响力进一步扩大

中国联通城市论坛独家冠名：打造线下线上传播大事件，多维度盘活IP价值传播

中国联通企业领导线下参会-线上呈现



高效执行—阶段2：城市论坛-打通线上线下载传播，IP影响力进一步扩大

中国联通城市论坛独家冠名：打造线下线上传播大事件，多维度盘活IP价值传播

中国联通线下各环节参与-呈现

含企业元素展架、展牌、灯箱、企业嘉宾参会等



大会签到台-摆放并分发企业宣传手册



高效执行—阶段2：城市论坛-打通线上线下载传播，IP影响力进一步扩大

中国联通城市论坛独家冠名：打造线下线上传播大事件，多维度盘活IP价值传播

央视栏目报告中关于发展大会相关报道资讯呈现中国联通品牌元素

发展大会相关新闻资讯报道



发展大会中国联通品牌元素呈现

《经济信息联播》栏目内



《第一时间》栏目内



《天下财经》栏目内



高效执行—阶段3：年度盛典-高峰展示，大IP彰显品牌调性

中国联通年度盛典深度合作：借势项目影响力，依托国家各级重点关照形成爆点传播

年度盛典独家冠名、深度参与



高效执行—阶段3：年度盛典-高峰展示，大IP彰显品牌调性

中国联通年度盛典深度合作：借势项目影响力，依托国家各级重点关照形成IP爆点传播

年度盛典独家冠名、深度参与



高效执行—阶段3：年度盛典-高峰展示，大IP彰显品牌调性

中国联通年度盛典深度合作：借势项目影响力，依托国家各级重点关照形成IP爆点传播

年度盛典独家冠名、深度参与



营销效果—IP展播×内容合作

项目执行效果总结

超**1.2亿**

覆盖人口

超**8.3亿**

触达人次

- 项目累计覆盖全国超1.2亿人口，累计触达超8.3亿人次，平均暴露频次为6.7次/人，看过广告3次以上得人口数量约为5941万人，精准触达高端品质人群，效果优异。

亮点

央视新媒体矩阵分发



央视频

央视网
CCTV.com

央财经，央视影音，央视频等同步报道电视端相关内容资讯，多媒融合助力中国邮政储蓄银行品牌传播最大化。

营销效果—城市大会×年度盛典

大屏

垂直化、立体化、多层次
报道中国联通冠名发展大会

- ① 大会录制当晚新闻资讯植入
- ② 中国联通丰富权益露出
- ③ CCTV黄金时段播出

小屏

时效性强、平台多、
中国联通优质内容放大传播

- ① 大会高清视频及照片等分发助力品牌二次宣发
- ② 央媒新媒体央视频，央视影音，央视网等同步报道发展大会相关资讯，展示中国联通品牌形象

线下

为中国联通
提供高品质展示通道

- ① 大会现场联合logo展架摆放
- ② 大会签到台中国联通立牌摆放
- ③ 主持人现场口播冠名录制
- ④ 中国联通宣传手册及手提袋发放
- ⑤ 中国联通企业领导大会发言
- ⑥ 中国联通企业领导大会互动

中国联通冠名苏州场城市大会，累计触达受众1602万人次。

中国联通冠名东莞场城市大会，累计触达受众1238万人次。

中国联通冠名《专精特新·制造强国》年度盛典，累计触达受众3792人次。