

中国联通



- **所属行业：**电信通讯
- **参选类别：**数字营销最具影响力品牌

- 品牌市场定位、目标人群、行业地位及近1-2年发展状况等。

- **一、品牌市场定位**

以"双冬奥企业"为战略支点，形成"国家战略级通信服务商+智慧云服务领航者"双轮驱动定位。通过服务国家级冰雪赛事构建"数字基建国家队"形象，强化"技术硬实力+国企责任感"的双重属性，在5G+智慧体育赛道建立差异化优势。

- **二、目标人群分层**

- 核心圈层：冰雪运动爱好者（18-35岁年轻群体）、赛事相关政企机构
- 延伸圈层：数字化转型中的政府/企业客户（云服务需求方）
- 泛化圈层：关注国家重大事件的全民受众，特别覆盖东北区域及冰雪旅游人群
- 国际触达：借助亚冬会辐射东北亚地区国际合作伙伴及入境游客

- **三、行业地位现状**

- 1、运营商梯队：稳居国内通信行业前三甲
- 2、云服务领域：跻身中国公有云市场前五，政务云市场份额保持TOP3
- 3、产业数字化：工业互联网标识解析节点部署量居行业首位

- 品牌在数字营销领域的影响力表现及突出成绩（仅参选“数字营销最具影响力品牌”奖项填写）。

- **核心优势总结**

- 中国联通通过**"国家级IP×技术创新×生态协同"***三位一体数字营销战略，成功实现：
- 从**通信服务商**向**数字场景运营商**的转型升级
- 在冰雪经济赛道建立**技术标准制定者**地位
- 通过社会责任营销重构**央企品牌温度感知**

这种以硬科技为支撑、以国家战略为载体的营销模式，正在重塑通信行业的数字化营销范式。

国家级IP营销标杆打造

- **赛事IP深度绑定**

- 连续服务北京冬奥会、哈尔滨亚冬会两大国际赛事，首创“双奥营销”模式，成为国内首个实现“冰雪赛事+数字基建”双线传播的通信品牌

- **内容营销创新突破**

- 在微博打造现象级宣传片《以梦之名》，通过“运动员训练数据可视化+通信技术具象化”叙事，
- 开发“5G+XR虚拟滑雪互动”H5，用户参与量突破**3200万人次**，转化冰雪运动套餐用户超**87万**

- 品牌传播及营销背景介绍，行业发展背景，面临的营销困境及挑战等。

- **营销背景：**

随着2022年北京冬奥会的成功举办，中国冰雪运动迎来了前所未有的发展机遇。冰雪产业迅速崛起，成为推动经济和社会发展的新动力。2025年，第九届亚洲冬季运动会（亚冬会）在哈尔滨举行，这是继北京冬奥会后，中国举办的又一重大综合性国际冰雪盛会。哈尔滨因此成为“双亚冬之城”，而中国联通也凭借连续服务冬奥会和亚冬会，成为“双冬奥企业”。

- **面临的营销困境及挑战：**

- 冰雪运动在中国蓬勃发展，如何在这一新兴市场中巩固并提升中国联通的品牌形象？
- 如何通过定制宣传片，在重点体现中国联通“双冬奥企业”身份的同时，侧面展现中国联通的品牌魅力和技术实力？
- 2025年哈尔滨亚冬会到来之际，中国联通希望打造一条定制宣传片视频，并伴随视频完成线上及线下的品牌运营传播。为此，我们精心策划了《以梦之名》为主题的品牌内容营销方向，旨在通过富有家国情怀与企业责任并行的画面和文案，提升品牌知名度和美誉度，强化其作为“官方通信及云服务合作伙伴”的形象，同时体现出中国联通的品牌硬实力和国企责任感。

2.3

深化品牌理念感知-亚冬会宣传



三年转瞬，第九届亚洲冬季运动会即将在冰城哈尔滨召开
这是继北京冬奥会后我国举办的又一重大综合性国际冰雪盛会
哈尔滨成为“双亚冬之城”，中国联通也将成为“双冬奥企业”

《魅力亚冬 联通心梦》

[点此查看视频创意](#)

打造中国联通亚冬会宣传片，讲述中国联通的“冰雪奇缘”

