

# 天翼电信终端有限公司

**所属行业：**通讯行业

**参选类别：**数字营销最具影响力品牌

## 品牌简介

天翼电信终端有限公司成立于 2008 年 10 月，是中国电信股份有限公司的全资子公司，定位于支撑中国电信移动业务发展、推动天翼终端产业链繁荣、承担天翼终端运营业务。自成立以来，紧紧围绕中国电信总体战略以及全业务发展需要，不断丰富天翼终端品种，全力推动社会化运营，全面加强产业链合作，持续完善中国电信移动终端运营工作，推动天翼终端产品种类日益丰富，先后打造了千元智能、四通道、全球漫游、麦芒、清漾、心系天下等全系列智能手机，成为移动终端市场发展的标杆企业，引领行业发展的潮流。

“心系天下”是由中国电信联合三星推出的高端定制旗舰手机品牌，其主要面向企业、事业单位的中高层社会精英。2019 年，心系天下三星 W20 5G 正式发布，在传承精湛工艺与奢华设计的同时，更是搭载了引领未来的 5G 网络和折叠屏设计，将品质匠心传承至 5G 时代，开启手机全新纪元！

## 2019 年数字营销影响力表现

2019 年，随着心系天下三星 W20 5G 的正式发布，中国电信天翼电信终端有限公司基于精英人群洞察，为其量身打造“折躬仁人，叠翠匠心”的 slogan，定义受众广阔的格局胸怀，彰显心系天下系列十二年品牌成就与积淀。

在产品上市初期，结合世界 5G 大会实现央媒高度权威定调，对重磅 5G 新品进行全面解读，传播扩散中国电信首款 Hello5G 高端专属定制的旗舰机型，获得社会广泛关注。

后续天翼电信终端有限公司为这款手机打造了全新调性的 TVC，除强调品牌、产品的独特创新之外，该 TVC 还洞悉了中国精英人群的生活状态，围绕新贵人群的生活诠释了顶尖技术的实际应用，以更易被受众理解方式进行传播。面对 2019 年严峻的手机市场，取得了非常好的销售成绩。

在延续品牌公益理念与积淀上，心系天下与北京嫣然天使儿童医院、众多明星和公益人携手让爱汇聚，用爱托起儿童的美好未来，传递着心系天下公益不变的初心，呼吁更多热心人士加入到心系天下公益队伍中来，又一次用实际行动提升了心系天下的品牌温度与影响力。

## 代表案例

### 案例一：心系天下三星 W20 5G 上市传播

- **营销背景：**助力首款 Hello 5G 专属定制终端抢占市场先机，维老拓新，兼容两代人群

心系天下三星 W20 5G 作为中国电信首款 Hello 5G 高端专属定制的旗舰机型，面对新老用户，此次营销战役基于经典品牌内涵的延续与全新的折叠形态，从高度和广度两个方面进行有效传播。

● **策略核心：围绕目标群体，分阶段全媒体精准打击**

由单一的产品宣传向“5G 网络+专属定制手机”组合宣传模式转型。以终端为载体，利用传统媒体、公关传播、互联网媒体三方优势打造品牌营销闭环。预热期间，持续制造网络舆论关注与受众期待；上市发布后，积极塑造品牌形象，吸引高端市场优质反馈，并以产品自身尖端科技属性辐射相关媒体，引发市场强势关注。

