

广东移动智慧家庭 《宅中作乐 智家有方》

- ◆ 品牌名称：广东移动
- ◆ 所属行业：通信行业
- ◆ 执行时间：2022.11-2023.01
- ◆ 参选类别：移动创意作品类-短视频

案例视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

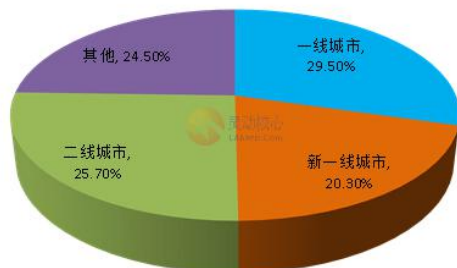
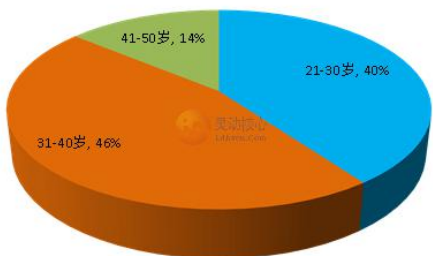
<https://space.bilibili.com/37384287/channel/seriesdetail?sid=3585321&ctype=0>

【背景】：广东移动全新上线系列**智慧家庭产品**；

【痛点】：相比于华为、海尔智家等生态完善产品圈，广东移动产品较少、竞争力不够；

【目标】：强化品牌认知、突出宣传产品促成转化；

【洞察】：年轻客户占比高，相比于高端和昂贵的海尔、华为全屋智家定制，**年轻客群更倾向使用单一智能产品或小组合使用，以此提升生活幸福感。**



核心策略：

**聚焦简单的产品组合
贴合年轻客群的日常有趣生活
以单产品 满足单场景聚焦突破**

创意概述

广东移动贴合客群对于家庭的新式享受模式与智能升级的需求，聚焦年轻人宅家的社交、娱乐、生活新场景，通过年轻人生活中趣味化的故事开展，影片采取轻快幽默的视听语言，针对核心智家产品生态，借人与物的奇趣互动，打造8条剧情短视频，精准对话年轻客群。