【官方身份】

官方通信及云服务合作伙伴

【创新实力】

提供“联接+感知+计算+智能+安全”的智算一体化云服务

【重保能力】

全程网络保障、5G和信息化支撑、高品质服务

【央企责任】

助力体育强国，助力冰雪产业发展，展现大国央企的担当责任

- 提炼本案的策略及创意亮点。
- **消费心理洞察：**消费者在选择通信服务时，除了关注价格和质量外，还越来越注重品牌的知名度和美誉度。中国联通通过亚冬会宣传片项目，展现其作为官方合作伙伴的权威性和专业性，同时传递出品牌对冰雪运动文化的热爱和支持，从而赢得消费者的认可和信赖。
- **产品优势提炼：**中国联通提供“联接+感知+计算+智能+安全”的智算一体化云服务，具备强大的技术实力和创新能力。在亚冬会期间，中国联通将利用这些优势为赛事提供全程网络保障、5G和信息化支撑等高品质服务，确保赛事的顺利进行。
- **营销方式创新：**中国联通与新浪新闻合作，共同推出亚冬会宣传片项目。宣传片以“一条红丝带串联全场景”为核心创意，并采用CG特效技术来描绘红丝带，通过展现中国联通在冬奥会、亚冬会等重大赛事中的技术实力和服务优势，以及联通人在恶劣环境下的奋斗精神，传递出中国联通的品牌理念和价值观。同时，宣传片还将结合线上线下多种营销方式，包括社交媒体推广、线下活动互动等，形成全方位的营销传播效果。

- 平台选择：** 新浪新闻作为国内知名的新闻资讯平台，拥有庞大的用户群体和强大的传播能力。中国联通选择与新浪新闻合作，能够借助其平台优势，实现品牌传播的最大化。同时，中国联通在宣传片中融入了创新理念和技术元素，如IPv6+、5G-A低空通感技术等，展现了品牌在科技创新方面的领先地位。



置顶



中国联通

01月21日 14:00 来自 微博视频号

相约亚冬盛会，再续冰雪情缘。作为哈尔滨2025年第九届亚冬会官方通信及云服务合作伙伴，中国联通以万兆光网护航亚冬，以科技创新力点亮亚冬，汇聚联通力量，奔赴时代之约，扬帆向新同行！#魅力亚冬联通心梦# #联通双万兆护航亚冬# 中国联通的微博视频



- 分阶段描述策略与创意的落地执行，媒介的优化组合。
- **视频创意及策略：**视频用一条红丝带串联全场景，它象征着联通中国结，象征着联通精神。其中红丝带使用CG特效技术体现，赋予视频更高级的观感及科技感。红丝带引领用户看中国联通与冰雪盛会的渊源与成就，通过画面展现中国联通在冬奥会、亚冬会等重大赛事中的技术实力和服务优势，以及联通人在恶劣环境下的奋斗精神；最终汇聚成联通中国结，传递出中国联通的品牌理念和价值观。



- 分阶段描述策略与创意的落地执行，媒介的优化组合。
- 传播：**线上传播话题词为：**#魅力亚冬联通心梦# #联通双万兆护航亚冬#**，除了在新浪微博等社交媒体平台投放外，还结合线下活动、传统媒体等多种渠道进行传播，形成全方位的营销矩阵。



新浪视频

2-8 10:38 来自 微博视频号

亚冬会的号角正式吹响，中国**联通**作为哈尔滨2025年第九届亚冬会官方通信及服务合作伙伴，以智慧科技守护每一份热爱，串联起每一个高光瞬间，让精彩时刻在线。戳视频↓观看中国**联通**全新宣传片《以梦之名》，感受**联通**赋能下，带来的非凡冰雪体验！**#魅力亚冬联通心梦# #联通双万兆护航亚冬#** ... 展开



