

# 移起来守护爱-中移互联网公益主题营销

- **品牌名称：**中移互联网
- **所属行业：**通讯行业
- **执行时间：**2025.06.07-09.30
- **参选类别：**大事件营销类

 看政策

# 贯彻落实国家对于新时代中央企业高标准履行社会责任的要求 切实发挥央企顶梁柱作用，让品牌有情、有义、有力量



## 坚持政治正确

- 1、**讲好中国故事**：主动发挥作用，打造政治过硬、本领高强、富有家国情怀的央企传播队伍
- 2、**与时代共振**：紧跟中华民族伟大复兴的2个百年计划，致力追梦，致敬追梦人
- 3、**以人民为中心**：服务于人民对美好生活的向往



## 彰显社会责任

- 1、**关注民生福祉**：老龄化群体、灵活就业人群、妇女儿童残疾人等权益
- 2、**解决社会矛盾**：深入实施数智助老行动、巩固脱贫攻坚成果
- 3、**深化可持续发展理念**：中国移动位列“中国ESG上市公司先锋100(2024)”榜单第二



## 助力经济发展

- 1、**服务数字中国**：积极发挥自身优势，全面推进数智新基建，着力弥合“数字鸿沟”
- 2、**服务科技强国**：坚定当好经济增长的顶梁柱、科技创新的国家队、产业发展的领头羊、市场失灵的稳定器、维护安全的压舱石、共同富裕的支撑者，加强体系布局，提升科技创新力

## 看集团

# 中国移动连续多年通过中国移动慈善基金会深耕两大品牌公益项目 同时打造全民参与的公益平台，以实际行动向社会各界传递善意

### 中国移动 爱“心”行动

自 2011年起，中国移动持续开展爱“心”行动项目，为贫困家庭儿童提供免费筛查，并全额资助先天性心脏病患儿的治疗、交通、营养补贴费用。

累计捐赠金额2.24亿元

累计免费筛查儿童68591名

累计免费救治先心病儿童7745名



### 中国移动教育捐助计划 “蓝色梦想”

自2006年以来，公司联合教育部、中国教育发展基金会持续开展“蓝色梦想—中国移动教育捐助计划”，包括“中国移动中西部中小学校长培训”和“中国移动多媒体教室”两大子项目。

累计捐赠金额2.70亿元

累计捐建“中国移动多媒体教室”4725间



### 全民公益平台 “中国移动公益”

“中国移动公益”平台是民政部指定的慈善组织互联网公开募捐信息平台之一。平台积极探索“移动+公益+互联网”新模式，以中国移动App为主要载体，为慈善组织提供募捐信息发布、信息管理等服务，为公众提供“安全、便捷、透明”的互联网捐赠服务。

2023 年		截至 2023 年底	
· 入驻慈善组织 9 家	· 捐赠人次 87.47 万次	· 累计入驻平台的慈善组织 38 家	· 累计捐赠人次 211.20 万
· 新发布慈善项目 27 个	· 现金捐赠 277.42 万元	· 累计发布慈善项目 71 个	· 累计现金捐赠 731.28 万元
· 访问量 3.10 亿次	· 捐赠积分 2.09 亿个	· 累计访问量超过 3.80 亿次	· 累计积分捐赠 5.77 亿个

数据来源：中国移动慈善基金会公开平台“蓝色梦想教育捐助计划”“爱‘心’行动”

