

《网聚热AI，联通精彩》中国联通奥运创新营销

- **品牌名称：**中国联通
- **所属行业：**运营商
- **执行时间：**2024.07.27-08.11
- **参选类别：**体育+数字营销类

2024，巴黎时隔100年再次迎来奥运会

2024，也是中法建交60周年，奥运从北京到巴黎，共同向未来，意义非凡

近些年中国体育力量的崛起，也让国民民族荣誉感爆发，各大体育赛事的关注度上升

各大品将乘势而上，加入奥运体育营销红海之争，争夺战一触即发

中国联通作为北京2022年冬奥会和冬残奥会唯一官方通信服务合作伙伴，及现任中国奥委会合作伙伴，应延续体育基因，借助本次奥运盛事关注，渗透中国联通奥运品质网络，及强化科技创新上的用户认知



巧妙结合场景
高效链接用户

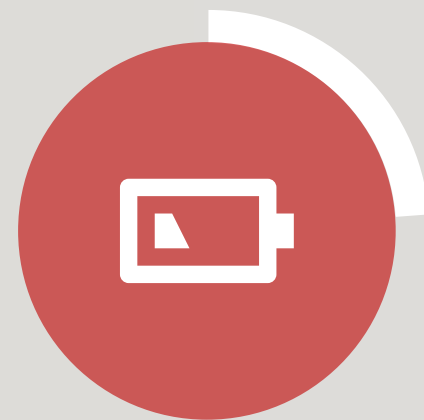
业务体验

挖掘奥运赛事优势关注点，结合中国联通自身业务特点，打造新颖的互动形式，通过体验引发大众对核心业务的广泛关注，提升业务认知及认同

利用巴黎奥运会高关注，展现品牌科技创新方面的硬核实力，同时强化奥委会合作伙伴身份，突围友商在奥运营销上的制衡，夯实品牌行业地位

品牌实力

短期高强热度
快速积累势能



友商-拼不过

中国移动与中央广播电视总台
达成战略合作
中国移动咪咕成为巴黎奥运会
持续转播商

营销-竞争多

奥运战役早在倒计时100已开
启，包含伊利、蒙牛、安踏、
宝洁、霸王茶姬等各级、各类
赞助商超过100家

自身-权益弱

仅为奥组委合作伙伴
无中国运动队及运动员相关权
益
无奥运会相关媒体战略合作

奥运营销极具挑战

营销不忘初心

精细评估多而杂的奥运触点及内容，不盲目追风，也不放过流量势能
聚焦品牌核心切入点，借势赛事渗透
让营销触点与营销内容形成“合力”，为品牌传递出清晰、一致的价值



找准切入点

区隔友商在转播观赛发力，结合政策、趋势及品牌发展，聚焦品牌差异化优势，打造本次奥运营销宣传核心点

创新营销点

一样的精彩，不一样的展现，挖掘符合品牌切入点的传播形式及手段，同时增强体验，更好的让用户提升认知及感知

搭载共情点

抓准奥运期间用户最集中的阵地，借势用户最关注的内容，流量+共情，最大化提升传播效率

1

寻找品牌焦点

AI

策略洞察 及分析

国家政策

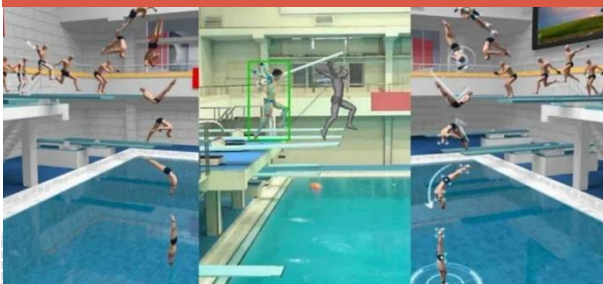
全国两会提出“人工智能+”行动



5G提供了算力网络“高运力”，给AI的“高智力”提供肥沃土壤，从而“智能原生”出更多的应用，可以立体多面地给实体经济赋能，打造具有国际竞争力的数字产业集群

奥运趋势

国际奥委会发布《奥林匹克AI议程》



赛前训练：AI辅助训练、VR模拟接力
远程观赛：云计算，AI大模型后方辅助
赛中判罚：AI检测兴奋剂，足球植入智能芯片
赛中安保：机器狗排爆，AI防网暴

品牌发展

加速AI新篇章，引领行业创新



在数字化转型的浪潮中，中国联通发布了“AI+数智创新”行动计划，旨在通过“AI+4+X”产品新策略加速AI技术的商业化进程，为行业探索出一条切实可行的AI变现路径

2

寻找观赛焦点

平台

策略洞察 及分析

直播源头

央视融媒体

全量赛事转播、精细内容和创新智能体验



巴黎奥运会期间，央视频呈现了包括开闭幕式、**32个大项7294**场比赛直播，每天直播量超**180**小时，带用户体验全天候、无时差的“巴黎时间”，央视频日活用户数一直超越其他平权新媒体转播商，成为观看用户量最大的客户端

