

【家的两种打开方式】中国移动宅家系列微综艺营销

- **品牌名称：**中国移动
- **所属行业：**通讯业
- **执行时间：**2025.10.04-12.27
- **参选类别：**视频节目合作类

案例视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

《移唱三和》话题链接 (可见所有视频)

<http://s.weibo.com/weibo?q=%23%E5%AE%B6%E7%9A%84%E6%84%8F%E4%B9%89%E5%9C%A8%E6%AD%A4%E5%88%BB%E5%85%B7%E8%B1%A1%E5%8C%96%23>

《重新认识你》话题链接 (可见所有视频)

<http://s.weibo.com/weibo?q=%23%E5%9C%A8%E5%AE%A0%E7%89%A9%E7%9A%84%E7%9C%BC%E4%B8%AD%E9%87%8D%E6%96%B0%E8%AE%A4%E8%AF%86%E4%BD%A0%23>

创意中插视频

<https://j7y2rftk61.feishu.cn/wiki/Mxrjwvdnfi5JDNkzFvqcwtXongk>

项目背景

品牌角色进化



由【通讯运营商】



提供通话、流量等通讯服务

变为【数智生活陪伴者】



覆盖衣、食、住、行.....服务生活全场景

为大众提供全新智慧生活方式



项目背景

年轻人成为新的「家庭主理人」

年轻一代主导家庭消费超 **60%**
并在汽车、家电等大额消费中
拥有绝对话语权

——贝恩X凯度《中国购物者报告》

智能家电，正成为
年轻人的下一代「赛博宠物」

76%家装决策由90/95后主导，
愿意为智能、颜值、舒适等提升家
庭生活品质的商品买单

——好好住《中国家居消费趋势报告》



18-35岁受访者中，**83%**选择
自己或配偶做新年主理人，负责年
货采购、年夜饭、节日氛围营造等

——小红书×睿丛《2024 CNY 行业趋势报告》

正在创造属于自己的「精神自留地」

传播目标



目标1

传递移动“全能生活搭子”的温暖形象

把高冷的“数智化”，翻译成热乎乎的“生活感”

目标2

得到主力消费群体-年轻人的信赖

让他们从「隔空体验」到「选择」移动数智生活



营销洞察

别被朋友圈骗了！年轻人的主场……

NO!

不在City Walk 而在Home Walk

Z世代占宅人群比例超 **40%**
中高消费水平人群占比达82%，
年轻人周末更爱在家“躺平”
——《2025全拓大数据》

24年中国宅经济市场破 **12万亿**
预制菜、居家办公设备、线上娱乐
赛道增速超30%
——艾瑞咨询《2024 宅经济发展报告》

85%年轻人表示“宅家是主动选择”，核心原因是“节省时间、缓解压力、性价比高”
——艾瑞咨询《宅经济报告》

营销洞察

在这里，TA们……

夺回时间支配权

发呆、看剧、拼乐高，也是在按自己的时区生活

“宅”

不再是被动的

而是“夺回生活主权”的主动选择

夺回社交主导权

拒绝线下的“被迫营业”和“无效饭局”

夺回情绪自由权

拒绝精神内耗和面具示人，家是唯一不需要伪装的地方

夺回场景定义权

家可以是深夜的Bistro，周末的KTV，也是猫咪的游乐场

营销洞察

年轻人除了喜欢宅家找回自己的生活 还喜欢在「综艺」里“找自己的生活”



综艺以**日均观看98分钟**，成为陪伴年轻人宅家时长**TOP1**的电子榨菜



创意策略

于是中国移动为年轻人策划
系列「宅家微综艺」

用中国移动数智产品实力告诉年轻人
“未来的理想生活怎么过”

把广告变成“电子榨菜”

让广告不再是打扰，而是被主动检索
抢着看的下饭内容

把产品变成“生活NPC”

通过场景化演示，完成
“云体验”到“潜意识种草”的闭环

创意策略

年轻人靠MBTI寻找同类，所以中国移动也有了性格
我们以**MBTI**重构“宅叙事”策划系列微综

让每一种性格，都能在移动智慧家中，精准匹配专属“舒适区”

宅家社交能量场

宅家治愈温柔乡



(12期 | 约10mins/期)



(12期 | 约10mins/期)



