

# 南方电网广东肇庆供电局5C易享品牌故事系列广告片

- 品牌名称：南方电网广东肇庆供电局
- 所属行业：电力能源行业
- 执行时间：2025.09.08-11.28
- 参选类别：短视频营销类

# 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/CrNqwjQmqiHhQbki855clxG5nMg?from=from\\_copylink](https://j7y2rftk61.feishu.cn/wiki/CrNqwjQmqiHhQbki855clxG5nMg?from=from_copylink)

# 行业背景与品牌挑战

Industry Background & Brand Challenges

## 行业背景

### 1 行业转型趋势

电力行业正从“传统供电服务”向“智慧能源服务”转型，用户体验成为竞争核心。

### 2 政策驱动因素

国家推动“获得电力”服务水平提升，要求供电企业简化流程、降低成本、提升透明度。

### 3 用户需求变化

用户对供电服务的期待已从“有电用”升级为“用好电”，追求便捷、透明、智能的服务体验。

## 品牌挑战

### × 政策理解门槛高


电力政策专业性强，普通用户理解门槛高，传统宣传方式难以有效传递政策价值。

### × 宣传方式生硬

传统宣传方式过于官方和生硬，难以触达年轻企业主与家庭用户，缺乏情感共鸣。

### × 服务理念传递难

需在短时间内传递“5C易享电”（节约、便捷、清晰、可靠、智慧）的服务理念。

 **核心洞察：**电力行业营销需要从“政策宣讲”转向“情感沟通”，用用户听得懂、愿意看的方式传递服务价值。

# 传播目标与业务目标

Communication & Business Objectives

## 传播目标

### 提升品牌认知度

提升“5C易享电”品牌认知度，覆盖肇庆地区小微企业主及家庭用户，建立品牌心智。

### 增强用户信任

通过轻松幽默的内容，增强用户对“零投资、零上门、零审批”政策的理解与信任。

### 扩大受众覆盖

突破传统宣传局限，触达年轻企业主和家庭用户，扩大政策传播覆盖面。

## 业务目标

### 提升线上办电率

推动线上办电渠道使用率提升，引导用户通过“南网在线”APP办理业务。

### 降低企业成本

助力小微企业接电成本降低，落实“零投资”政策，切实减轻企业负担。

### 提升用户满意度

通过优质服务体验，提升用户对供电服务的满意度和品牌忠诚度。

# 核心策略：政策故事化，服务人情化

Core Strategy: Policy Storytelling, Service Humanization



核心策略

## 政策故事化，服务人情化

将专业电力政策转化为三段式家庭喜剧，通过不同人物关系与高频场景，自然带出“5C易享电”的三大核心价值，让用户在轻松愉快的氛围中理解并接受服务价值。



### 家庭喜剧载体

以创业青年阿豪为主线，融合母子、夫妻、亲子互动，增强代入感和情感共鸣。

母子关系

夫妻互动

亲子场景



### 痛点可视化

将抽象的政策转化为具体的生活场景和情感冲突，让用户直观感受痛点和解决方案。

- ✓ 《如此“节约”》 - 省钱
- ✓ 《如此“着急”》 - 省事
- ✓ 《如此“清晰”》 - 省心



### 政策软植入

通过情节转折自然带出政策亮点，避免生硬说教，让用户在故事中主动接受信息。

- ✓ 零投资政策
- ✓ 零上门服务
- ✓ 用电日历功能



### 系列化延续

三支视频独立成篇又相互关联，形成系列效应，持续吸引用户追看和传播。

#### 系列优势

统一品牌调性，强化记忆点，提升传播效率

# 创意亮点详解

Creative Highlights in Detail

## 1 VIDEO 01 如此“节约”



核心主题

小微企业接电成本焦虑

创意构思

通过母子对话展现创业初期资金紧张的真实困境，母亲担心创业费用高昂，儿子通过“零投资”政策化解顾虑，自然带出政策红利。

- ♥ 融入家庭温情元素
- 💡 政策自然融入剧情
- 😊 轻松幽默化解焦虑

## 2 VIDEO 02 如此“着急”



核心主题

办证奔波之苦

创意构思

以阿豪个人办电奔波为线索，通过单人喜剧和街头窘境，突出“零上门、零审批”的便捷性。

- ♥ 个人场景直击痛点
- 💡 引发创业人群共鸣
- 😊 幽默夸张增强记忆

## 3 VIDEO 03 如此“清晰”



核心主题

家庭用电不透明问题

创意构思

通过亲子场景展现家庭中用电不透明的困扰，结合家庭互动与轻推理形式，介绍“用电日历”等智慧用电功能，让用电情况一目了然。

- ♥ 亲子互动温馨场景
- 💡 科技赋能智慧生活
- 😊 寓教于乐传递价值

★ **创意亮点总结：**三支视频分别聚焦省钱、省事、省心三大用户痛点，通过家庭温情场景自然传递政策价值，实现政策传播的情感化和故事化。

# 执行过程：三阶段推进

Execution Process: Three-Stage Implementation

## 01 STAGE ONE 内容策划与制作

### 🔍 用户调研

基于真实用户调研，提炼 **省钱、省事、省心** 三个核心痛点

### ✍️ 剧本创作

采用“**生活场景+政策反转**”剧本结构，确保故事流畅、笑点自然

### 🎬 视频制作

专业团队拍摄制作，确保画面质量和表演效果

🕒 执行周期：2025.09.08 – 11.17

## 02 STAGE TWO 多渠道分发

### 🔗 平台策略

以 **微信视频号、抖音、南方电网APP** 为核心，结合本地公众号推送

### 👉 互动设计

每支视频结尾引导用户点击链接，进入“**南网在线**”APP办理业务

### 🎯 精准投放

根据用户画像进行精准投放，提升传播效率

🕒 执行周期：2025.11.17 – 11.30

## 03 STAGE THREE 整合传播

### 🏠 线下配合

配合 **线下折页、政务大厅宣传屏** 同步展示，形成线上线下联动

### 📺 媒体联动

联合 **本地媒体、政府机构** 进行话题扩散，提升公信力

### 🗣️ 口碑传播

鼓励用户分享传播，形成口碑效应

🕒 执行周期：2025.12.01 – 12.31

# 营销效果与市场反馈

Marketing Effectiveness & Data Feedback

## 传播效果

全系列视频在全平台播放量突破 **数百万级**，实现区域与跨圈层传播

用户互动积极，累计收获 **数万点赞、评论与转发**，情感共鸣效应显著

多家本地媒体及政务平台主动转发，形成“政企协同、服务为民”的良好舆论氛围

视频发布后，线上办电渠道访问量及申请量实现显著增长，用户线上办电习惯进一步养成

## 用户反馈与评价

“视频很有意思，让我知道了原来办电可以这么简单，还不用花钱！”

— 小微企业主

“用电日历功能太实用了，现在每个月用电情况一目了然。”

— 家庭用户

“这种宣传方式很接地气，比传统的政策宣讲好理解多了。”

— 年轻用户

## 案例价值总结



本案例通过“政策故事化，服务人情化”的创新策略，成功将专业电力政策转化为用户喜闻乐见的短视频内容，实现了品牌传播与业务转化的双重目标，为电力行业短视频营销提供了可复制的范式。