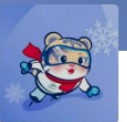
#联通双万兆护航亚冬#

分享

申请主持人

阅读量1312.2万 讨论量21.5万 详情>

导语：中国联通贯彻融合创新战略，以最饱满的热情高水平推进亚冬网络保障，以双万兆精品网络护航亚冬，让大众体验到5G-A、F5G-A带来的速度与激情。



#魅力亚冬联通心梦#

分享

申请主持人

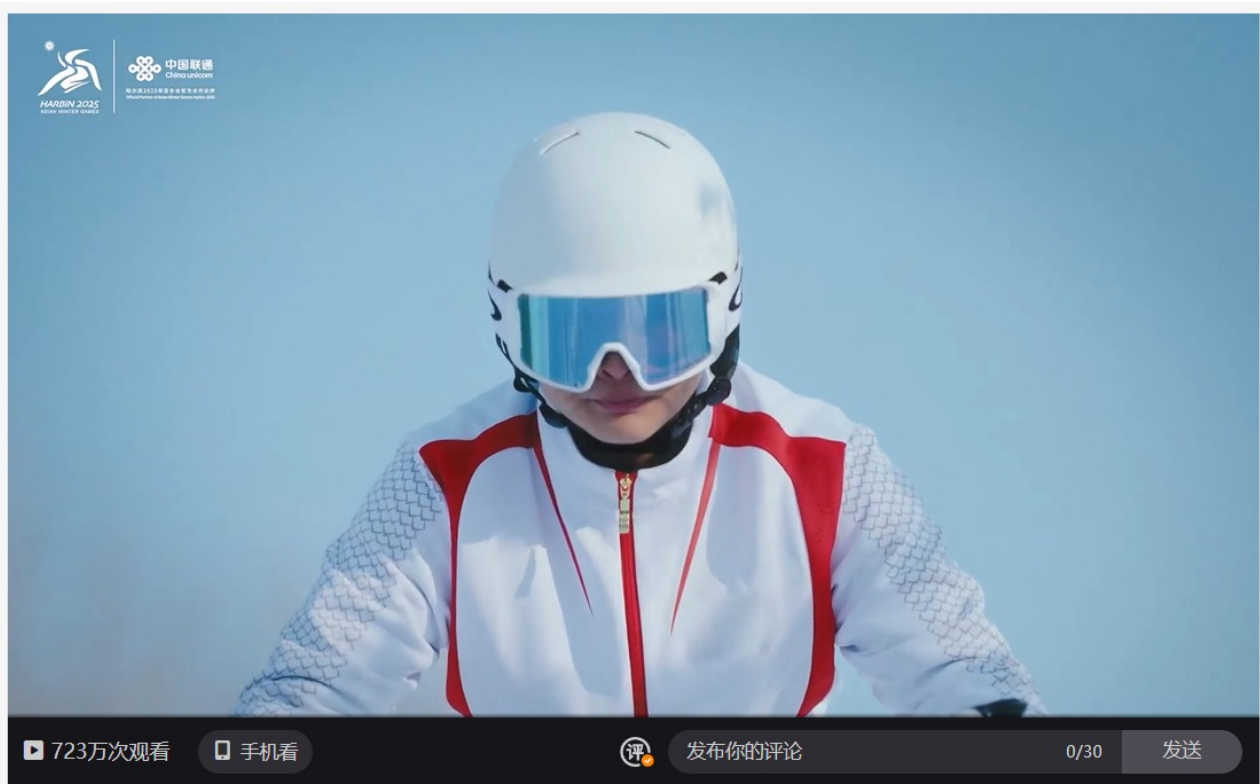
阅读量1.3亿 讨论量92.6万 详情>

导语：中国联通以国际领先的技术能力，全力打造“云上亚冬、科技亚冬、智能亚冬、绿色亚冬、数字亚冬、安全亚冬”，以“智慧办赛、智慧参赛、智慧观赛、智慧助赛”，助力呈现一场展现“亚洲风采、中国气派、龙江特色、冰城魅力”的亚冬盛会。

- 营销活动的具体效果及相关数据，以及来自广告主、业界专家、媒体、受众的反馈与点评等；
- 数据真实、准确，建议注明来源，如有不便对外公开的数据或内容，请做脱敏处理。

数据表现：TVC上线后，短时间内获得大量转发、点赞及评论，品牌曝光度显著提升。

- **视频总播放量：723万+**
- **话题总阅读量：1.3亿+**
- **话题总互动量92万+**
- **引爆话题：2个**
- **市场反馈：**亚冬会宣传片项目发布后，迅速引发了公众的广泛关注和热议。宣传片通过新浪新闻等平台的传播，实现了亿万级别的曝光量，有效提升了中国联通的品牌知名度和美誉度。同时，宣传片中的创新元素和CG技术实力也赢得了业界专家和消费者的广泛赞誉。
- **客户评价：**对视频的创意及拍摄、特效制作水平给予高度评价，认为其为电信通讯的品牌营销树立了新的标杆。



以梦之名

723万次观看 · 13天前 · 发布于 北京

1,622 1,514 666



我只想改个名字咋就这么难 🙄:感受联通带来的美好体验 这也太接地气了

25-2-8 11:12 来自黑龙江



李李李李最可爱 🙄:以智慧科技守护一份热爱 串起每一个高光瞬间

25-2-8 11:11 来自黑龙江



小李小李最了不起 🙄:联通带来的非凡美好的冰雪体验

25-2-8 11:09 来自黑龙江



海绵宝宝的大方裤 🙄:好有能量的短片，中国队加油

25-2-8 11:08 来自贵州



善良诚实的小姐姐 🙄:不愧是大联通，就这么给力

25-2-8 11:08 来自湖南



吃个团团吧 🙄:这样的宣传片真的是非常的优秀，很值得大家去看

25-2-8 11:07 来自安徽



小荷才露xxl 🙄:感受到了滑雪的浪漫

25-2-8 11:07 来自山东



揪小源肥脸 🙄:这才是视觉盛宴

25-2-8 11:07 来自山东



糖炒栗子xixi- 🙄:宣传片拍的好，有意义呀

25-2-8 11:07 来自山东