生活场景+业务融合

紧凑节奏+趣味反转

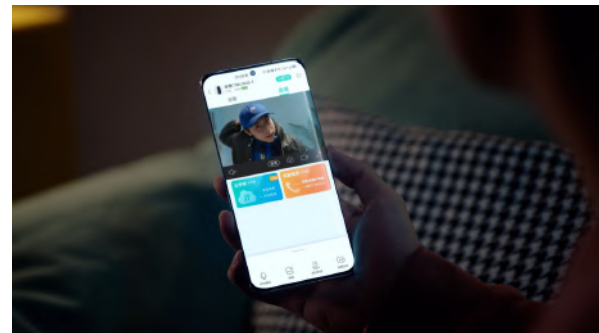
奇趣互动+潮宅态度





《荒诞不惊》- 可视门铃篇

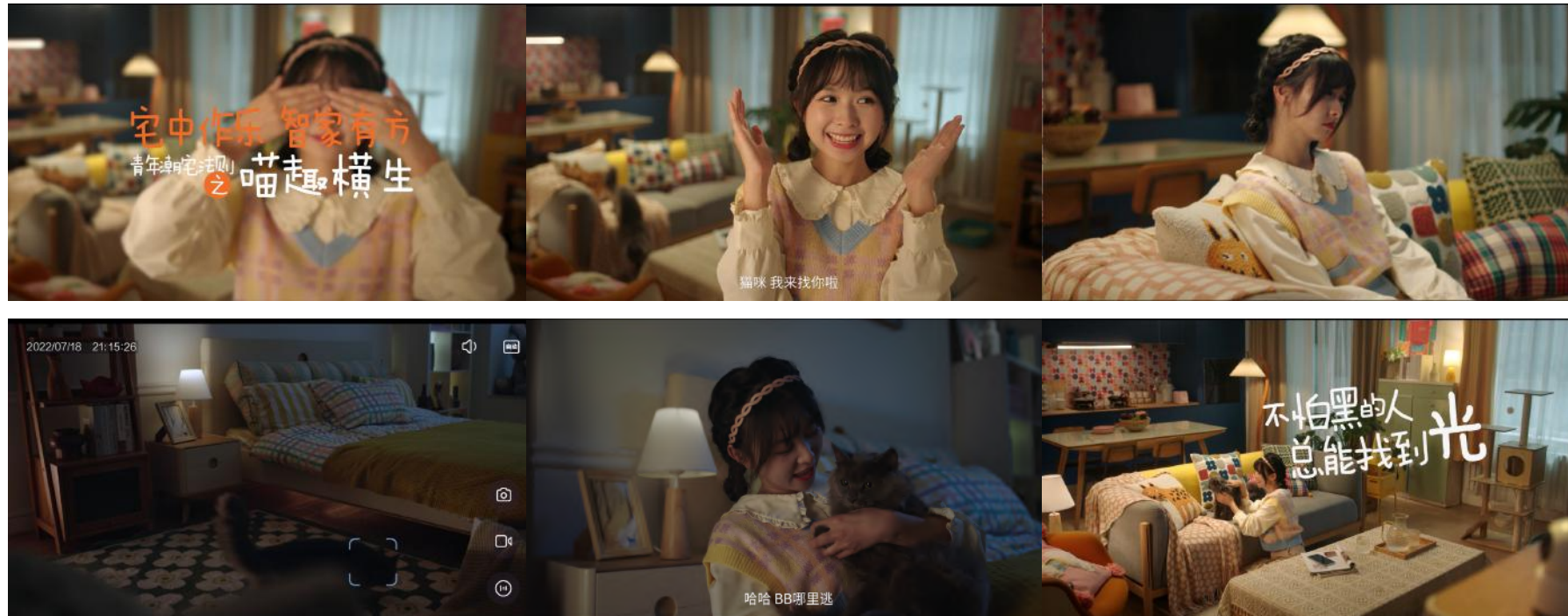
看恐怖片时忽然有人按门铃怎么办？借恐怖片的氛围，展示一个人怂胆小的猫系青年，在看恐怖片时忽然听见有人按门铃，表面不屑一顾其实内心怕得要死不敢去开门的情景。最后通过可视门铃反转点出：原来按门铃的是外卖员，表现出群体怕得理所当然，怂的不动声色的潮宅态度。





《喵趣横生》- 智能摄像头篇

采取快节奏的氛围，展示女主角和家里的喵星人玩起躲猫猫游戏的情形，女主角为找不到猫咪而懊恼，通过摄像头记录场景布置展示猫咪的趣味行为。最后反转点出女主角是借助了智能摄像头和喵星人玩躲猫猫。



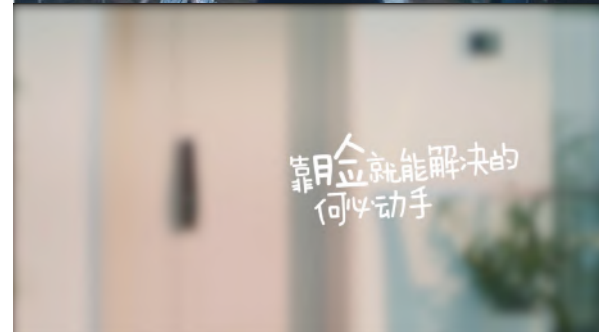
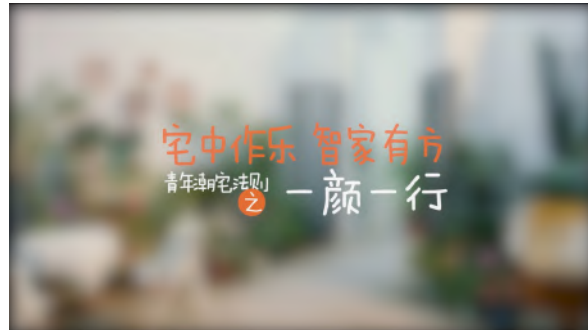
《空雪来疯》 - 高清投影篇

采取快节奏的氛围，女主角在温暖的家中却做着拿出厚厚羽绒服等各种各样无厘头的事情，甚至还拿出了滑雪装备，并且搭配音乐和舞步，营造精致生活氛围感，最后投影仪屏幕亮起，揭秘女主是在家模拟滑雪照。



《一颜一行》 - 智能门锁篇

一个自信爱美的潮宅女生众多对着镜头凹自拍，配有一些双手不方便拿着钥匙的场景，反转点出：自拍用的镜头是智能门锁。将自拍与智能门锁的功能点相结合的同时，也表现出自信自我的潮宅青年态度；只要有镜头，人脸识别也可以自拍出千层套路。