全民讨论

微博

话题阅读量刷新纪录，讨论热度全程处于高位

46.99%
内容分享平台
了解巴黎奥运会赛事



63.74%的网民会选择通过短视频平台来了解巴黎奥运会赛事，此外内容分享平台与社交平台占比也较高
2024年巴黎奥运会期间，五大社交媒体平台奥运相关话题总互动量超过40亿，微博热度最高，互动量接近**17亿**。

3

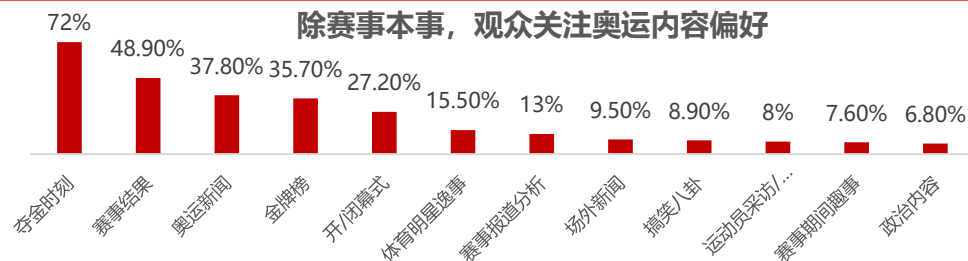
寻找用户焦点

情绪

策略洞察
及分析

关注内容

用户通过不同媒介渠道，多时间多触点碎片化参与赛事



观众不局限于关注奥运某一类内容，而是期望对奥运整体进程有所了解，对**夺金时刻**的关注度最高，占据72%的比例，彰显出体育赛事中胜利光环所激发的广泛社会共鸣与深切情感共鸣。

热议内容

精彩赛事接连爆热点+运动员表现优异热梗不断



奥运会期间运动员受到了网友的更多关注，网友们通过热搜话题，以及运动员的微博等了解到更多体育项目，也对运动员在赛场外的更多动态、心态变化等了解更为深入。热搜类型除了赛事热点类，还有科普类、讨论类、情绪类等。

精

科技赋能,精准差异

精准挖掘联通AI技术为传播核心
为品牌营销注入创意+科技基因
让用户耳目一新
建立与友商区隔壁垒

气

巧用流量,网聚人气

赛事直播流源头及热议阵地覆盖
用户高关注共情内容搭载
“最短路径”高效触达
在影响力和覆盖力上
让品牌快速积累流量势能

神

共创提神,突围竞争

与核心媒体开展内容共创
将联通AI技术深度融合赛事内容
让品牌=媒介
成为用户感受赛场的媒介
弥补身份缺失,突围友商转播制衡

当AI遇上奥运, 品牌更好的成为用户与赛场的媒介
凝聚“精-气-神”, 打造含AI量很高的奥运新营销

项目执行 亮点

央视总台顶级赛事长红节目内容共创 质感和智感“双管齐下”



直播流 矩阵

央视融媒体矩阵独家直播矩阵观
赛“主阵地”



【移动】央视频/央视影音

【PC】央视网/央视影音CBOX

【OTT】央视频TV版

大屏、中屏、小屏三端全覆盖
紧跟黄金赛事直播实况
比赛绑定强关注

巧用品 牌资产

719中国联通全新推出吉祥物
「通通」变身AI主持人

借奥运超高流量，出道即巅峰
陪伴用户赛事全程
灵动品牌形象加深好感及记忆



内容链 接用户

大赛必备“陪看硬菜”《大咖陪你看》
AI赋能升级传统板块，提升观赛体验



夺牌+运动员高光流量及大众高涨
情绪，为联通AI技术背书，快速提
升认知及好感度

项目执行 亮点

央视总台顶级赛事长红节目内容共创 质感和智感“双管齐下”



多元AI产品



进入由**联通AI**技术特别支持的金牌回顾板块，**联通AI**，**因热AI**闪耀，为**热AI**前行！

联通视频彩铃，**AI全新功能**，打造赛场氛围彩铃，一键点燃来电时刻。

用**联通超清**，探索全新观赛体验。**AI个性化智能推荐**，最懂你的观看需求

版块共创



放大大众情绪

借势夺牌运动员

夺金回顾
AI闪耀瞬间海报

联通荣耀瞬间

联通奥运健儿

中国联通成为内容“出版人”，双层流量搭载的内容共创
内容为大众提供更好追赛体验，丝滑融入大众观赛路径

视频链接

<https://www.xinpianchang.com/a13276388>

联通AI技术助力内容生成





项目执行 亮点

「技术+数据+社交」组合玩法 「AI助手」服务联动用户观赛及社交体验

围剿 泛流量

流量庞大的泛体育受众碎片化参与赛事
赛事“热议场”



