

美的楼宇科技 科技日整合营销

- **品牌名称：**美的楼宇科技
- **所属行业：**建筑与房地产
- **执行时间：**2025.10.28-11.28
- **参选类别：**公益营销类



项目背景：楼宇科技的认知度不高，多年IP日仅做为普通公益事件

2021年11月1日创立「11.1 楼宇科技日」以来，美的楼宇科技已连续**4年**以公益行动与创新项目放大品牌影响力，楼宇科技日逐步沉淀为，美的楼宇科技的**年度品牌IP**与**公益主场**

但

第一届：聚焦11.1日期Icon的建立



第二届：“绿盒子”关爱留守儿童



第三届：关注海洋环境



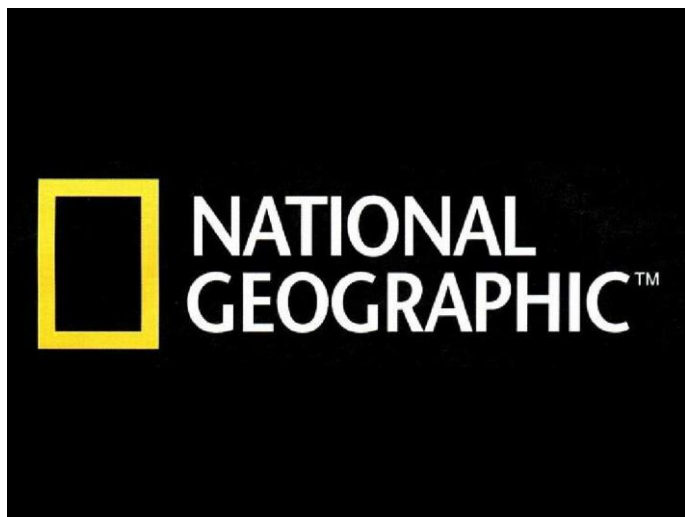
第四届：联合安踏 回收垃圾让城市开花



经过4年，美的楼宇科技还是仅被认为是“暖通空调设备提供方”，是一个toB的技术企业。楼宇科技早已融入城市，与大家息息相关，**带着每个人默默地为地球环境做减碳提效。**

第五届楼宇科技日，亟需让大家真正认知“楼宇科技”与每个人有关

项目背景：发现国家地理正在巡展，关注全球生态绿色发展的理念不约而同



刚好一场来自「国家地理」的展在大湾区进行中，

因理念相通，关注环境的行动与共，我们进行复杂的多方沟通，终于成功与其达成合作，

第一阶段，我们借国际知名IP+线下展，打出美的楼宇科技日的声量，发布活动

丰富国家地理的展览内容，自然观察+建筑（城市）改造，让环境保护，有观察，有解法



项目推动：2025全民关注全运会，全运场馆正是由美的楼宇改造

由国际自然IP引入到城市减碳解法，
我们选取大型场馆这一视角切入，契合办赛理念

第二阶段，全民关注全运会 由美的楼宇科技支撑



十五运会点燃湾区经济新引擎：一场体育盛会撬动城市更新与产业升级

中国经营报 2025-11-08 03:32 | 中国经营报官方账号

关注

中经记者 陈靖斌 广州报道



场馆不再“为赛而建”

值得一提的是，在筹备过程中，本次十五运会并未大兴土木。

与以往一些大型赛事不同，本届十五运会更注重“可持续利用”，聚焦于现有场馆的功能改造与智慧升级，贯彻“兼顾赛时赛后利用”的理念。

借全运会热度，全球中国人与世界地标合拍玩梗
正巧美的楼宇科技服务的地标遍布全球

第三阶段，世界网友正玩梗传播活力大湾区 全球绿色场馆卷入，扩大影响力

视频 | 全球地标前“指认”家乡？深圳网友：
不只是为了玩抽象

南方Plus 2025-10-14 06:31 | 南方日报官方账号

关注





“主场” 是对低碳的承诺

“在场” 是用硬核技术兑现的承诺

美的楼宇科技的多项技术的在城市落地
才让城市、赛场成为看得见、摸得着的“主场”