 看品牌

# 中国移动积极整合创新产品及业务，开展多项公益营销活动 聚焦细分市场下的各类客户群体，以数智惠民讲好品牌芯故事

## 发布银色守护计划

2022年电信日，中国移动发布“心级服务银色守护计划”，推出“适老欢孝卡、适老服务、公益讲堂、感恩回馈”四项服务举措，弥合数字鸿沟，为老年人提供更温度的服务。



## 推出数字惠民计划

2023年5月中国移动推出“数字惠民计划”，推出“手机、套餐、服务、应用”四项惠民工程和包含5G购机优惠等权益的“数字惠民礼包”，助力全民迈入数字生活新时代。



## 关注特殊群体诉求

2023年中国移动持续升级优化10086视频客服及语音播报等产品，为青少年、银发、残障等特殊人群提供更智能、更有爱、更有温度的暖心服务。



 看社会

# 国家强调**国企社会责任**，青少年/银发群体安全成公益焦点， 我们积极落实政策要求，通过**公益守护计划**传递企业社会责任

## 01 强化国企社会责任

**1、中国移动积极响应国家安全政策要求：**国家通过《网络安全法》《数据安全法》等法规明确要求国企构建全链条网络安全防护体系，中国移动推出“羲和反诈服务基座”，将通信安全、智慧反诈与政策要求深度绑定。

**2、关注重点人群，落实行动努力：**如中国移动积极响应国务院《“十四五”国家老龄事业发展规划》中“智慧助老”专项行动要求，通过“心级服务银色守护计划”为老年用户提供防走失定位服务。



## 02 落实特殊群体保护政策

**1、关注青少年网络环境与健康成长：**保障青少年信息网络安全，如限制青少年上网时间。同时，强调对青少年个人信息的保护，避免遭受网络侵害。

**2、社会呼吁保障家庭网络安全、通信安全：**家庭是社会的基本单元，在个人信息保护、家庭通信隐私等方面，更多企业采取有效措施防止家庭信息泄露与网络诈骗，为家庭提供全方位防护。

**3、银发人群权益保护备受关注：**随着老龄化社会的到来，针对老年人的网络诈骗案件频发，国家加大打击力度的同时，也鼓励企业开发适老化的安全产品与服务，保障其财产与人身安全。

 市场洞察

# 反诈、儿童网络保护、隐私泄露、银发守护成社会热点议题，公益组织积极行动，中国移动也一直在助力公益路上积极求索

## 遍及中国家庭的失智老年人和被困住的照顾者

**阿尔茨海默病现状：**目前我国认知障碍类疾病患者总数已高达5300万人，其中阿尔茨海默病患者约有1000万人，预计到2050年将超4000万人。AD患者患病后记忆减退，认知能力下降，给家庭和社会带来了巨大的照护挑战。

**被困住的照顾者：**作为患者身边最亲近的人，80.2%的照顾者需要一直陪伴在患者身边，这对他们的日常生活，社会交往都造成了严重影响。

**中国老龄化趋势：**巨大的老龄人口基数直接导致阿尔茨海默病患者人数剧增，中国阿尔茨海默病患者人数已居世界第一。照顾失能老人是大部分人未来可能面临的问题，具有较强的普遍性，易引起社会共鸣。

## 多数家庭存在网络监管盲区

**全民反诈现状：**2024年国家反诈中心APP累计注册用户突破4.2亿，同比增速达38%。AI诈骗案件同比增长230%，其中“AI换脸诈骗”单案最高损失超500万元。60岁以上老年人遭遇电信诈骗占比达62%，人均损失15.6万元。

**儿童网络保护紧迫性：**12岁以下儿童触网率超86%，其中34%曾遭遇网络诈骗，59%青少年因“怕家长责骂”隐瞒网络受骗经历，目前多数家庭存在监管盲区。

 市场洞察

# 家庭安全需求激增，AI技术催生千亿级网安市场， 用户对安全与便捷服务拥有更高期待



## 洞察消费者网络安全与 家庭消费观念需求

- 1、消费者对网络安全的重视程度日益提升：**随着数字经济的发展，人们在上网社交娱乐等方面的活动愈发频繁，个人信息大量留存，急需一款功能全面、便捷易用的安全产品。
- 2、家庭消费观念逐渐转变：**消费者更加注重家庭成员的网络安全保障，愿意为家庭成员，尤其是青少年和老年人，购买专业的网络安全服务与产品，以防止家庭成员遭受网络侵害。



## 市场缺乏一站式网络 安全解决方案

- 1、未来网络安全市场规模将持续扩大：**据相关机构预测，家庭网络安全市场作为其中重要细分领域，蕴含着巨大的市场潜力。仅以家庭用户对网络安全产品的需求来看，市场容量可达数百亿元。
- 2、市场解决方案尚处空白阶段：**目前市场上缺乏一款能够全面覆盖通信安全、上网安全、区域守护、亲情联动等多个场景，同时提供四重防护服务的综合性网络安全产品。



中移互联网  
产品全年推广

短期目标:

