

《量子国家队 阔步向未来》

- **品牌名称：**中电信量子集团
- **所属行业：**通讯
- **执行时间：**2025.11.10-2026.01.01
- **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://www.xiaohongshu.com/explore/696a1c4b000000002202024b?xsec_token=AB1Ut25ivVrOAOHHV6UrtWqX_wmWE_JKFOkk_UAtsurw8=&xsec_source=pc_collect

营销背景



国际形势与国家战略

当前，全球量子科技竞争进入“白热化”阶段，大国博弈已延伸至微观粒子层面。量子科技已成为重塑国际科技格局的关键变量，国家亟需一支代表国家意志、服务国家安全的“国家队”在核心技术上实现突围。



行业发展与市场现状

尽管量子技术前景广阔，但公众及B端用户对量子技术的认知仍停留在“实验室黑科技”阶段，存在理解门槛高、应用场景模糊的痛点。同时，市场上缺乏兼具国家高度与技术温度的品牌叙事。



品牌挑战与机遇

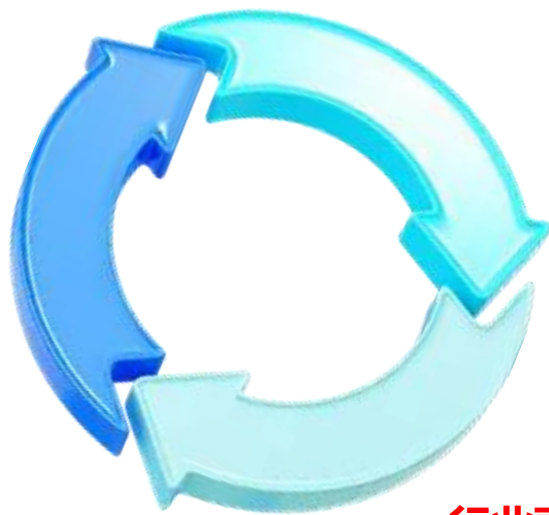
中电信量子作为“量子国家队”肩负着抢占全球量子科技制高点的重任。如何将晦涩难懂的量子科技语言（QKD、PQC、量子计算等）转化为大众与行业能感知的品牌力，如何通过视频内容确立“全球量子科技引领者”的品牌形象，是本次营销面临的核心挑战。

营销目标

从认知破圈、形象确立到行业影响三个维度设定目标，体现“国家队”的担当。

品牌认知破圈 (Awareness)

通过多渠道视频传播，打破量子科技的“高冷”壁垒，触达亿级受众，显著提升“中电信量子集团”品牌在公众视野中的曝光度与认知度，实现从“技术名词”到“国家品牌”的认知跨越。



品牌形象确立 (Image)

精准传递“国家队、主力军、排头兵”的品牌定位，确立中电信量子集团“全球量子科技引领者”的行业地位，强化“守护国家安全、服务国家利益”的品牌信任感。

行业声量与标杆 (Influence)

