

南方电网 “电力点亮美好” 品牌传播

广告主：南方电网

所属行业：电力行业

执行时间：2018.08-12

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

2018 年是改革开放 40 周年，同时也是广州有电 130 周年。南方电网希望借此时机，在传达致敬与纪念的同时促进用户关于电与生活的联想，以深化品牌“万家灯火，南网情深”的理念，提升用户对“电”的感知与品牌美誉度。

挑战：“电”如何做营销，一直是个难题；此前，南方电网“万家灯火，南网情深”的深入人心，但如何在社媒时代，与年轻大众建立情感连接和参与互动？提升品牌温度是本次营销的最大挑战。

营销目标

- 1.有效调动用户参与，在社媒上引爆。
- 2.深度传递品牌温度感，提升品牌感知度与美誉度。

策略与创意

洞察：如何让大众对“电”有感知，且建立情感连接？我们回归电的本质。电，是改变人类文明史的一种动力，是一种带给社会美好的力量。而美好，是个抽象的概念，如何将美好加以具象、沉淀，并表达情感，我们聚焦“美学”一词。美学，是艺术，也是情感，是行动，也是表达。创新地将“电力”与“美学”尝试连接，找到电对人们日常生活感受的撬动点，以“生活美学”的主题内涵来实现电对于年轻大众的情感连接。

策略：

“电力美学”传播要基于“生活”之本，源自生活，又沉淀于生活，所以本次传播在媒介策略上突破了传统的深度核心媒体+广度全人群覆盖媒体组合，更着力于“生活场景媒介”的构建——包括与广州公交、广州地铁、广州公安、广州国美等日常生活媒介触点的打通和呈现，以及阿里数梦工场等网红品牌的的联动合作；在线上媒介展开之后，线下回归至真实的“美学”具象，在网易易间咖啡厅通过光影展来聚焦前期各渠道的“美学”内容，让“生活美学”的主题内涵得到较为具体的承接和结晶。

创意：



从南方电网深蓝出发，通过“电力”相关的元素做延伸，简洁明了的展现“电力美学”的征集与极具社交分离的“pick”内容设置，展开内容征集。



“中国改革开放 40 周年，广州有电 130 年，在广州，记录着你与“电”的动人一刻；灯光璀璨的大美广州；夜幕降临，华灯补上，光影如诗；戏院、酒家……古老的招牌让我们穿越旧时光……” 整合人文街影、城市光影等美图美文的短视频，让“美学”更具生活美学与城市美学的内涵。

执行过程/媒体表现

第一步：2018年8月8日，微博全面开启大众征集——“电力美学”发现并分享，新浪官方传播与KOL圈层引导为，双微及门户传播为辅

——新浪跨平台合作，发起#电力美学，点亮美好#美图征集令。邀请网友一起寻找自己身边的“电力美学”，并通过光影的方式进行记录、分享和讨论。同时利用具有方向指引、点赞肯定以及电流能量内涵的安培手势（这里应该有图例）强化活动视觉锤，形成一起致敬改革开放，为广州有电 130 周年点赞的仪式感，提升参与度。

同时充分利用微博平台热门话题、超级粉丝通、品牌速递等强势资源扩大活动与话题曝光，借势@ 星空 STARZ、@韩 bean @Oo 妖妖 o 等微博大 v 的力量扩大活动、话题声势，传播影响力。



广州供电 

【PICK你的C位电力美图】生活充满美好，#电力美学#将这份美好华丽升级。在这次美图征集活动中，我们收到了广大用户的热心投稿。在一张张“电流涌动”的图片里，我们重温了广州有电 130 年的历史，见证了电力新时代的机械变迁，同时也感受了柴米油盐酱醋茶的小确幸。那么，下面哪张图才是你的心目中的“电力美图”呢？赶紧点击下方链接PICK你的C位电力美图吧。

[PICK你心目中的电力美图 收起全文 ^](#)



PICK你心目中的电力美图

中国改革开放40周年，广州有电130年，哪张美图描绘了你的美好生活？

[参与](#)

(@广州供电 官方征集发起)



(独具内涵的“安培”手势作为认证手势参与)