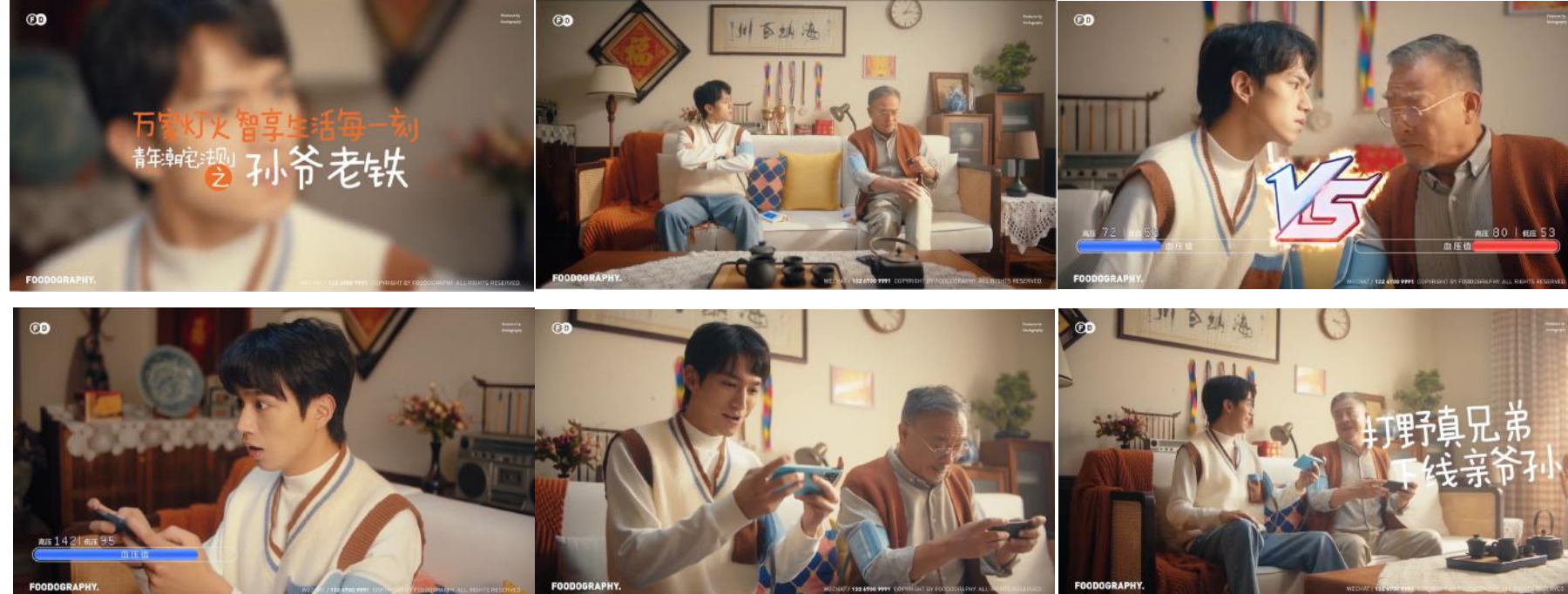
《一朝一戏》 - 智能音箱篇

采用年轻小情侣之间类似男友视角的视听语言，如何暖心地照顾提醒女生的场景，再反转点出：这位“男友”是智能音箱。在女生与音箱的戏精对白中，表现群体舒适享受生活、活泼可爱的潮宅态度。



《孙爷老铁》 - 血压计篇

以老顽童爷爷和有趣孙子的对话展开故事，爷爷偷玩孙子的游戏，面对孙子的质问，爷爷的心情随着血压计忽高忽低，突出血压计产品的灵敏，后续反转发现爷爷却是个游戏高手，最终爷爷和孙子一起开黑游戏。



《察颜观色》- 智能灯光系统篇

采用年轻小情侣日常吵嘴为切入点，家里的智能灯光随着情侣间的情绪火热变红或冷静变蓝相互切换，以客户的日常生活场景趣味结合产品的功能和卖点，让客户在观看视频时能“顺理成章”且“合情合理”的接受能容。



《以家乱真》 - 全光WiFi篇

宅家办公也需要仪式感，短片以年轻白领宅家分别在卧室、客厅、阳台等地方，假装办公室多个部门办公，最终轻松应对工作的场景故事，演员轻松活泼的表演方式正好对应年轻女性客群特征，同时反衬中国移动全光wifi产品帮助家庭网络无死角、全覆盖的卖点。



视频矩阵投放 十大互联网平台覆盖 精准锁定本省年轻人

视频陆续上线至抖音、微博、微信朋友圈、爱奇艺、腾讯视频、今日头条等平台，精准锁定广东本地年轻客群。



品牌业务有认知、产品销售有提高、行业品牌有位置

短视频播放量：**534, 673, 281次** (5.34亿)

互动内容播放量：**173, 354, 050次** (1.73亿)

全屋智能产品业务销售同期增长

670%+

拉动个人用户ARPU值提升

20倍+

拉动配套业务销售同期增长

350%+