

百业青年说：动感地带与时代青年共破职业困局

- **品牌名称：**中国移动-动感地带
- **所属行业：**通讯行业
- **执行时间：**2025.05-12
- **参选类别：**种草营销类

客户层：这两年关于职业，青年们可越来越焦虑了

职业认知单一化

只熟悉自己的本职工作
本职工作之外几乎不理解任何岗位
朋友圈仅限公司员工
也不认识其它职业的朋友



信息过载，网络声音太多

听到太多来自大环境差，赚不到钱
网络平台人均月薪10万+，人人自由旅行
显得自己很失败
各种吐槽职业的弊端



空巢青年，缺少同频交流

在城市缺少社交的机会
朋友少、社交少、时间少
无法获得破圈的信息和机会



职业焦虑 / 迷茫未知

客户层：Ta们焦虑，同时在寻找破局之道

期望获得“破局”的方式和内容

TA们想尝试：
获得前辈的感悟、指点



TA们想尝试：
拥有更多职业的朋友



TA们想尝试：
听到更多职业的真实情况



TA们想尝试：
寻找更多职业的价值



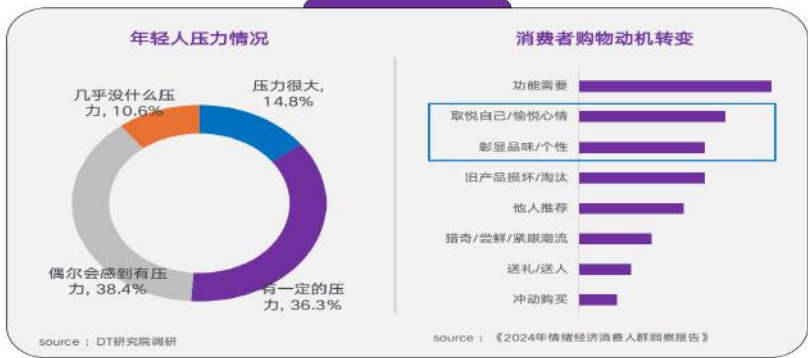
空巢青年，渠道受限，职业迷茫

没有渠道去了解更多真实的职业信息
消息闭塞、渠道闭塞
陷入无限循环



渴望破局 / 渠道受限

内容层：焦虑，但更期望可以「玩」出不焦虑 (悦己第一)



没福硬享

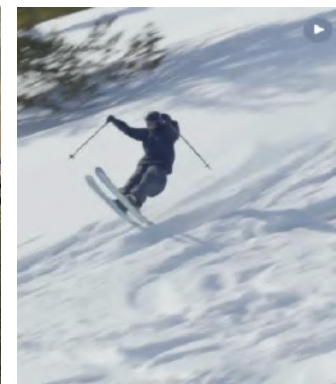
年轻人没福硬享
 喜欢吃什么就吃什么，想吃多少就吃多少，想吃什么时候就吃什么时候，想吃在哪里就吃在哪里。

老一辈没福硬吃
 几餐饭一顿，几顿饭一顿，舍不得吃，舍不得穿，舍不得用。

与老一辈崇尚的“勤俭节约”、“先苦后甜”的生活理念不同，新一代年轻人更倾向于“花式爱自己”，“没福硬享”成为他们的生活态度。他们注重享受当下、及时行乐，在能力范围内对自己更好一些，以此驱散快节奏生活中的压力与焦虑。


一边“吃谷”一边“痛”

原本局限于二次元圈的“吃谷”和“痛”文化逐渐渗透到三次元世界。年轻人将喜爱的角色和人物周边视为情感寄托，作为“精神代餐”，以此抚慰疲惫的心灵，寻找内心的慰藉。



情绪需求 / 轻松悦己

总结 分析



Ta们的职业焦虑
来源于社会的“信息落差”
(无法 / 无渠道获得, 更多真实的职业信息)
如何玩出信息对齐? 是关键问题!

动感地带品牌20年 始终与不同时代的年轻客群，同频前行



2025围绕年轻客群，实现三大目标

- ①**品牌沟通目标：**持续强化“成长同行者”品牌角色，实现心智种草。
- ②**用户互动目标：**强化客户与品牌互动率，实现深度种草与关系沉淀。
- ③**社会价值目标：**为品牌持续发声，强化社会价值，实现价值种草。

构建“情绪共鸣-知识获取-机会对接”的种草闭环 实现从心智种草到行动转化的深度渗透

百业破壁

百大职业邀约 构建跨职业深度对话平台

打破简单的信息分享，构建一个覆盖线上线下、触及100+职业的深度对话平台，系统性破除青年的职业信息茧房



央媒共振

国家级平台的价值背书 与内容共创

央媒的参与，为项目注入了强大的公信力与传播势能，同时触达并影响中国最广泛的青年群体



企业助力

从认知破局到 岗位机会对接的闭环

超越传播层面，真正实现了公益行动从“授人以渔”到“授人以渔场”的跨越。



全媒触达

7大平台/20+账号 矩阵发布多点触达

多平台联动矩阵发布 适配活跃在各个平台的年轻客群



邀约**百业青年**共同交流
搭建职业青年成长交流平台

以轻量化、体验式社交赋能青年自我探索

破除**百业信息茧房**，促进青年认知流动

没有「领导前辈的说教」 只有100+行业的同频好友 给到百业真实分享!