16.98亿全网互动量
4790亿话题阅读量
4.16亿全网发博量

社交平台强互动点燃大众热情
持续新流量辅助中国联通打完奥运
“全场”

AI追 更奥运

AI「陪看」打破传统观赛习惯
更懂用户+更个性化=更爽追奥运
联通AI技术赋能微博+新浪大数据
共创联通AI观赛助手
不熬夜、不错过热点、随时看
硬控观众追更奥运



社交裂 变反哺

大众多元观赛嗨点，撬动圈层流量
为联通AI注入更多裂变式曝光



一键发博激发社交裂变
微博S级话题流量反哺应用



项目执行 亮点

「技术+数据+社交」组合玩法 「AI助手」服务联动用户观赛及社交体验

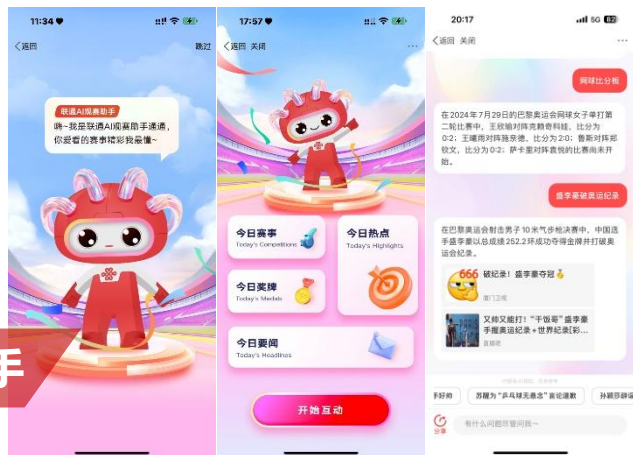
双端奥运专题首页入口

联通AI观赛助手



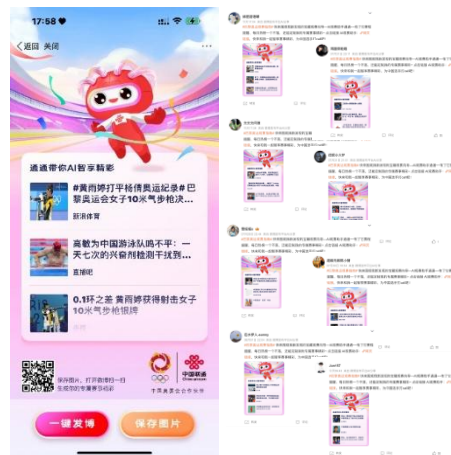
微博+新浪新闻双端打通
奥运专题首页

「联通AI观赛助手」入口
超级流量展现联通AI实力



中国联通AI技术赋能大数据
共创智能又专业的观赛搭子
热点+新闻+知识+个性化提问
图文+视频+AI整理智能回答

借势社交裂变叠加流量buff
搭载微博奥运S级话题
为AI观赛助手层层反哺流量



49个
夺牌运动员
高关注流量

节目全程覆盖
近50场
黄金比赛

央视融媒体矩阵
《联通热AI时刻》共创版块
8.25亿播放量

微博+新浪新闻双端
「联通AI观赛助手」共创应用
1137万应用使用量
13.9万余次转发互动

搭载话题
1.2亿
阅读量

双端奥运专题
应用入口
8.9亿曝光

巧借观赛、议赛核心阵地流量制胜奥运营销
将联通AI技术及产品短时间爆发式传播
有效与友商形成营销差异
同时在费用有限的前提下突围绝大部分奥运营销竞争

项目报奖阐述

中国联通作为北京2022年冬奥会和冬残奥会唯一官方通信服务合作伙伴，及现任中国奥委会合作伙伴在这四年一届的体育盛会，自然不可缺席面对友商制衡、竞争激烈、费用受限等多方面挑战固守旧思维的营销，看不到明天的太阳但也不可盲目追风，唯有懂得借力，顺势而为，才能打赢这场奥运营销

新视角下，挖掘品牌核心，差异竞争

友商高价获转播权，重金大而全的传播奥运，中国联通聚焦科技创新核心竞争力-AI新技术新趋势，打造为本次奥运营销发力点，建立与友商壁垒，钱花在刀刃上提升营销效率

新营销下，分析媒介与用户，与顶流为伍

奥运一是看及时，直播源头媒体央视融媒体，自带无延时观赛的体验和最大的观赛流量，二是聊共情，00后的运动员和观众，社交阵地自是崛起的流量场，费用受限更应利用好顶流，制衡友商的同时，也突围了众多奥运营销品牌，一石二鸟

新技术下，AI链接赛场，提升体验

站在用户观赛及体验角度，与顶流媒体共创内容与应用，用户最爱看的、最燃情的、个性化需求的、一站式观赛的，AI赋能解决，让传统内容展现更鲜活，让用户观赛更丰富，中国联通巧妙的融入到用户追奥运的链路中