打开品牌认知度及声量

全面提升产品使用体验

长期目标

扩大产品市场份额

树立中国移动社会公益形象

## 借势阿尔茨海默病日和世界聋人日特殊节点， 融合中国移动数智惠民公益服务举措，提升弱势群体“数字体验”



### 超级SIM守护宝

守护升级，让关心更安心  
消息必达（提醒吃药）、位置守护、AI反诈



### 中国移动云盘

存储升级，让记忆更长久  
照片备份，回忆相册，AI智能助手（找合照、修复老照片等）



### 5G新通话

通话升级，让关心看得见  
超清通话、通话字幕等适老功能



### 欢孝卡及银色守护计划

“五个一”服务体系  
即一套专属解决方案、一系列厅台服务、一系列线上服务、一系列适老化终端、一系列公益活动

### 移动安全管家

#### 功能卖点

#### “四重防护”高效守护

防沉迷——上网守护、防走失——位置守护  
防骚扰——通信守护、防诈骗——反诈守护

#### 适用人群

#### 不同人群不同功能

- 1、30—55岁家长：关注性价比及实际效用
- 2、跨省市漫游用户：异地务工，守护需求迫切
- 3、家庭融合业务订购用户

#### 应用场景

#### 六大场景全方位守护

- 1、位置安全
- 2、通信安全
- 3、上网守护
- 4、亲情联动
- 5、智能助理
- 6、智慧保险

#### 市场契合点

#### 智能、安全、易用、实惠

- 1、专门针对家庭，提供一站式的网络安全解决方案
- 2、中国移动强大的品牌影响力与广泛的用户基础奠定品牌信任，有助于产品快速打开市场

以**技术守护**家庭数字记忆，用**安全结界**捍卫未来生活，  
让每一次产品升级都成为公益反哺的起点

通过“公益发布行动”传递品牌及企业社会责任，  
将产品功能与公益价值深度融合，提升社会影响力

### Part-1 展览互动

## “移起来·守护爱” 主题公益活动

AI趣味互动及展示贯穿全场，  
强化产品卖点体验及科技属性。

### Part-2 发布会

## “安全同享，移路同行” 主题公益行动

通过用户故事、公益承诺、明星互动，  
传递品牌社会责任。

## 创意公益传播，提升品牌美誉度

借势世界阿尔茨海默病月和国际聋人日两大特殊节点，以“线下创意互动体验”+“线上公益惠民举措”的形式，多渠道、多内容持续加码慈善事业，释放品牌公益价值

### 公益传播，让品牌更有力量



## 产品软性传播，联合共创发酵口碑

联合ADC协会，策划线下艺术展、线上专业AD科普、记忆测试和数智适老等数字化服务体验。

\*ADC：国内最大的、专门从事老年痴呆宣传教育等公益性活动的专家志愿团体，系国际阿尔茨海默病协会在国内的唯一正式成员

### 公益展览，让科技更有温度



— 超级SIM守护宝 —  
位置轨迹、电子围栏、AI来电守护



— 5G新通话 —  
通话字幕帮助老人及听障人士无障碍沟通



— 移动云盘 —  
AI修复老照片，留住美好记忆

## 精彩互动路演，奥运冠军公益发声

AD主题圆桌论坛、AD主题舞台剧现场表演、听障主题脱口秀以创意互动形式，倡导社会对特殊人群给予更多关注和关爱。邀请奥运冠军、5G之队成员刘洋出席活动并参加圆桌论坛，从运动员角度分享对阿尔茨海默病的了解和健康生活理念，同时和与会嘉宾、移动云盘、新通话、超级SIM卡等特色产品共同发起公益倡议。

### 公益演出，让守护更有态度



## KOL深度合作，九大平台共同发布

联动@凉子访谈录，围绕"AD患者照顾者"策划深度访谈，立体化展现AD患者的故事，引发广大群众共情。视频在展览现场和抖音、B站、视频号、快手、西瓜、微博、企鹅号、小世界、腾讯等平台共同发布。

公益发声，让传播更有广度



## 趣味场景全沉浸，“有科技感的童年”亮点频出

结合移动安全管家产品推出“安全童享，移路同行”为主题的公益行动，以“公益+体验+场景”三位一体的形式，全面呈现中国移动安全管家产品的服务温度与技术深度，将移动爱家品牌理念具象化、生活化、亲子化，探索出家庭安全守护的数智新路径

### 公益互动，让安全更有深度



邀请奥运冠军、5G之队成员李发彬到场  
讲述自己从赛场到家庭的“双重托举”