主题提出：**绿色主场，美的在场**

困境及挑战：硬核的ToB技术如何变成大众可接受的公益叙事

1 沟通壁垒高： 专业价值门槛高，公众难以感知

将美的楼宇科技减碳的硬核技术，
翻译成公众易于理解的绿色城市故事

核心验证指标：实现活动全网总曝光超5000万人次

2 叙事维度有距离感： 过往多聚焦于技术，难以激发广泛共鸣

通过IP合作、赛事助威、大屏露出、
建筑打卡等多维度传播，拉近品牌与受众之间的距离

核心验证指标：线上线下总互动量超10万人次

3 角色认知固化： 品牌长期被仅被当作“暖通空调设备提供方”

合作美国国家地理，建立绿色建筑师身份，
通过权威背书，建立品牌低碳实践者的形象

核心验证指标：成功联动1个国际级权威绿色IP

4 IP沉淀乏力： 传播手段与路径有限，活动未积累有效印象

通过多样的传播手段和传播路径，拉长传播半径，
延续活动热度，持续积累品牌资产

核心验证指标：活动直接参与人数超1万人次



策略及创意

绿色主场，美的在场

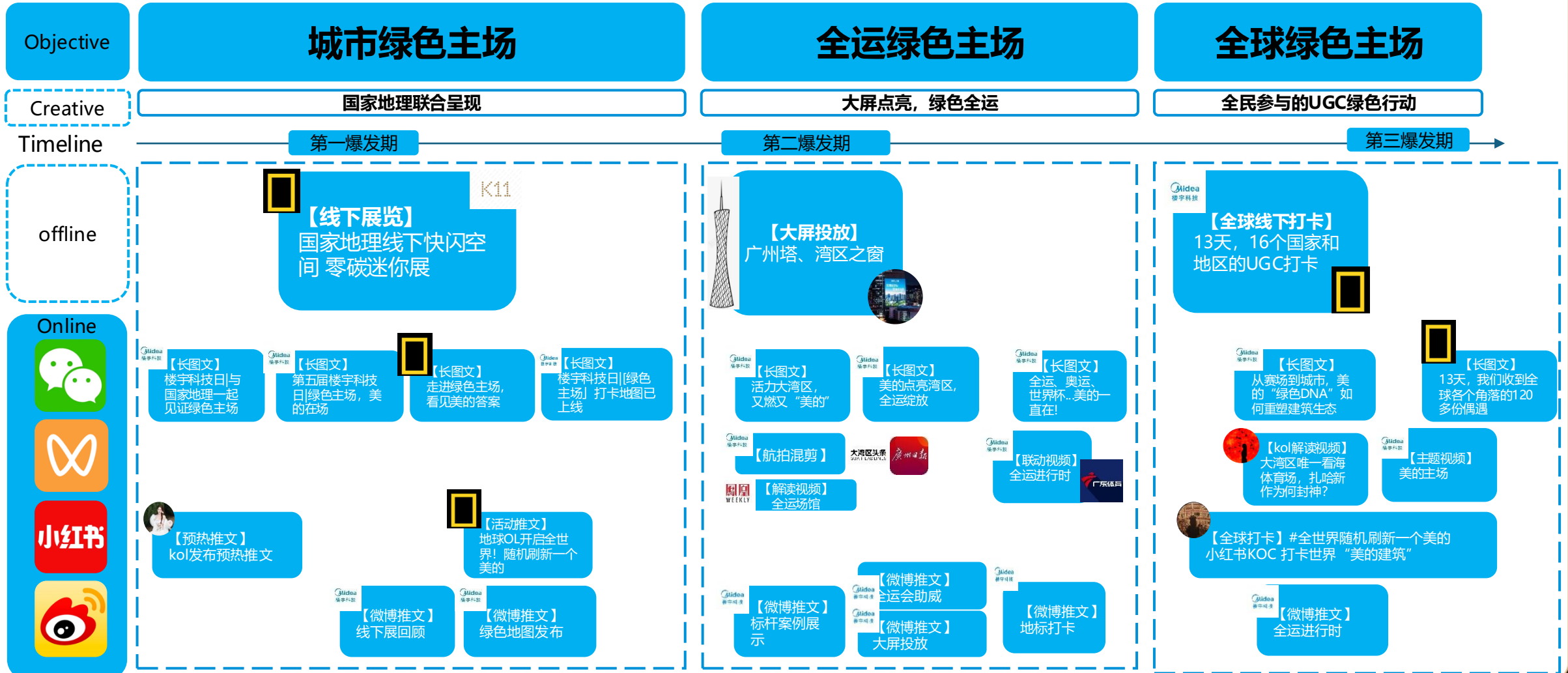
以“绿色主场”概念构建品牌可持续叙事体系



从“科技品牌”，到“全球绿色主场共建者”