设计师	品牌主理人	自媒体博主	创伤恢复教练	城市空间经理
电商创业者	独立律师	城市规划总监	城市规划总监	心理测绘师
艺术教育创业	渠道销售总监	产品经理	美发沙龙主理人	宠物超市经理
研博学生	情绪疗愈师	高校教师	育儿师	健康管理师

更多100+职业伙伴...



更多职业朋友...

不去「会议室听上课」 只去好玩/好看/好吃的地方 轻轻松松聊天

彻底打破传统说教模式，将交流场景移至年轻人真正喜爱的潮流空间。在咖啡馆、艺术馆、主题空间等轻松氛围中，让职业话题在美食、美景和愉悦互动中自然发生，实现“在对话中看见未来”。

艺术空间

茶室

创意图书馆

咖啡厅

主题公园



怎么能只是听?

画出焦虑/写出犹豫/话出迷茫 直面最真实的自己

突破单向灌输，以“画出焦虑/写出犹豫/话出迷茫”为独特触点，在沉浸式工作坊中引导青年将抽象情绪视觉化、语言化，实现从被动聆听到主动表达的范式转换，完成与真实自我的深度对话。

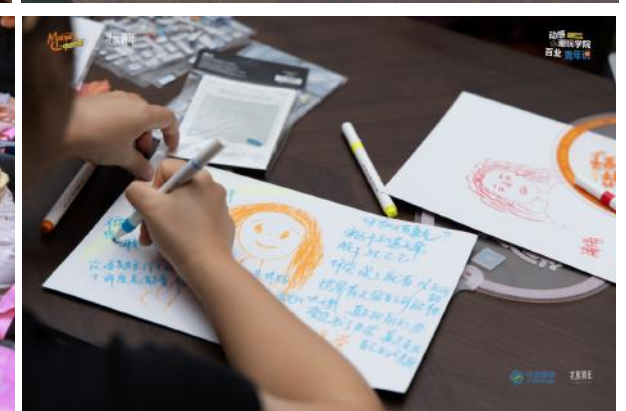
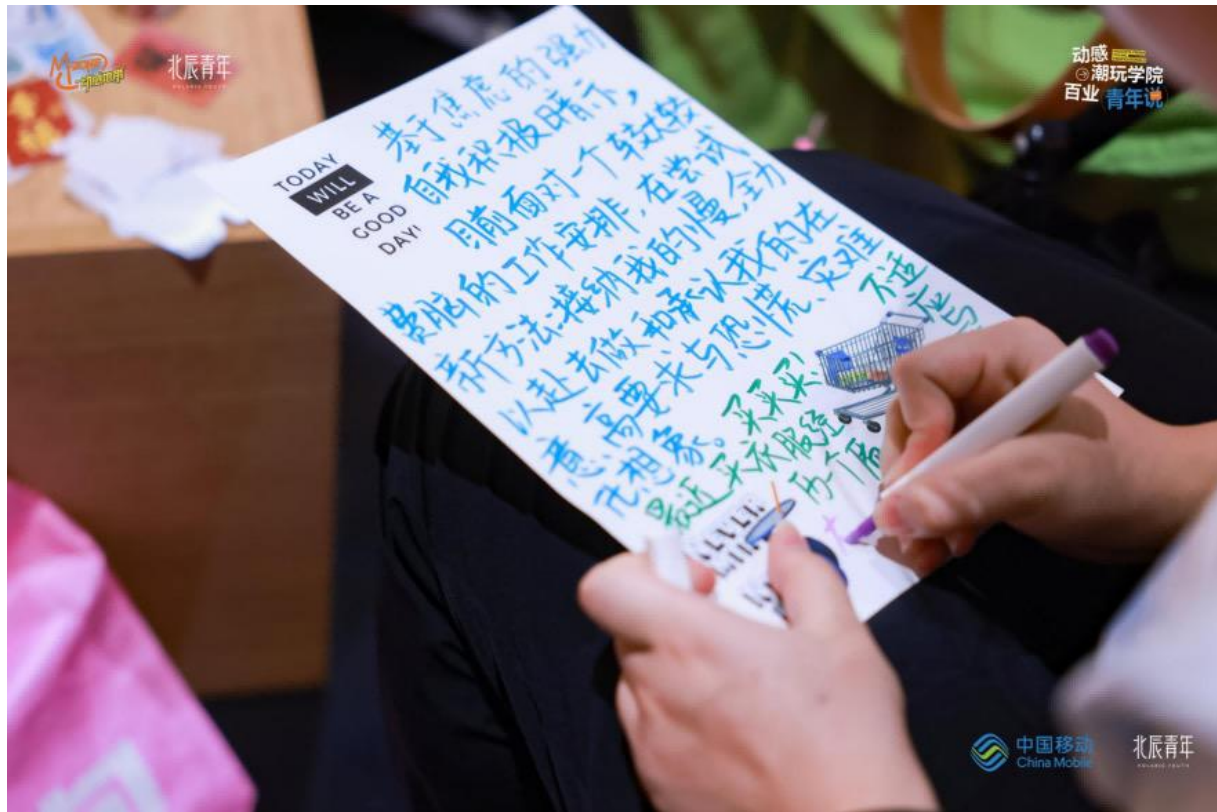
情绪可视化