(电力美学上榜“超话”，阅读 1162.3 万，讨论 1.1 万，反响热烈)

第二步：2018 年 8 月中旬，活动一周后，通过视频推动持续升温——PUGC 高质内容引发活动持续关注，深化主题

发布趣味视频，形象幽默地讲述广州有电的美好故事，助力话题发酵，进一步引发用户去寻找身边的“电力美学”，用“电”分享自己对于美好生活的定义和追求。

<https://weibo.com/tv/v/GuWfs6eC8?fid=1034:4273703765368856>

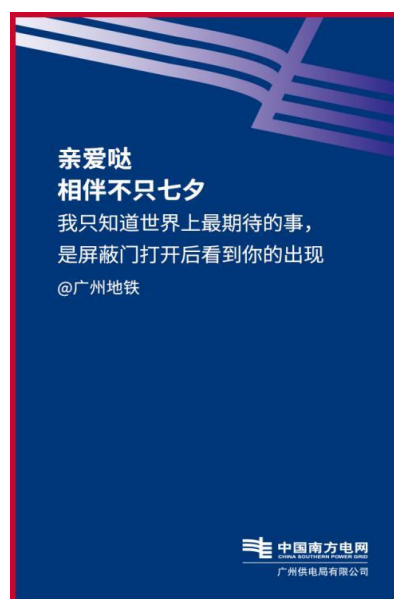
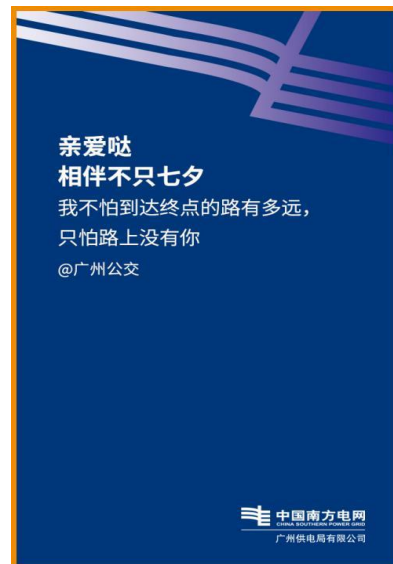
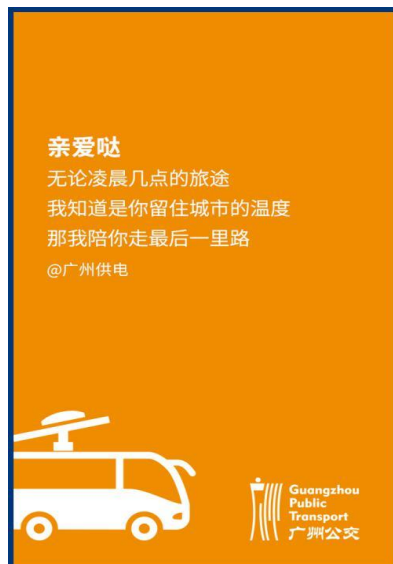
<https://weibo.com/tv/v/Gv4Z4kpZC?fid=1034:4274072859907772>

(各类风格各异的美学视频总播放量达 10w+)


第三步：

2018 年 8 月下旬，活动最后一周，生活网络跨界助力——与广州地铁、广州公安、广州公交集团、广州国美、阿里数梦工场等跨界联合发声，并通过网易电波媒体，打造“生活场景媒体”传播矩阵

七夕期间，联合新浪广东、广州地铁、广州公安、广州公交集团、广州国美等与用户日常生活紧密相关的生活服务品牌，发起了一场热情走心又趣味横生的互撩。结合各自品牌的特性，以土味情话的形式，将“电力”融入到人们的日常甜蜜与美好表达，引发联想与共鸣。从而引发大量网友围观，进一步点燃话题热度，扩大活动参与。