传播节奏 Road Map

#绿色主场, 美的在场#

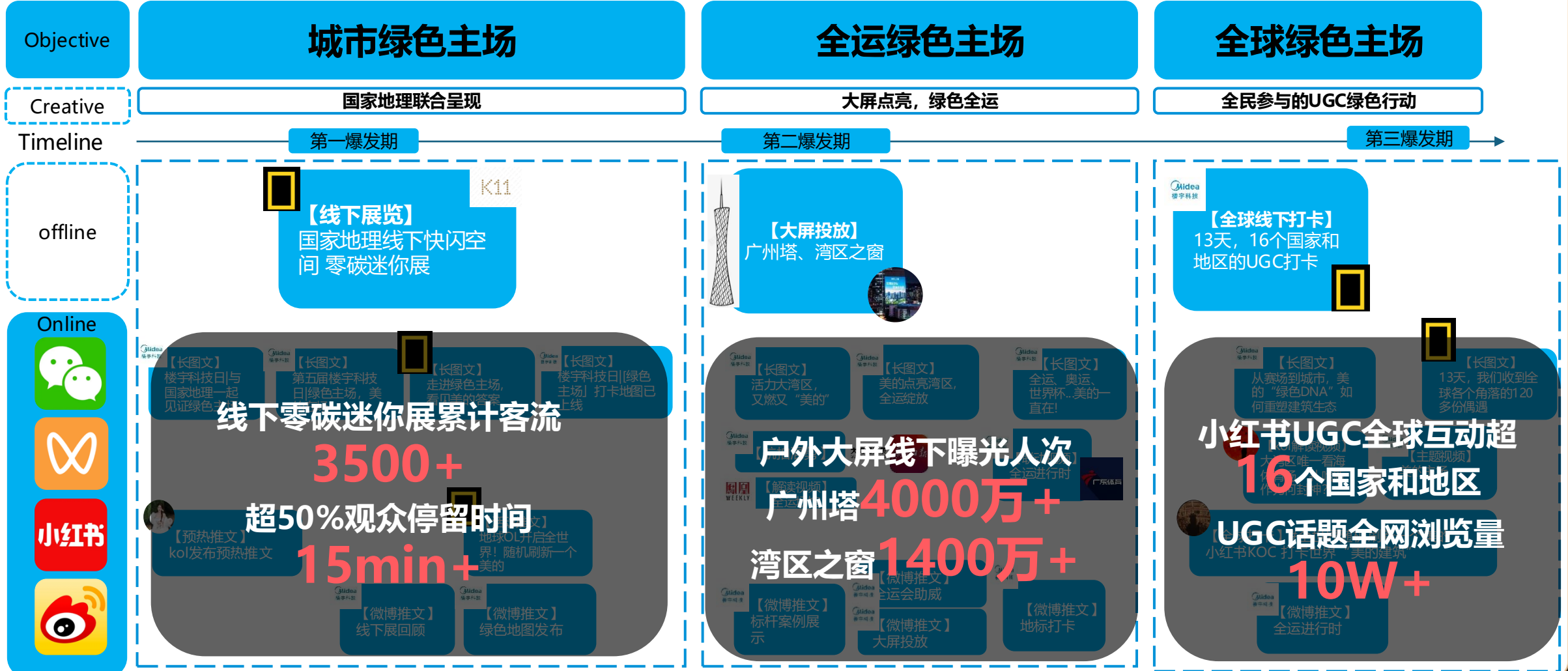




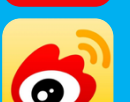
传播节奏 Road Map



#绿色主场, 美的在场#



Online





阶段一：城市绿色主场-携手IP国家地理，发起一场绿色体验之旅

将专业的楼宇低碳技术，转化成城市呼吸故事

在科技日当天，于大湾区（深圳K11）打造一场 技术普惠 × 城市共生的ESG建筑科技展

这不仅让隐藏的绿色建筑技术被看见，更让节能减排，成为一种可体验、可参与的绿色公共生活主张

关键动作

K11 深圳K11联名迷你展  



小红书 KOC种草矩阵 



国家地理合作身份官宣  

楼宇科技日 | 与国家地理一起见证绿色主场

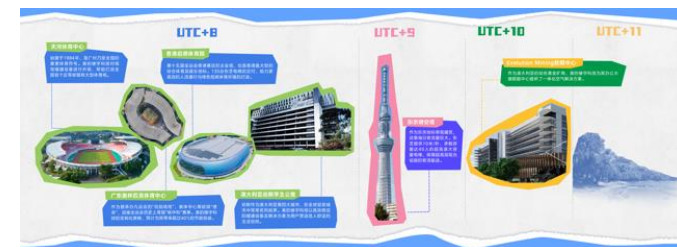
阅读5407 赞13

走近绿色主场，看见美的答案

阅读1.0万 赞52



绿色主场案例长图文 



阶段一核心动作：科技日主题视频-绿色主场美的在场

主题视频封面



主题视频



触达规模