在通信、政务、金融等核心行业圈层引发深度共鸣，通过展示“天地一体”基础设施与全栈式产品，树立量子安全应用的行业标杆，赋能千行百业数字化转型。

营销策略

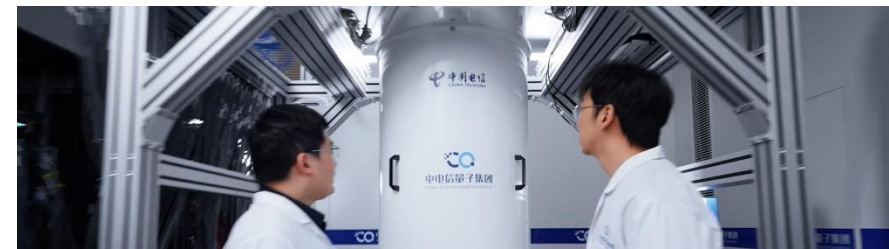
以“步”为引，串联时空

抓住“量子国家队 阔步向未来”的主题，将量子科技发展的宏大叙事解构为“突围、开创、超越、爆发、颠覆、飞跃”六个关键步伐。



硬核科技，软性表达

采用“科技美学”的视觉语言，将QKD密钥分发、量子计算云平台等复杂原理转化为可视化的视听奇观，实现“国之重器”与“人文情怀”的完美融合。



创意亮点1

创意概念：

量子国家队 阔步向未来

视频以“脚步”作为贯穿全片的视觉母题。从青海湖畔的科研足迹，到天地一体的量子星座；

从突破千比特的算力爆发，到百公里级的单光子雷达探测。

每一步都象征着中国量子科技从跟跑、并跑到领跑的历史性跨越。



创意亮点2

叙事结构：

大国叙事与微观视角结合

宏观层：

展现国家战略布局、全球量子竞速的大背景。

中观层：

聚焦通信、计算、测量三大核心业务板块，展示“天行”系列国之重器与全场景应用。

微观层：

通过科学家、工程师、普通用户等不同角色的“笑脸”与“触碰”，传递科技服务于人的温暖内核。



创意亮点3

视觉呈现：

虚实共生的量子美学

AI技术与实拍结合

运用高精度AI技术构建

“量子长城” “天地网络” 等视觉符号

结合实景拍摄（如办公楼、实验室、城市地标）

打造兼具工业质感与未来科幻感的视觉盛宴

完美诠释“中国精度”与“中国速度”



注入中国速度

*部分画面由AIGC生成

传播目标受众

为实现“量子国家队”品牌认知的**精准触达与深度渗透**，项目团队构建了**三层级内容策略矩阵**

确保不同圈层受众获得适配信息，并通过差异化内容形态匹配主流平台调性。

视频上线后一个月内，企业官网“解决方案咨询”入口访问量增长**207%**，多地政务单位主动联系洽谈合作

公众大众



核心诉求
科技好奇、国家认同
内容定位
情感共鸣 + 科普化叙事

B端政企客户



核心诉求
安全需求、技术可信度
内容定位
行业价值 + 应用场景

专业科研人员



核心诉求
技术前沿、创新突破
内容定位
学术严谨 + 成果展示

传播媒体平台

通过“1个主片 → N个子内容”的内容裂变模型，建立“中央媒体主导 + 社交平台引爆 + 垂直领域深耕”

三级传播矩阵实现从“品牌曝光”到“认知深化”的递进式传播

第一层：央视新闻、新华社、人民日报等权威媒体首发，奠定公信力；

第二层：中国通信学会、中国电子报、金融时报等行业媒体深度报道，强化专业背书。



100+ 央级媒体平台，**140+** 省市级媒体平台，相关政府部门宣传平台、行业媒体、财经媒体等联动

传播媒体平台

通过“1个主片 → N个子内容”的内容裂变模型，建立“中央媒体主导 + 社交平台引爆 + 垂直领域深耕”

三级传播矩阵实现从“品牌曝光”到“认知深化”的递进式传播

第三层：微信视频号、抖音、小红书、微博、B站同步上线，形成社交裂变；



社交媒体互动量

累计点赞、评论、转发

超**180万**次



传播话题与用户反馈

围绕“量子国家队”核心概念，策划多个传播话题

项目不仅实现了**广泛的传播覆盖**，更在用户层面产生了显著的**情感共鸣**与行为带动，验证了内容营销的实效性。



#量子国家队#:

主打家国情怀，情感共鸣，引发全民对科技强国的自豪感；

#我的量子生活#:

鼓励用户晒出“安全通话”“数字身份认证”等使用场景，UGC互动；

话题总阅读量超 **150** 万次

其中 #量子国家队# 登上微博科技热搜榜第**8**名，持续24小时。

用户评论关键词:

正面情绪占比 89%，关键词包括：“震撼”“民族骄傲”“安全感”“原来量子离我们这么近”，印证品牌信任感成功建立。

用户主动创作:

在小红书、B站等平台，出现 120+ 条用户自发创作的“量子科普笔记”与“致敬科研人”视频。

传播整体效果

亿级曝光量，行业&公众全域覆盖

本视频通过“国家级会议背书+全媒体矩阵分发”，实现行业与大众视野多领域传播。

- 全网曝光量：突破 **2亿+** 次，成功将“量子国家队”概念植入公众心智。
- 媒体报道矩阵：触达 **100+** 家央级媒体、**140+** 家市级媒体，形成权威声量池。
- 全网报道声量：累计产出高质量报道及话题讨论 **9000+** 篇。
- 品牌搜索指数：百度指数显示，“中电信量子集团”搜索量较发布前提升 **312%**；

线下国家级展会硬核传播，线上多网络平台联合传播

线下在**量子产业大会、数博会**等多个国家级顶级盛会上

以**品牌形象**视频，连番循环播出

直接触达**数千名**全球顶尖科学家、政府领导及行业精英

线上同步在**视频号、小红书**等自媒体与网络媒体，打通传播链路。

