

# 中国移动&苏超联赛 “苏晓伴” 十三城Citywalk事件营销

- **品牌名称**：中国移动
- **所属行业**：通信行业
- **执行时间**：2025.03.10-11.30
- **参选类别**：体育+数字营销类

# 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://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNjUxMzY3MzgXMg==.html](https://v.youku.com/v_show/id_XNjUxMzY3MzgXMg==.html)



# 行业趋势与赛事现状

## 现状

体育赛事成品牌破圈核心载体，苏超联赛作为江苏本土现象级体育 IP，坐拥庞大球迷基础与全域曝光潜力。

## 痛点

苏超赛事营销存痛点：广告形式单一、用户互动薄弱、地域渗透不足。

## 破局

5G-A 普及推动营销科技化/场景化，AI数字IP成情感纽带，Citywalk成激活本地消费与用户参与的新抓手。

## 品牌核心挑战

- **技术赋能**：依托苏超赛事差异化凸显 5G-A 优势，规避“技术堆砌”营销误区
- **IP 升级**：推动苏晓伴IP从“功能工具”向“情感伙伴”转型，提升 IP 认知与用户粘性
- **全域破局**：借十三城Citywalk打破地域局限，联动小微/政企资源，实现品牌曝光 + 业务转化 + 生态共赢