参与式共创

仪式化表达

安全场域搭建

心理具身认知



不只是深度的聊天 还是真实百大职业图景 的祛魅与重构

打破互联网上繁杂的、过度解读的、电视剧演绎的职业滤镜
通过真实从业者的内容分享看见真实的职业画像



看电视剧，总觉得律师可以，随便“去监狱捞人”

悲剧是我真倒霉，喜剧是你在看着“我真倒霉！”

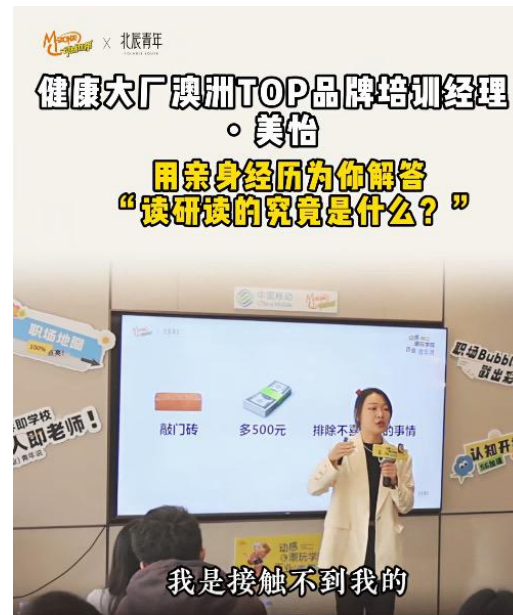
先撞南墙，找到自己的“不要”也是一种收获

学历只是标签，不是定价，更不会定义未来



线上内容同步 和更多职业迷茫的青年 进入百业的世界

通过线上内容矩阵同步线下精彩，让跨地域的年轻人 都能触及多元职业故事，将“百业青年说”扩展为持续影响更广泛青年群体的开放式内容平台。



来自央媒的认可 —— 与「中国青年报」一起，为中国青年指引前路

中国青年报 × M-ZONE 动感地带

挖掘广东省内非遗守护人、野生导演、外卖骑手、返乡创业青年等多个职业领域素人的故事
真实呈现当代年轻人多元的青春选择与奋斗路径，与广东移动动感地带共同塑造积极向上的青春品牌形象

读外卖了没前途 毕业不找稳定工作？
读那么多书白费了 不是谁都能拍院线的
编竹子？没出息
当导演？不务正业
这手艺早就该淘汰了 你什么都不懂
回农村？失败者
就是在浪费青春 毕业了去编花篮？



主题公益纪录片，视频截取 ——

央媒共振，内容共创，把这艘“摆渡的舟” 让更多中国青年，稳渡“职业的河”

中国青年报 × M-ZONE 动感地带

国家“稳就业”大方针响应

中国青年正能量树立

精准触达30岁以下客群 (占81%)



中国青年报-B站



中国青年报-快手



中国青年报-客户端



中国青年网



中青在线

10+头部企业助力 搭建从信息了解到 到机会对接的完整支持链

基于中国移动的品牌生态联盟，联动多家知名企业

开放优质职位，将活动从“认知启迪”阶段推进至“机会对接”的实践层面，构建了“信息-对话-机会”的可持续赋能生态。超越了传播层面，落地为切实的解决方案。我们搭建了从破除迷茫到看见路径、甚至迈出第一步的桥梁，真正实现了公益行动从“授人以渔”到“授人以渔场”的跨越。



7大平台 / 20+账号 矩阵发布多点触达，高效种草



构建覆盖7大核心社交平台的立体化传播矩阵，联动超过20个品牌账号及合作IP账号，精准匹配Z世代用户的触媒习惯。通过深度分析不同平台特性，定制差异化的传播策略，实现了从内容形式到互动方式的平台适配。多平台联动的网状传播体系，确保品牌信息在不同社交场景中以最适形态呈现，实现对年轻客群的无缝渗透和持续触达。



动感
潮玩学院
百业(青年说)

INSIGHTS FROM
YOUNG
PROFESSIONALS



动感地带数智代言人

橙络络

项目成效

项目整体曝光量, 获得广泛关注

1亿 2500 万+

全平台互动量, 积极讨论

107 万+

品牌好感度季度指数提升至

96.2 %

品牌会员活跃率提升

34.9 %

全网助力青年成长

100000 +