累计播放量：**10,000+人次**

峰值小时播放量：**1,200+人次**

观看粘性

完播率：**>60%**

平均播放进度：**>75%**

互动热度

视频号红心点赞率：**>15%**

有效评论互动率：**>8% (引发讨论的评论)**

扩散效能

视频转发率**>20%**

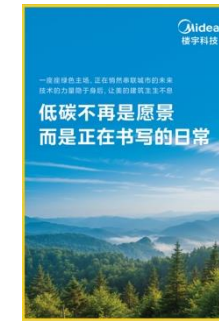
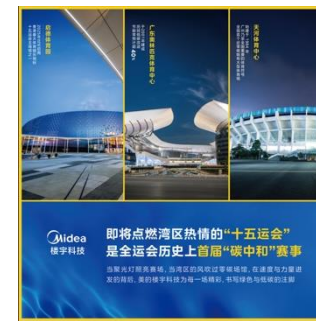
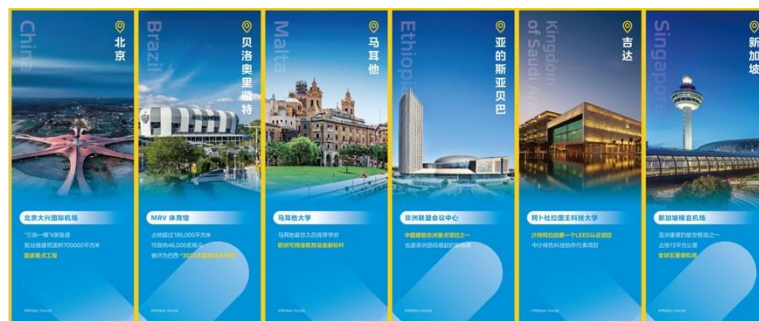
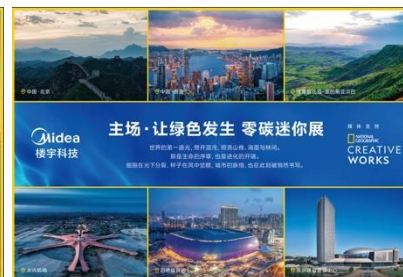
内容收藏率**>10%**

阶段一核心动作：零碳迷你展 - 一个可触摸的绿色公共课堂

线下展览预热长图



线下展板设计



基础流量

累计客流：3,500+ 人次

单日峰值：500+ 人次

深度引力

深度停留率：>50% (停留超15分钟)

平均停留：>8分钟

全员互动

核心互动率：>70%

物料兑换率：100% (全部发放完毕)

社交裂变

全网线上阅读量：10万+

打卡转化率：80% (完成拍照并小红书分享)