项目执行

66

E人里面请

请4位好友来家《移唱三和》

4场宅家聚会“碰”出能量，乐子不断

HAVE FUN

移家之主

社交牛杂代表

流量扛把子——@酷酷的滕

百变演技派
演员-刘帅良

VS

干货输出达人
摄影师-陈子秋

顶级宅男碰上户外大神

搞笑外放浓人碰上深情走心淡人

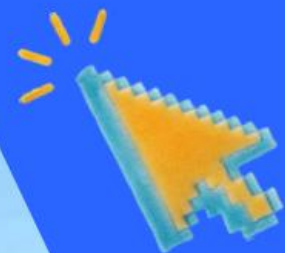
移家挚友

世运首金女神
运动员-龚莉

懒癌晚期碰上人类高质量体能

全能battle王
舞者-韩宇

广播体操选手碰上街舞冠军



项目执行

亮点一 嘉宾畅聊普世情绪话题

“成年人的瑕疵哲学”

我们总是一边前行，一边与“不完美”和解

走心表达
触及人心

100



“我的人生没得过100分”

过去内心十分对抗“100分”

被爱人认同后以其为目标

遗憾亲人老去、遗憾没接到角色

逐渐释怀，让一切顺其自然

“总感觉越长大越有遗憾”



人生难免有遗憾

感觉就人生越有遗憾

遗憾

项目执行

亮点二 真实情感分享自带共鸣 那些关于“我们”的旅行清单

远方的风景，是写给家人的诗

动人感悟
爱意溢出



美好的向往

我们俩一起享受这美好的时光



带父母去三亚避寒

带孩子去新疆探险



和爱人在成都定居



和最爱的人一起
把风景装进眼里
把爱留在心里

去看极光



和媳妇去北欧看极光

带孩子去云南吃菌子



项目执行

亮点三 趣味游戏燃起胜负欲

一次在自家客厅赢过世界冠军的机会

一场“痛并快乐”的猜拳跨步游戏挑战

极限拉扯
时刻反转



酷滕夸赞龚莉柔韧性
聊其儿时“入门”经历



酷滕的一把“老骨头”



龚莉轻松秀一字马



酷滕“坑友”第一名



龚莉教学空手道动作
大秀赛场“得意技”

项目执行

亮点四 嘉宾炫技看酷滕驯服四肢 一节“有味道”的大师速成班

韩宇街舞教学：用“厕所文学”解构街舞美学

趣味演绎
笑果频出



“上”“厕”“所”趣味口令拆解舞蹈动作



酷滕驯服四肢失败
喊移动灵宝机器人来battle



单手俯卧撑



吞拳头



倒立行走

酷滕和朋友不甘示弱秀出个人技
并喊来摄像大哥倒立行走助阵

项目执行

中国移动化身聚会“数智气氛组·组长”

专治各种“不来”、“卡顿”和“冷场” “全能生活搭子”形象就此坐实

上篇

花式摇人 扫除“鸽精”



新通话高清字幕无惧嘈杂



好友见面 安利移动爱购



和朋友炫耀智能小助手



相互奔赴的路 尊享全球通

中篇

“综艺名场面”神级捧眼



爱家光网 直播丝滑全爆料



爱家亲情圈 美照即时传



移动康养 拯救脆皮懒宅



移动高清 激发斗舞灵感

下篇

“走心局”的回忆搭子



为梦奔赴 看家照顾爱宠



难忘旅行 全球通照顾自己



高燃赛场 光网照顾激情



一路蜕变 云盘照顾回忆

项目执行

魔性中插-明星创意视频

《这是什么圈？》



《这广告，快吗？》



把酷酷的滕欢乐特质延续至产品视频

传播矩阵

“滕式引力”搅动社交话题场

E人篇

预热期

延续期

爆发期

@酷酷的滕 发布10视频

留下疑问“如何让家更有爱”

互动话题上线

邀请大家分享“家”的故事

多平台发布

渗透圈层，制造品牌声量

创意互动H5

酷酷的滕请你来家开Party

酷滕视频邀约

选择娱乐方式

揭秘畅玩秘籍
——爱家光网



项目执行

66

HAVE FUN

人里面请

4位明星在宠物前化身“两脚兽”
卸下精致人设的他们，粉丝惊呼：《重新认识你》

NEW!

