

中国移动x快手 《巴黎早上好》 「奥运移早就知道」

- **品牌名称：**中国移动
- **所属行业：**通信运营商
- **执行时间：**2024.07.27-08.13
- **参选类别：**体育+数字营销类

背景：积蓄已久的奥运热情，用户想要的~~不止~~比赛本身

从家门口拉回世界赛事 2024巴黎奥运期待值拉满

2022年北京冬奥



2023年杭州亚运会



2023年成都大运会



巴黎奥会将会延续历史奥运的观赛热度

» 历届及2024年巴黎奥运会观赛渗透率 «



65%

历史奥运会观看渗透率

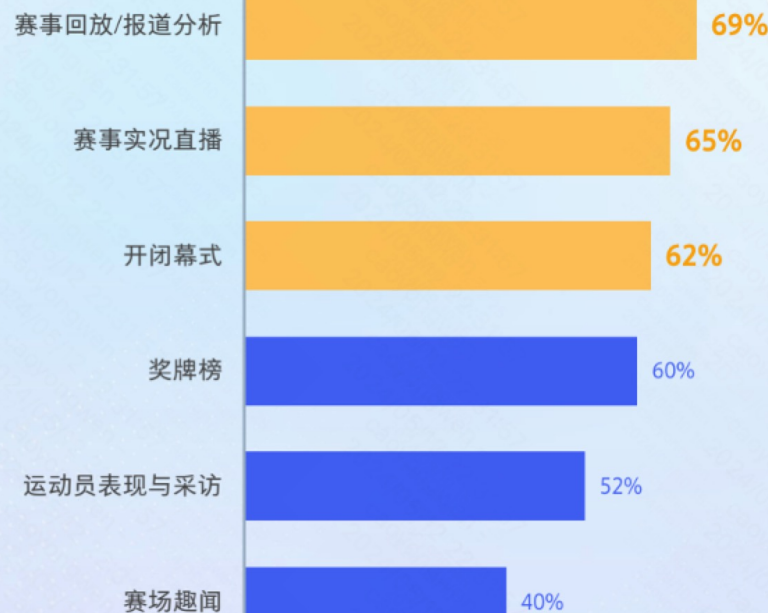


62%

2024年巴黎奥运会观看意愿

用户享受即时报道分析，享受赛事以外，情绪价值也要加满

体育内容消费人群的内容形式偏好



用户体育赛事及 相关内容观看原因占比

70% 63%
享受赛事 归属感

50% 63%
追随偶像 新奇探索

目标：在巴黎奥运会期间打造 “AI看奥运 用中国移动” 品牌认同

1 场景营销诉求

中国移动「奥运赛事出海」
&「国内极速观赛及资讯
获取」场景营销需求

2 产品营销诉求

**AI看奥运
用中国移动**

3 品牌营销诉求

延续中国移动在快手上持续深耕的创新体育营销势能，通过偶像加码链接更多圈层，通过冠军互动点燃用户民族自豪感，实现国民品牌概念挂靠

策略：中国移动x快手《巴黎早上好》 「奥运热点1 + N」 搭载奥运热点资讯出发，实现多维度场景化传播攻势

以「奥运热点 + 明星」、「奥运热点 + 全民参与」、「奥运热点 + 产品绑定」、「奥运热点 + 热梗追击」组成「奥运热点1 + N」战略



洞悉奥运出海痛点，搭载奥运资讯爆点明星&话题，中国移动17*24全周期不间断持续占屏互动

执行：「奥运热点1 + N」 搭载奥运热点资讯出发，实现多维度场景化传播攻势

1+N

奥运热点 + 明星



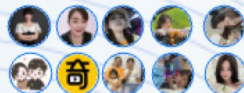
17期，每期1-2位明星/冠军运动员，覆盖影视、主持人、运动员等多元领域，以不同方式与中国移动产品深度互动



1+N

奥运热点 + 全民参与

#巴黎早上好#相信在移起的力量
邀请全网用户为奥运健儿打call
官方媒体 x 站内优质达人 联合发声



1+N

奥运热点 + 产品绑定

千兆宽带—居家看比赛，“高清、流畅”体验
全球通—出境权益，无忧观赛
观赛包（大小屏观赛包 | 大湾区观赛包）—观赛专属流量，省钱省心
移动高清—AI看奥运，用中国移动

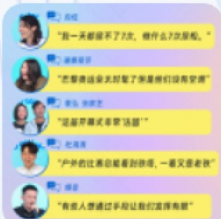
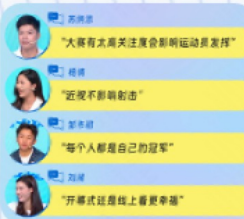
每日奥运
热点资讯

7月27日—8月12日

1+N

奥运热点 + 热梗追击

奥运赛事热点分析x观点输出
明星x热梗 追击每日热搜



品牌核心
传播点

AI看奥运
用中国移动

场景营
销诉求

中国移动「奥运赛事出海」
&「国内极速观赛及资讯获取」场景营销需求



植入有深度



内容有热度



传播有广度



效果：一场全赛事热点、多区域互动传播、深产品绑定的品牌体娱营销

