

# 南方电网广东肇庆供电局 《向上的光芒》

- 品牌名称：南方电网广东肇庆供电局
- 所属行业：电力和能源行业
- 执行时间：2025.08.18-12.31
- 参选类别：视频内容营销类

# 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

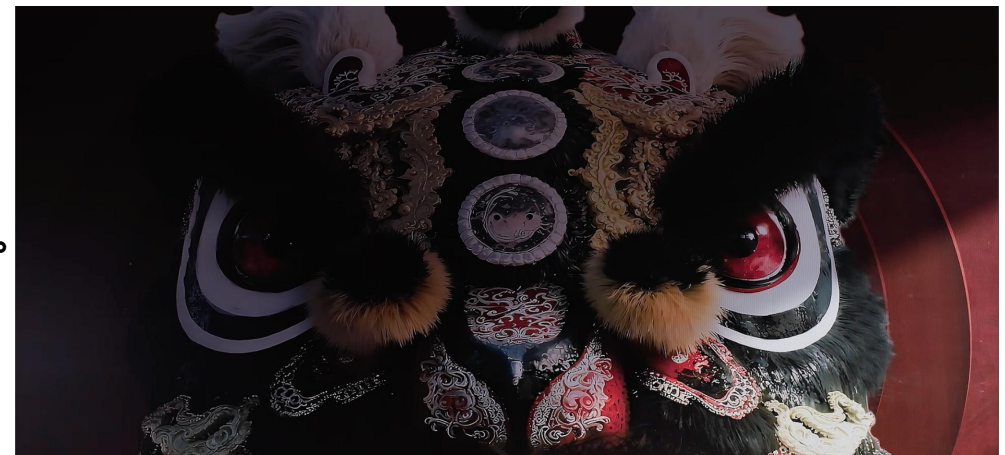
[https://j7y2rftk61.feishu.cn/wiki/FeXMwN0r4ikheKkAtUpcroPRnjg?from=from\\_copylink](https://j7y2rftk61.feishu.cn/wiki/FeXMwN0r4ikheKkAtUpcroPRnjg?from=from_copylink)

## 一、行业痛点

- 品牌认知单一：公众对供电企业的认知局限于“电力供给者”，缺乏情感共鸣，用户品牌感知薄弱。
- 转型期信任隐忧：在能源结构升级过程中，社会对电网能否持续稳定运行存在隐性疑虑，影响转型信心。

## 二、地域挑战

- 肇庆供电局作为粤西地区关键能源保障单位，其业务高度专业化且通常处于公众视野的“幕后”。
- 观众感知力较弱，品牌形象缺乏鲜活的记忆点和情感温度。



## 一、品牌目标

- 打造区域标杆，力争成为南方电网系统内文化宣传示范单位，提升肇庆供电局在区域内的品牌影响力与美誉度。

## 二、用户目标

- 提升好感度与关注度：实现本地客户品牌好感度提升20%，年轻群体(18-35岁)关注度增长30%。

## 三、数据目标

- 宣传片在线上通过“广东电网”、“肇庆头条”等官方核心矩阵及其他主流媒体渠道精准投放，全网累计有效触达量级突破百万，成功引发全城级社会共鸣。品牌美誉度得到显著提升。



01

## 醒狮精神与电力工作的 双重隐喻

通过具有醒狮队员与供电人员双重身份的青年们与师傅的视角，深刻诠释肇庆醒狮文化中“千锤百炼方得腾跃”的淬炼哲学与电力行业“万次坚守点亮一瞬光芒”的职业信仰之间的精神共鸣。

02

## “我在” 构建 品牌承诺仪式

这一声“我在”，是个人担当的体现，更是对万家灯火“永不缺席”的庄重承诺，成功将“可靠、担当、时刻在场”的品牌价值内核锚定于公众心智。

03

## 精神破圈与文化共鸣

项目成功将地域文化符号深度转化为品牌精神资产，实现了品牌从“功能服务者”到“精神同行者”的人格化塑造，引发本地民众深层次的文化认同与情感共振。

## 策划阶段



### 创意策划与脚本

熟悉了解肇庆独特的醒狮文化，以“狮魂”喻“电力之魂”，传递“根基稳、方向正、勇担当”的品牌精神，增强内部凝聚力与外部公众认同感。确定文化符号，完成创意策划案、脚本方案以及分镜脚本。

## 拍摄阶段

### 实景拍摄

实景拍摄覆盖七星岩牌坊、宋城墙骑楼、北岭山微波站、鼎湖变电训练场、电力醒狮团训练基地等多个地标，动用无人机航拍团队，整体拍摄工程量较大。



## 传播阶段

### 线上推广

广东电网官方微博与公众号、肇庆官方媒体同步上线。



## 多维度立体传播

### 强势发声与全域流量

依托南网官方媒体矩阵（如广东电网等）强势发声，覆盖用户超1亿，月活用户突破1800万；全域流量引爆，实现亿级用户触达。

### 文化叙事与品牌人心

《向上的光芒》用文化隐喻破解技术晦涩，打破“传统供电”刻板印象，让供电精神与醒狮文化精神相互映照，赋予品牌以独特的魅力。