阶段二：全运绿色主场 - 借势全运盛会，联动国民地标为全运加油！

关键动作

大湾区地标线下大屏点亮



将楼宇绿色科技的“低碳能力”，转化为全运盛会的“零碳在场”叙事

全运会开幕式当晚，

大湾区核心地标（广州塔、深圳湾区之窗）为全运加油

让品牌技术能力获得国家级盛会背书，更让零碳理念从赛场看台，走入日常生活的公共视野





阶段二核心动作：亮点户外大屏，燃动全运主场

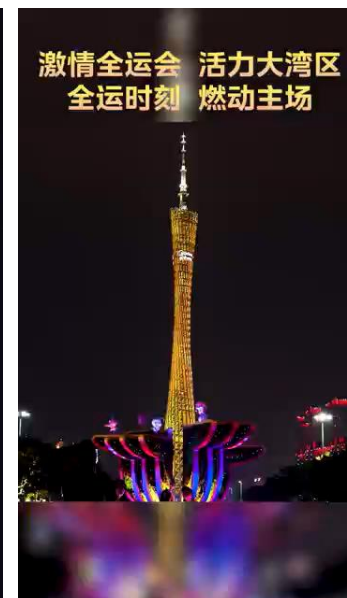
户外大屏投屏画面



混剪视频封面



航拍混剪视频



视频点击可播放

覆盖规模

城市级公益曝光：**5,400万+ 人次**

双地标联动投放周期：**7 天**

公众关注

现场观众主动拍摄率：**15%**

官方混剪视频浏览量：**1w+**

线上扩散

官方航拍混剪视频线上追加曝光：**3万+**

内容被媒体/KOL引用次数：**20+ 次**

社会关注

关联热搜话题：**1 个**

主流媒体主动报道：**2 家**

阶段三：全球绿色主场 - 启动 UGC 全球打卡，共绘一幅绿色生活地图

将绿色主场的品牌ESG实践，转化为全球用户可参与的绿色生活表达

在小红书平台发起UGC全球打卡，邀请全球用户用身边真实场景共建全球绿色地图

让绿色理念突破地域限制形成全球共鸣，更让ESG实践沉淀为公众心中可触摸、可传播的真实价值

关键动作

小红书 全球打卡活动发起





地球OL开启 ON! 全世界! 随机刷新一个美的

美国国家地理 57



小红书 KOC\素人打卡全球美的建筑





长图文盘点全球打卡




13天，我们收到全球各个角落的120多份偶遇

阅读1.1万 赞72





阶段三核心动作：全球打卡身边的美的楼宇科技

全球打卡地图长图



全球打卡GIF图设计



全球参与

覆盖范围：**超16个**国家与地区的用户参与

内容共创：回收高质量打卡照片与视频**120+**

广泛互动

话题影响力：活动主话题获得全网阅读**5万+**

有效互动率：超过 **60%** 的发布用户产生关于绿色建筑的实质讨论



营销效果汇总—公益议题实现破圈级传播

整体传播成效 (总览)

- 总曝光量：**5430万+人次**
- 深度参与：**3600+人次**

自有官方矩阵 (微信/微博/视频号)