亲爱的
你知道你和星星的区别吗?
星星点亮夜晚
你点亮有我的城市
@广州供电




广州公安
Guangzhou Municipal Public Security Bureau

亲爱的
相伴不只七夕
我只知道世界上最危险的城市
就是没有你的城市
@广州公安




中国南方电网
CHINA SOUTHERN POWER GRID
广州供电局有限公司

亲爱的
无论梦想的距离或远或近
我知道有你与我“心电感应”
@广州供电



Dt Dream
数梦工场

亲爱的
相伴不只七夕
我知道数据连接梦想的蓝图里,
有你和我一起编织梦的云路径
@数梦工场



中国南方电网
CHINA SOUTHERN POWER GRID
广州供电局有限公司

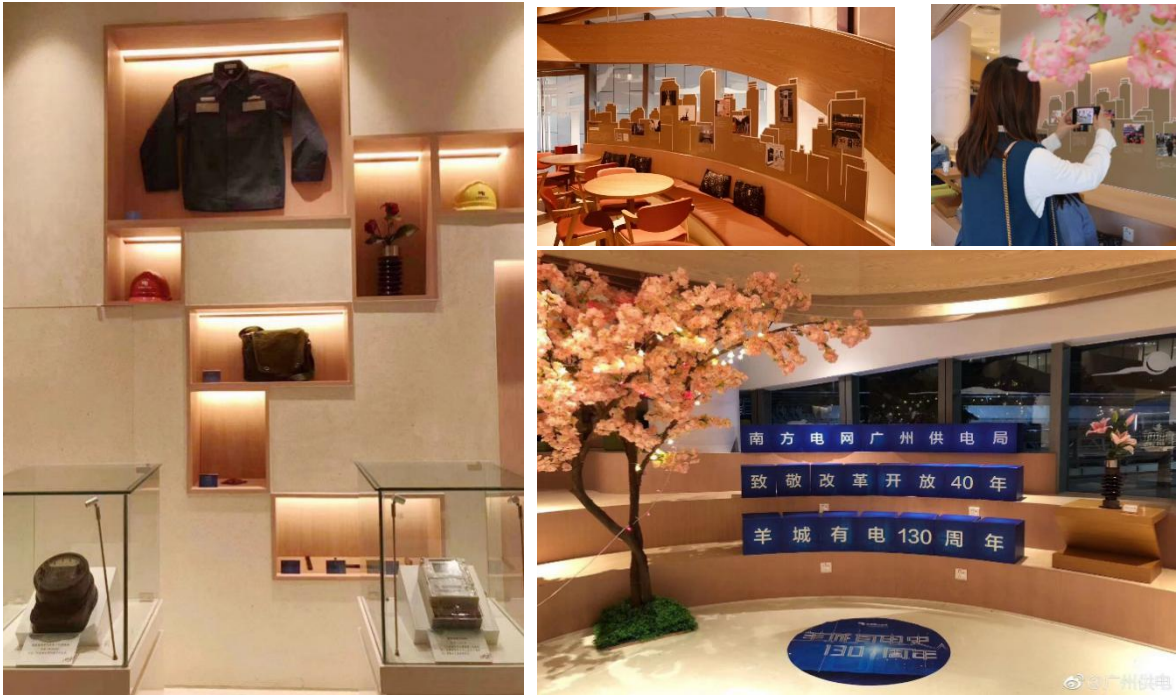
2018 年 11 月，征集完成及专家评审后，网易专题合作，创意式“有声图书馆”的专栏内容进行巧妙传播，形成热点

与网易声音图书馆合作，开设“羊城有电 130 周年”专栏内容，以视听的方式分享羊城的有电历史，以及发生在历史中的美好故事，进一步推动“电力美学”分享、热议。



第四步：2018 年 11 月，线下活动结晶收尾——与网易易间咖啡厅合作，将大众创作内容与品牌内容以光影展的形式沉淀并展出

与易间咖啡厅合作举办“致敬改革开放 40 年·羊城有电 130 年”主题光影图片展，将#电力美学，点亮美好#美图征集令活动评选出的优秀作品与老电表、电力工具等历史文物、珍贵历史照片等一起展出。让用户在品味时光，讨论美好的地方感受电力的美好、岁月，以及故事，从而深化品牌理念的场感感知，使话题更具情怀。



营销效果与市场反馈

线上线下总参与人数：300万+

作品投票参与数：17962票

#电力美学#话题阅读量：1161.7万

官微互动及讨论量：3000万+