

广东电信“5G 攻略”沉浸式互动剧场

广告主：中国电信集团广东公司

所属行业：运营商

执行时间：2019.11.09-11.22

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

伴随着“5G 牌照发布”到“5G 正式商用”的有序进行，2019 年毫无疑问将成为 5G 的元年。三大运营商逐渐取消“不限量”套餐，“流量包”产品重新投入市场已成定局，“5G 之战”的新阵地即将形成，携号转网脚步愈发逼近，用户选择权放大，运营商格局生变，新设备、新技术、新应用，各有机会。近 5 年，移动市场年化增长率仅 3%，“增量市场”不成立，存量市场是关键，品牌要做的是忘记“唯份额论”趁“5G 之机”赢下存量战，挖掘“存量用户”需求，开启全新增量。

而暂无故事可讲，无大幅度让利，无优势产品是目前三大运营商面对的窘境，而刚刚面世的 5G 对大多数人来说也还是陌生的，打造差异化的品牌气质完成心智占位，是电信 5G 品牌的首要任务。

营销目标

针对“5G”的品牌形象、核心卖点、功能场景及业务政策作全方位宣传，打开“电信 5G”品牌及业务的市场认知；让普通大众能真正感知、体验到电信 5G 带来的新体验，同时让用户留资转化。

策略与创意

首次沉浸式 5G 互动的体验 一场高科技特工主题的狂欢 线上线下全面打造电信 5G 差异化

大众对于传统线下场景营销已经没有记忆点，所以提出特工剧情 5G 沉浸式剧场的创意概念：注重人物体验，场景式展示、情景式植入，参与感强，分享性高。将电信 5G 低时延、高速率、大连接的特点用于高科技互动装置，以特工剧情为故事线将整个活动场馆化身科技网红前沿打卡地，赋予电信 5G 在消费者眼中科技潮流前沿的印象，打造电信 5G 品牌的差异化。

百万网红直播、垂直地域大号强推、全面媒体报道等线上媒体传播与线下沉浸式体验馆科技互动互相转化，打造活动、传播、业务闭环，实现用户留资转化。

执行过程/媒体表现

体验机制：5G 的应用让每个人都能像有特异功能的特工一样完成高难度任务。打造首个 5G 沉浸式互动体验剧场，以分区互动深度体验 5G 的“高速率”“低时延”“大连接”三大卖点和了解电信 5G 套餐信息，最后办理 5G 套餐业务，完成“了解-体验-办理”的链条营销。



五大分区：剧场内设置【5G+敏捷】【5G+体力】【5G+模仿】【5G+速度】【5G+智力】五大分区，引入智能趣味互动体验项目，囊括 AI、VR、智能穿戴设备、新媒体互动艺术装置等；

特工剧情：六大神秘体验空间，赛博风格打造网红空间，装置科普 5G 信息；以神秘的特工剧情为引领，围绕 5G 特工五大能力，渗透 5G 品牌信息，互动体验紧扣电信 5G 产品内涵；入口特工情报处，角色演员带出故事剧情，解读规则；第一关限时穿越障碍即可解锁 5G “高速率”敏捷徽章；5G 武馆将呈现低延时环境下的极致反应速度，人影互动装置完成即可通关；在街头篮球场与机械手臂对战解锁 5G+体力徽章；5D 球幕将根据参与玩家的喜好调整播出内容，玩家将在观影期间感受到 5G 网络下影片的 5D 快感；AI 超级大脑参与玩家将通过抢答完成 AI 的提问即可通关。





业务融合及留资转化：通关后，体验者可以获得中国电信颁发的“电信 5G 特工”荣誉称号，并可以获得不同级别的 5G 靓号免预存特权优惠。除了通关沉浸式设置，在剧场的外场还设置了“5G 终端区”和“5G 应用区”，在排队等候的碎片时间把电信 5G 应用内涵精准触达用户，满足广大客群体验，“不进去体验馆也能体验相关项目，见到最新的 5G 手机，体验中国电信的 5G 特色应用“云游戏”、“云 VR”、“云电脑”、“天翼云盘”、“天翼超高清”等，感受 5G 时代，生活的丰富多彩。



传播亮点：

1、预热宣传

前期以特工题材拍摄特工主题 TVC，融入电信 5G 的大连接、低时延、高速率的特点进行预热宣传。同时在各营业厅及腾讯视频进行播放预热，迅速扩大预热声量。

户外媒介曝光，实现引流



视频链接：

https://m.v.qq.com/play.html?vid=r3020ra01j3&ptag=v_qq_com%23v.play.adaptor%233

像素风+特工闯关 H5，让用户通过闯关动画的形式了解现场亮点，同时可生成自己的入场券，凭券入场。



【扫码体验】

剧场互动元素+电信 5G 大连接、低时延、高速率的特点，进行海报倒计时预热。



2、活动期宣传

选取 5G 咖啡、NPC 剧场、空间展示、氛围展示、第一视角通关、潮人打卡等主题剪辑 15 秒快闪视频，活动期间进行朋友圈、微信、内部平台、KOL 大号等每日推送；仅统计腾讯视频浏览量共计 78520。

活动现场视频：

- ① <https://v.qq.com/x/page/y30238lh7zg.html>
- ② <https://v.qq.com/x/page/p3023ka6ou7.html>
- ③ <https://v.qq.com/x/page/b3022vd359w.html>
- ④ <https://v.qq.com/x/page/o3022bkyecz.html>
- ⑤ <https://v.qq.com/x/page/n302159hbfm.html>
- ⑥ <https://v.qq.com/x/page/n302159hbfm.html>

活动第一天进行公关稿件发布，媒体涵盖广东地方媒体；新浪、凤凰等全国主流媒体；中国网等权威媒体。

百万粉丝网红现场直播，吸引 300 万+粉丝观看，同时直发微博，引发粉丝点赞留言转发。

3、后续传播

活动结束后，剪辑拍摄花絮及搭建过程、活动精彩瞬间等，通过微信大号推文引发回忆杀

广告营销类专业大号发文总结推荐，作为首个 5G 沉浸式互动剧场案例展示

现场回顾视频链接：<https://v.qq.com/x/page/t3024l1rr96.html>



营销效果与市场反馈

整场活动无论是线上传播亦或现场执行，5G 攻略都紧握“5G、特工、沉浸体验”三个关键词，并在现场高频使用“高速率、大连接、低时延、5G logo”等元素，形成电信 5G 品牌营销深度印象，同时结合 5G 连接 C 端的差异化背景突电信 5G。

本次活动超过 **30+** 个媒体报道，涵盖广东地方媒体，新浪、凤凰等全国媒体，中国网等，宣传辐射人群 **500w+**；

网红主播、微信 KOL 圈层渗透，活动线上曝光量高达 **5000w+**；**总阅读量 329373**，**转发 3000+**；

5 天活动现场参观人数 **5w+**；

深度体验人数超过 **6000+** 人次。