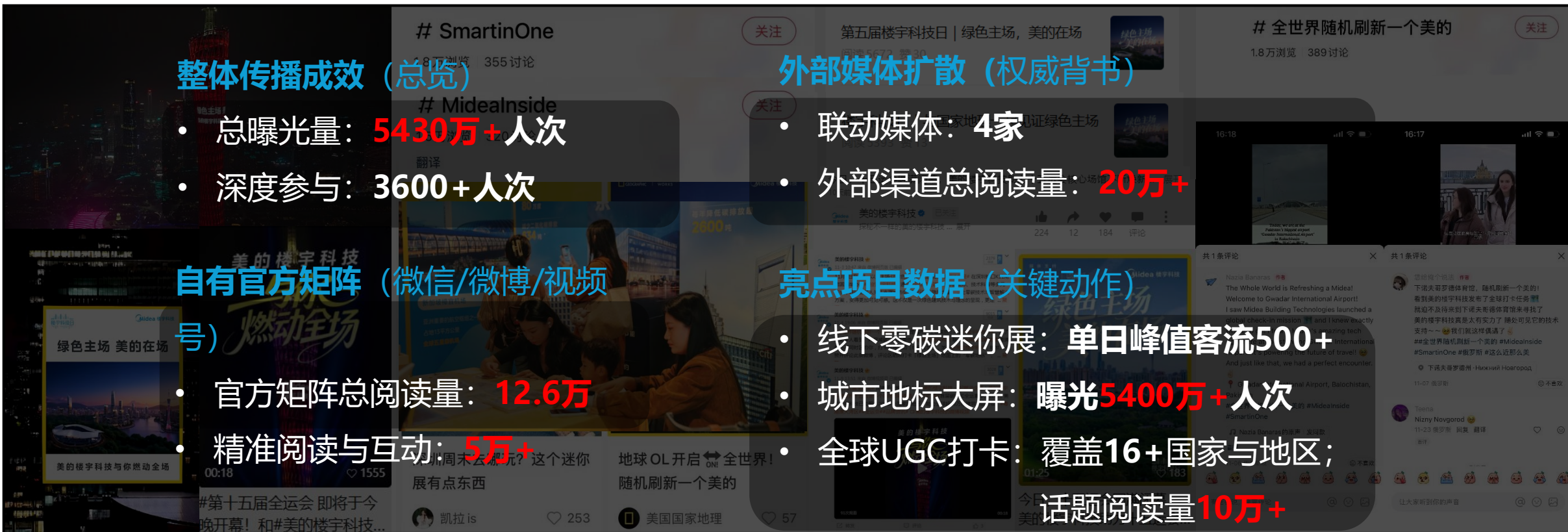
- 官方矩阵总阅读量：**12.6万**
- 精准阅读与互动：**5万+**

外部媒体扩散 (权威背书)

- 联动媒体：**4家**
- 外部渠道总阅读量：**20万+**

亮点项目数据 (关键动作)

- 线下零碳迷你展：**单日峰值客流500+**
- 城市地标大屏：**曝光5400万+人次**
- 全球UGC打卡：**覆盖16+国家与地区；话题阅读量10万+**





官方传播矩阵：从流量到深度的绿色公益价值传播



楼宇科技日 | 与国家地理一起见证绿色主场
阅读 5407 赞 13

第五届楼宇科技日 | 绿色主场，美的在场
阅读 5709 赞 30

楼宇科技日 | 「绿色主场」打卡地图已上线
阅读 5357 赞 9

活力大湾区，又燃又“美的”
阅读 5643 赞 6

美的点亮湾区，全运绽放！
阅读 6941 赞 13

深度观察 | 以赛兴城正当时，“绿色标配”何以惠及千行百业？
阅读 1.2万 赞 17

从赛场到城市，美的“绿色DNA”如何重塑建筑生态
阅读 5423 赞 5

全运、奥运、世界杯...美的一直在！
阅读 5860 赞 19



官方传播矩阵阅读总量 **12万+**

内容引力：

高粘性观看：视频内容平均完播率达**65%**

深度阅读：公众号长图文平均阅读时长超**3分钟**

价值沉淀：

精准人群沉淀：活动期间，官方矩阵新增高价值关注超**3,000人**，

搜索认知提升：品牌核心关键词在平台内搜索热度月环比提升约**120%**



以官方自媒体矩阵为枢纽，将专业的ESG实践转化为可感的持续对话，将分散的公共注意力，汇聚为**对社会可持续未来的深度关注**

外部传播生态：从IP联名到城市共振的绿色公益影响力

外部渠道总曝光 20万+



走近绿色主场，看见美的答案
阅读 1.0万 赞 52



13天，我们收到全球各个角落的120多份偶遇
阅读 1.1万 赞 72



权威定调

顶级IP联名：美国国家地理独家合作

权威媒体：广州日报、大湾区之声、凤凰周刊、广东体育，权威报道

专业渗透

垂类KOL：建筑领域城市动物深度解读，视频观看 5万+

KOC矩阵扩散：招募 50+ 优质创作者

破圈覆盖

城市地标点亮：登陆广州塔、深圳湾区之窗，实现超 5400万 人次地标级曝光

全网话题阅读：核心活动话题阅读 10万+

以全球化IP确立议题高度，以地标级媒体实现公共场域覆盖，将品牌的专业ESG实践，推升为一场广泛社会关注的绿色公共议题