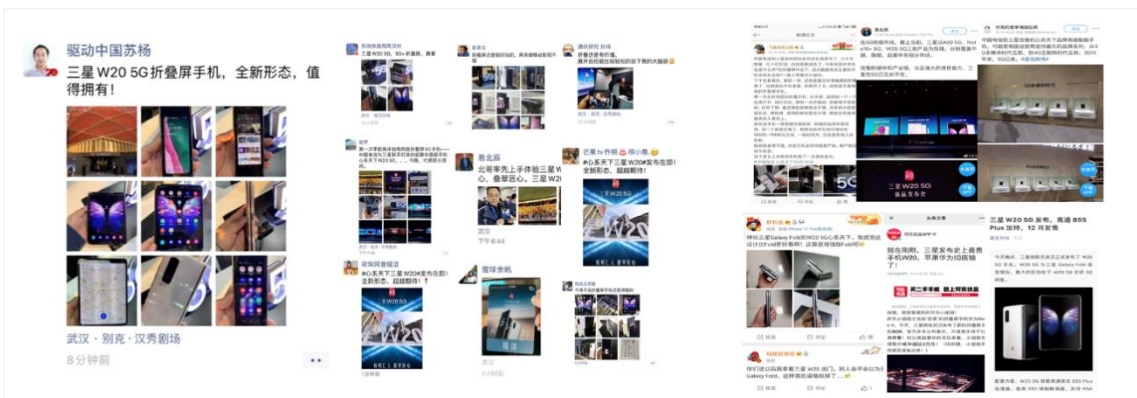
● **执行过程/亮点**

**1、预热阶段：核心科技媒体矩阵，手机未发先火**

在产品发布半个月前，通过微博科技大 V “钟文泽”提前公布部分信息。暗示手机将以全新 5G 折叠形态登场，制造网友的关注与期待，产生良好的话题导向，引发对新机上市的众多猜测。天翼手机官方微博单条微博曝光量超过 90 万，转发突破 2000 频次。

**2、发布阶段：媒体关注焦点，市场反馈好评如潮**

- 通讯、科技类知名媒体对心系天下三星 W20 5G 进行广泛报道。并赞赏有加，以专业角度详实分析产品与技术，影响辐射专业高端群体。发布会结束的第一时间，优质自媒体爱否科技、胖科技、可乐优品报道 W20，对心系天下三星 W20 5G 代表的未来科技给予了高度评价！
- 知名微博博主“科技新一”在第一时间发布上手视频，吸引超过 21.4 万人次观看，引起网友热情讨论，总曝光量超过 38.5 万，大量用户表达购买意愿。



**3、发布阶段：央媒针对新品解读，提高品牌权威背书。**

作为 5G 时代的领军产品，心系天下三星 W20 5G 闪耀世界 5G 大会，受到中央电视台、新华社等权威央媒的重点关注与报道。5G 大会现场，央视记者并以消费者角度全面解析产品，同时也透过心系天下三星 W20 5G，进一步展现了中国电信对 5G 终端的布局。



#### 4、上市销售阶段：公益精神延续，助力 2020 嫣然慈善晚宴

此代心系天下三星 W20 5G 再度延续了过去情系民生，兼济天下的领袖风范和仁者气度，辐射社会精英人群。助力 2020 嫣然慈善晚宴，与众多明星和公益人一起用爱托起儿童的美好未来，温暖公益人的内心，再度向精准用户传递着爱的理念。



#### 案例二：心系天下三星 W20 5G 核心卖点营销

- **营销背景：基于受众洞察的核心卖点提炼**

心系天下三星 W20 5G 作为一款划时代的 5G 折叠手机，在上市后，受众非常关注该手机在低温下的质量与性能表现。基于对消费者需求的充分洞察，策划此次#W20 5G 折叠屏极寒大挑战#，通过微博、微信、B 站等热门渠道发布讯息，迅速引发网络热议，获得社会积极正面评价。

- **执行过程/亮点**

## 1、 微博发起#W20 5G 折叠屏极寒大挑战#话题，引发网友热情关注

以手机圈的“冰桶挑战”为热点，公布网友在河北崇礼零下 14 度的手机测试视频，真实地展现了心系天下三星 W20 5G 的产品可靠性。该事件的微博话题阅读超过 4940.5 万频次，讨论超过 1490 频次，测试视频在全平台播放超过 1 亿频次。



## 2、 并引发全国多地效仿，各地城市接力

在崇礼测试视频发布后，很多网友接力挑战。在-15°C的长春，-23°C的哈尔滨、-28°C的呼伦贝尔，心系天下三星 W20 5G 都经受住了低温的考验。通过各地公布的视频内容，心系天下三星 W20 5G 的质量也得到了网友们的一致认可。

## 3、 中国电信自媒体矩阵发布

中国电信自媒体矩阵同步发布#W20 5G 折叠屏极寒大挑战#视频，全平台曝光量超过 20 万，精准覆盖消费群体。

## 挑战|在-23°C的哈尔滨户外舔屏

天翼终端公司 中国电信 1周前



点击蓝字，一键关注

又到了一年中最寒冷的时候，很多地方进入了“天寒地冻”模式，大家纷纷穿着加厚羽绒服迎接寒冬的暴击。对于日夜陪伴我们的手机，TA们也要面对寒冬的考验。

真正的强者敢于挑战极限，最近有网友在-14°C的崇礼对心系天下三星W20 5G进行了极寒测试。这一次，TA能挑战成功吗？点击视频，一起来看！



(-14°C崇礼极寒大挑战)

通过此次传播与互动，增加了消费者与潜在消费者对心系天下品牌的关注与信赖，进一步提升了心系天下三星 W20 5G 这款划时代产品的销量。