

TCL全域全维运营，以“她力量”重塑品牌价值

- **品牌名称：**TCL
- **所属行业：**大家电
- **执行时间：**2025.09.30-11.01
- **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://news.qq.com/rain/a/20251009V07JZO00>



行业发展背景

01

科技及制造业竞争已从单纯的技术参数比拼，升级为**品牌价值观与用户情感认同**的博弈。

品牌亟需通过价值观层面的深度沟通，与高价值人群**建立更深度的情感连接**



品牌传播现状

02

TCL作为全球领先的科技企业，科技硬实力已建立稳固心智。

在此基础上，**品牌致力于向人文温度延伸**，以差异化的内容载体承载品牌理念，实现从功能认同到价值共鸣的心智升维。



营销困境与挑战

03

如何让大众感知科技背后的人文温度，在潜移默化中完成品牌价值的柔性升华？

如何以真实可感的内容形态，与目标人群建立深度沟通，让科技品牌的精神底色被更广泛地看见与共鸣？

整体目标

品牌升维与质感塑造

以深度内容为载体，升维TCL的品牌人文温度与高端质感，构建差异化品牌形象

深化好感与信任

借力高管魏雪的独特视角与个人魅力，拉近品牌与用户的距离，深化用户好感。

资产沉淀与指标拉动

实现品牌舆情正向提升及NPS有效拉动，将个体影响力沉淀为可持续的品牌资产。

传播目标

内容高效曝光

通过精准渠道策略，实现优质内容的高效分发与曝光，触达核心目标人群。

激发互动热情

以强共鸣内容激发用户参与，增强用户粘性。

撬动社交裂变

以“爱心赞+转发”为支点，撬动社交圈层裂变，最大化放大内容的话题势能与传播声量。

01 核心策略

以人物叙事赋能品牌理念

突破传统企业宣传片模式，将TCL副总裁魏雪作为品牌理念的“首席表达官”，以真实人物故事承载品牌价值。

利用腾讯新闻的深度内容生产能力，以魏雪的视角开启中女对话节目，聚焦熟龄女性的自我成长与自我成就，讲述“中女时代”的熟龄故事与有为人生，让用户通过高管视角感知品牌的精神内核。



02 创意亮点

纪实性女性对谈

与腾讯新闻共创纪实性女性对话IP《有所魏》。TCL副总裁魏雪对话影视、体育、艺术等领域杰出女性，聚焦熟龄女性的自我成长与自我成就。

通过高品质的纪实影像与真诚的对话场域，传递“中女时代”的从容力量与“有为人生”的精神质感，以真实的情感共振引发观众深层共鸣。



03 议题设置

品牌理念自然植入与硬核表达

将TCL在全球化布局、科技向善、企业文化等维度的理念，自然融入对谈内容，实现品牌价值的“软性植入”与“硬核表达”



01 PHASE ONE 预热造势 · 悬念制造



精剪金句片段

精剪魏雪与对谈嘉宾的金句片段，提炼核心观点。

预告片引期待

通过高质量预告片引发用户对内容的期待，制造话题悬念。

积蓄关注度

为正式上线积蓄流量池，确保首发即热点。

02 PHASE TWO 深度爆发 · 核心落地



双端同步上线

魏雪个人视频号 + 腾讯新闻客户端正片《有所魏》同步首发。

黄金资源曝光

依托腾讯新闻闪屏、信息流等资源位进行强势推广。

公私域联动

实现公域流量引入与私域用户沉淀的双向循环，精准触达。

03 PHASE THREE 长尾发酵 · 二次传播



多领域KOL联动

联动科技、社会、娱乐等多领域KOL进行深度观点解读。

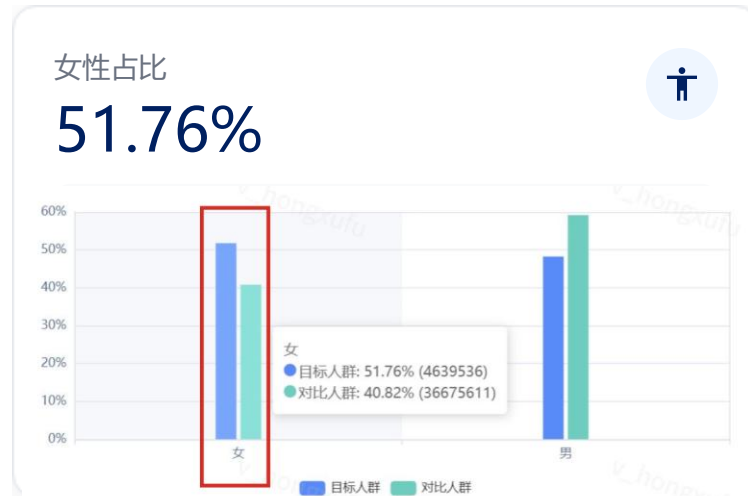
圈层共识

通过集体发声，实现从“单点爆款”到“圈层共识”的转化。

延长生命周期

最大化延长营销内容的生命周期，持续产生影响力。

人群画像 (腾讯新闻端节目人群)



曝光数据

项目总曝光

7000w+

视频号@TCL魏雪

播放量 425w+

社交裂变率 4%

互动率 7%