**“有益宝藏铺”** —— 共同绘制长卷轴、  
亲子手工DIY，互动中提升安全意识；  
**“有用研究所”** —— 中国移动爱家产品  
现场体验，感受“科技+守护”的魅力；  
**“有知小课堂”** —— 面对面讲授儿童安全  
知识，提升安全意识；  
**“有AI大闯关”** —— 围绕活动场地寻找  
AI守护书签，全家一起玩，轻松涨知识。

# 集省专协同，合力做强品牌公益营销

集省专协同，线上通过公众号、视频号、微博全矩阵多省联动；外部联合主流媒体、行业媒体拉网式报道，新浪、腾讯、网易、搜狐、趣头条、快手、百度等头部互联网平台全覆盖；员工号矩阵私域扩大影响，全新营销形式探索，效果、数据双丰收。

## 公益守护联盟，移起绘制精彩



### 中国移动开展公益守护行动推进“数字惠民”

今年9月21日是第31个世界阿尔茨海默病日，9月22日是第67个国际聋人日。21日下午，中国移动携手中国老年保健协会阿尔茨海默病分会ADC在京开展了世界阿尔茨海默病月暨国际聋人日公益守护行动。



阿尔茨海默病是一种导致认知功能逐渐衰退的疾病。ADC数据显示，伴随老龄化不断深化，我国已成为全球阿尔茨海默病患者人数最多的国家，现有患者近1000万人，预计2030年将达3000万人。此外，据统计，我国也是听障人士最多的国家，听障人士已达2780万人，占全国残疾总人数的30%以上。

### 刘洋Lyoung

记忆的模糊，让他们困在时间的迷宮；万物的沉默，让他们遁于无声的角落。我是刘洋，请和我一起关注@中国移动 阿尔茨海默病月暨国际聋人日公益守护行动。#移起来守护爱# 9月21-22日，来「北京751园区·A23」，走近阿尔茨海默病患者和听障人士，了解他们的故事，以AI之名，为爱守护。...全文



### 微博正文

中国移动 25-9-21 21:04 中国移动通信集团有限公司... 发布于北京

#移起来守护爱# 在爱的世界里，没有遗忘的角落。即使世界变得陌生，我们的手永远紧握，用陪伴和理解，为您筑起一座温暖的港湾。9月21-22日，欢迎莅临北京751园区·A23，参观中国移动世界阿尔茨海默病月暨国际聋人日公益展览，参与#中国移动公益守护计划#让爱与记忆同行。网页链接



转发 评论 赞

### 微博正文

中国移动 25-9-21 18:03 中国移动通信集团有限... 已编辑 发布于北京

9.21「世界阿尔茨海默病日」，关注中国移动公益守护计划，@网页链接 #移起来守护爱#，让爱不迷路。

凉子访谈录 10关注

《咯咯：我看着最爱的亲人，在时间里不断迷路》【完整版】 咯咯，阿尔茨海默病患者家属，她的外婆和奶奶都是患者，外婆80岁时患上了阿尔茨海默病，起初只是偶尔健忘，时常记不起家人名字。后来，咯咯的舅舅因病去世，外婆受到极大的刺激，守灵当天甚至想不起儿子已经去世.....此后，外婆像变了个人。



转发 评论 赞



# 产比高

北京卫视重点报道  
触达人群4000万+



# 媒体全

科技日报、i黑马、  
ZAKER等行业媒体  
拉网式报道



# 反馈佳

社媒曝光3000万+  
品牌美誉度直升



# 站位高

党政央媒站台声量大  
主流媒体曝光3000万+



# 覆盖广

头部互联网平台  
覆盖超1亿



# 拓私域

员工号矩阵私域扩大  
影响，品效双丰收



# 首次尝试 “公益艺术展+专业协会” 共创 从共鸣到破圈

## 撬动 亿级流量 的公益营销



本次公益营销成效显著，中国移动携手中国老年保健协会阿尔茨海默病分会（ADC）与奥运冠军、领域专家、头部KOL、公众一起，以“移起来·守护爱”为核心主题撬动亿级全网传播声量，成功触达千万目标群体。既通过传播放大了公益影响力，推动公众深度参与公益行动，也让品牌的公益担当形象深入人心，实现了公益价值传递与品牌美誉度提升的双重实效，用科技守护爱。

品牌内容总曝光

2.5亿 +

主流媒体曝光

3000万+

头部互联网媒体覆盖

超1亿