# 科技赋能苏超联赛升级体验

01

## 科技赋能赛事

利用5G-A技术，提升苏超联赛现场与线上观赛体验，智慧场馆数字化服务，科技形象升级。



02

## 全场景营销策略

结合现场观赛、线上直播与社交话题，打造全场景营销，促进个人业务、政企合作及本地生态融合增长。



# 移动5G智慧生活赛事实现多赢

01

## 品牌目标

强化5G-A智慧生活定位，  
提升品牌好感度15%，社  
交曝光破50亿。

02

## 用户目标

新增5G套餐用户10万，  
高清电视专区订阅8万，  
营业厅接待5万，私域  
用户3万。

03

## 商业目标

联动小微企业，合作  
本地商户50家，推进  
3-5个智慧场馆及校园  
项目。

# 苏超赛事升级营销策略

01

## 赛事升级策略

聚焦赛前预热、赛中引爆、赛后沉淀，科技赋能，互动激活，生态共赢，打造差异化营销。

02

## 营销核心维度

结合LED屏广告优化，竞品排他精简，文创开发布局，实现赛事科技化、流量互动化、价值生态化。

# 核心营销策略

## 亮点一：技术场景化落地

5G-A 打造多视角直播/VR 观赛等服务，覆盖场馆/营业厅/Citywalk 三大场景，直观传递技术价值，强化科技品牌认知



## 亮点二：IP 情感化赋能

苏晓伴 IP 全周期陪伴赛前/赛中/赛后，从功能工具升级为情感伙伴，深化用户连接、提升粘性



构建**技术+IP+场景**三维融合体系，打破传统体育营销边界，实现多重价值突破

## 亮点三：场景全域化渗透

十三城 Citywalk 联动文旅/商户，打造足球打卡路线，以赛带游、以游促赛，构建品牌 + 城市 + 商业共赢生态



## 策略协同价值

三大亮点联动，提升品牌差异化竞争力，实现全域覆盖 + 商业转化，达成品/户/商三方共赢，打造可复制的体育营销新思路



- IP苏晓伴打造



- 十三城Citywalk联动



# 赛前预热

01

## 科技悬念事件

中国移动借5G-A发起苏超角标预约活动，可定制角标，含抽奖赢门票、流量包等彩蛋。

02

## 小微企业联动

中国移动响应苏超遴选，为参与赞助的本地小微企业提供5G套餐折扣、线上曝光、线下引流三重福利，联合发起星计划筛选10家商户免费提供广告资源。

03

## 内容预热

苏超名场面5G重制计划：联合组委会调取2025经典赛事，5G-A技术4K修复、音效重制，短视频多平台投放并互动抽奖预热。

# 赛中引爆：智慧观赛升级

## 01 网络保障升级

延续“海陆空”立体保障体系，部署5G-A宏微站及AI板卡，搭配无人机、机器狗应急设备，推出“观赛网络护航包”，现场用户可领10GB免费流量。

## 02 多场景观赛覆盖

全省150家移动营业厅升级“第二现场”，增设巨幕、互动游戏区，可体验5G-A应用，合作商户有餐饮饮品优惠；优化移动高清电视赛事专区，新增语音查询功能。

## 03 直播互动创新

联合苏超官方直播平台推出“5G-A多视角直播”，可切换专属视角并搭配实时数据统计、战术分析弹窗，发起绑定南京移动品牌关键词的“口令红包”“弹幕抽奖”。



# 赛中引爆



## 全民互动事件

线上发起#5G速传苏超热爱#话题挑战，设知识答题；线下搭建快闪店，设互动游戏，邀KOL打卡直播。



## 品牌曝光升级

借助苏超LED屏轮播广告、动态文案，门票手册文创植入LOGO及二维码，引导关注沉淀流量，精准触达核心人群。

# 赛后沉淀

## 01 内容沉淀

制作《2026苏超·移动科技赋能实录》专题片播放；发起“我的苏超观赛故事”征集并汇编成册赠送。

## 02 商业落地

小微企业营销复盘赋能，政企智慧场馆方案推广，文创产品联动发售。

## 03 用户运营

私域精细化运营：沉淀用户入社群，推送优惠活动福利，发起线下聚会，推出会员体系享特权，增强粘性打造长期关系。



# 全渠道媒体矩阵

广播 + 网络 + 移动 + 户外 + 社交，赛前至赛后全周期投放，精准触达、实时优化，实现全域曝光



## 广播媒体

- 平台：江苏交通广播、南京新闻广播 + 十三城地方交通广播
- 投放：赛前 2 周 - 赛中，早晚高峰各 2 次，30 秒音频广告 6 条
- 内容：赛事预告、5G 福利、苏晓伴互动、Citywalk 指引，融入专属音效 / 语音
- 优化：依听众反馈调整内容，强化福利引导

- 平台：腾讯/爱奇艺/优酷体育+新浪/网易体育
- 投放：赛前 1 周 - 赛后 1 周，贴片/开屏/信息流广告共 36 条
- 内容：突出 5G 多视角直播、三方联合标识、福利领取
- 优化：实时监测数据，关停低点击率素材，加大高转化素材投放

## 网络媒体



## 移动媒体

- 平台：移动APP/苏晓伴小程序+移动高清电视+定向短信
- 投放：赛前3周-赛后2周，多形式广告+专题页+精准短信推送
- 内容：整合赛事直播、苏晓伴互动、观赛福利/打卡提醒
- 优化：按APP活跃度调频次，短信精准定向，避免用户骚扰

- 平台：十三城核心商圈 LED 屏+场馆大牌+地铁/公交站台+打卡点指示牌
- 投放：赛前3周 - 赛后1周，24h/12h 分时段投放，多形式物料超 180 件
- 内容：赛事+5G+苏晓伴宣传、观赛福利、Citywalk 路线/打卡任务
- 优化：依人流调整广告点位，补充高流量区域布局

## 户外媒体



## 社交媒体

- 平台：抖音/视频号+微博+小红书
- 投放：赛前3周 - 赛后2周，短视频/笔记/话题共 56 个，每日更新
- 内容：短平快实测/花絮、话题运营/抽奖、打卡攻略/文创种草
- 优化：监测互动数据，加大爆款投放，适配平台调整内容风格

# 营销效果 & 市场反馈

## 核心成果

以苏超联赛为载体，融合苏晓伴 IP+十三城 Citywalk，打造科技+体育+IP+文旅全场景营销标杆，覆盖赛前/赛中/赛后全周期，线上线下全域渗透，圆满达成并超额完成预设目标，实现短期效果与长期战略价值统一。



# 三维度核心成效

## 01 品牌维度

- 强化双形象：中国移动「5G-A 智慧生活引领者」、苏晓伴「贴心生活搭子」
- 品牌好感度提升**18%**（超目标15%），社交话题总曝光**58 亿**，核心话题 #苏晓伴陪你逛苏超 Citywalk# 曝光**9.2 亿**，品牌声量、口碑双增长

## 02 用户维度

- 新增 5G 套餐用户**12.3 万**（超目标 23%），高清赛事专区订阅**8.7 万**
- 线下客流 **9.1 万**，私域沉淀 **3.5 万**，苏晓伴 IP 互动用户新增**6.2 万**，用户认知与依赖度显著提升

## 03 商业 & 政企维度

- 联动本地商户**92 家**（超目标15%），合作商户客流平均提升**22%**
- 达成 4 个智慧场馆、2 个校园体育数字化改造意向，打造 3 个「足球 + 文旅 + 科技」Citywalk 示范点位，夯实长效合作基础

## 市场价值与行业意义

01

依托苏超 243 万现场观赛、22 亿线上直播流量，  
实现本地化、年轻化深度渗透

02

形成可复制的技术 + IP + 场景营销模式，为体育  
赛事与品牌融合营销提供新思路，树立行业标杆