爱豆示范：
一遍养宠，一边养育自己



实力演员
徐海乔



【精致贵公子】→【操心老父亲】

唱跳偶像
赵让



【唱跳爱豆】→【被依赖的小孩】

国风美人
周洁琼



【甜美猫系女】→【卑微铲屎官】

多面演员
陈小纭



【柔弱小花】→【坚强守护者】

1人狂喜：
我的偶像和我一样



项目执行

亮点一 魅力放送定格动人瞬间

“今日由毛孩子指导OOTD”

徐海乔挑战和宠物狗一起惊艳出片

人宠大片
时尚有爱



任务一：选衣服

宠物狗Lucky以“时尚嗅觉”为徐海乔挑选衣物



徐海乔和宠物狗Lucky一同挑战在限定时间内拍摄三组不同主题时尚大片

职场风

老钱风

复古风



成功完成三套不同造型记录与宠物的美好回忆

项目执行

亮点二 宠物视角记录放飞时刻 “离地0.5米观察抽象的他” 一场人宠共同参与的“先锋音乐实验”

视角重构
揭秘偶像



项目执行

亮点三 趣味游戏考察人宠默契

“我要亲手把猫猫送上领奖台”

周洁琼和宠物猫挑战家庭版趣味障碍赛

萌宠闯关
步步揪心

独木桥大冒险

第一关



最窄3cm木板
看卢卡极限“走猫步”



纸杯迷宫

第二关



卢卡柔韧度大考验
能否完美通过S型弯道

保鲜膜跳高

第三关



有“妈妈”喂好吃的
卢卡一蹦3米高

项目执行

亮点四 萌宠零压房心灵对谈

“欢迎来到毛茸茸访谈间”

一次关于选择、热爱与自我治愈的真诚剖白

温暖陪伴
治愈来袭



谈及宠物相关故事
眼里满是兴奋



宠物安静倾听
偶尔“呜呜”回应



项目执行

中国移动化身“数智安乐窝·奶妈”

你照顾它，中国移动照顾你们 “全能生活搭子”的温度捂热更多人心窝

上篇

真“狗”仔 听见你的碎碎念



灵犀工作助手 会议全记录



灵犀AI推荐 懂你想听的



灵犀出行规划 攻略不费心



灵犀餐厅推荐 美味秒预订

中篇

人宠游戏 日常所需全包揽



爱购养宠好物 外出远程投喂



爱购宠物专区 预约宠物美容



爱购生活服务 脏衣轻松送洗



爱购AI豆兑换 实惠又贴心

下篇

访谈树洞 人生旅途常相伴



网龄回馈 珍视时间的积累



移动云盘 存储来时经历



逐马计划 挑战人生新目标



移动全球通 出行更舒适

项目执行

魔性中插-明星创意视频

《遇到问题了，怎么办？》

《宠物喂喂喂，它想？》



有中国移动灵犀智能体

灵犀智能体

移动爱购商城
智慧生活，一站尽享!

爱购商城

四位明星不同维度场景证言，展现产品多面解决力

传播矩阵

“萌力共振” 浸润大众心域

一人一篇

预热期



明星动态海报

吸引粉丝关注节目开播

#在宠物的眼中重新认识你#

阅读量7015.9万 讨论量3.8万 详情>
主持人: 网易娱乐频道
导语: 继综艺《重新认识你》开播~

互动话题上线

邀请大家分享爱宠故事

爆发期



建立品牌专题 多平台传播

打造发声阵地 放大内容影响力

延续期



创意互动H5

让每个人都找到自己的萌感一面



回答测试问题

发现萌宠第一手资讯
自在生活好伙伴
中国移动全球通
萌宠全球通

全球通五大尊享
查看尊享秘籍
——全球通

真无遗策的
小军师?

解锁萌宠人设

项目成果

视频总播放量

10.8亿

全网互动量

120+万

品牌话题阅读量

7509万



视频总播放量

10.9亿

全网互动量

160+万

品牌话题阅读量

7015万



网易新闻 投放内容点击量达**3.11亿**，对比预估完成率达**110.7%**

内容传播力度可观 品牌信息深度触达

(数据来源：网易新闻App后台统计，各平台全部视频投放累计播放量，微博话题池数据统计，项目汇报预估数据量对比实际数据量差比)

亮点总结

为什么年轻人愿意让中国移动走进家门？

因为我们用MBTI这把钥匙，精准开了两扇门：

我们懂**E人**怕冷场，所以做他们聚会时的“最强气氛组”

我们懂**I人**怕打扰，所以做他们独处时的“数智奶妈”

在这里，产品不在广告中，而是藏在生活的褶皱里

做那个有求必应、支撑你“活人感”生活的「全能搭子」

