



中国移动
China Mobile

爱奇艺

尖叫之夜

2025

中国移动X《2025尖叫之夜》：以“双神”共识，重连年轻市场

营销背景

得年轻人得天下

当下，中国移动正面临人口红利彻底消退的存量挑战

通讯服务行业竞争的主战场已从“基建覆盖的硬实力”，全面转向“**用户心智的软实力**”

而掌握未来十年消费话语权的**年轻人**，成为决定市场格局的终极战场



难得
72%

Z世代难以清晰区分各运营商的差异
选择呈现明显的随机性 (*赛立信通信研究部调研数据)

易得
32%

Z世代一年内更换过运营商的占比
是其他代际的近三倍 (*Salesforce 咨询数据)



营销洞察



年轻人选择运营商

两大核心要素

信号好

年轻人的
刚性生存需求

对于成长于数字原生环境的年轻人而言，稳定、高速的网络是如同水电般的“基础生存设施”；超过**80%**的年轻用户将“网络信号稳定性”列为首要考虑因素（*CBNData《Z世代消费行为报告》）

我喜欢

年轻人的
精神认同需求

年轻人的消费哲学已从纯粹的功能满足进化到寻求情感契合与身份认同，超过**70%**的年轻消费者表示会长期支持“理解自己、与自己站在同一战线”的品牌（*艾瑞咨询《年轻群体品牌忠诚度调研》）

营销缺口



功能优势“场景感”缺失

中国移动的“信号好”认知仍停留在抽象层面
未能与年轻人高感知场景绑定
导致优势无法辅助决策

情感链接“共情度”不足

尽管有“动感地带”的成功经验
但中国移动后续**未能真正深入年轻文化内核**
对话语态陈旧，无法建立“品牌懂我”的年轻共鸣

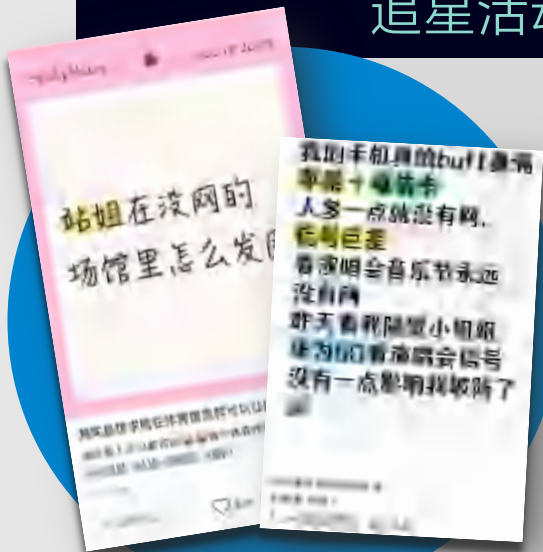
爱奇艺尖叫之夜 2025

作为投射年轻人追星情绪的线上直播+线下演出大型活动

《2025尖叫之夜》为中国移动提供“场景感+共情度”的年轻营销解法

01 高信号需求场景

追星活动中的功能高感知



- 年轻人对“信号好”的需求，时常爆发在各类**追星现场**（音乐节/演唱会等），他们需要实时分享动态、参与线上应援、与同好互动等，建立“社交存在感”。
- 这一场景化刚需是中国移动**打破同质化的锋利切口**，“信号好”的抽象优势，也变成了在年轻人更具感知场景下品牌靠谱的年轻认可。

02 高情感共情投入

追星过程中的情绪爱屋及乌



- 年轻人对偶像的支持，本质上是一种强烈的情感寄托与社群归属。
- 中国移动若深入其情感场景，以“伙伴”甚至“知己”的姿态出现，提供情绪价值，支持他们的热爱，才能**与年轻人构建更强的“共情”**，获得稳固、长期的品牌情感资产。

中国移动 x 《2025尖叫之夜》

追星现场的
信号神器

双神标签

追星路上的
热爱神助

围绕两大要素建立品牌共识，打响“重连年轻市场”的第一枪

将“信号好”的优势精准锚定在追星现场，直接回应年轻人高感知的痛点需求

中国移动将保障年轻人“分享不掉线/直播不卡顿/应援无延迟”

让“中国移动 = 追星神器=满格信号守护”成为年轻共识

开辟差异化、独占性的心智赛道



将品牌人格化为“懂你且挺你的神助攻”

让粉丝在追星过程中，感受到中国移动对其爱好的尊重与支持

建立中国移动“我懂你并支持你的热爱”的年轻共识

构筑起“情感认同共识”的品牌护城河，赢得持久青睐

01 追星现场的信号神器

功能可视化，让“神器”之名可证、可感、可传播



营销执行 01

可证的“信号神器”

中国移动“5G网络”实力保障，打造线下活动及线上直播更优信号支持



将不可见的“信号好”，锚定至活动的最强技术保障



将信号优势进行可视化展现，突出中国移动的技术优势与实力

可感的“信号神器”

将抽象功能转变为直观感知，通过“视觉 + 口播 + 互动”多维组合沉淀显性记忆

建立“追星场景 = 中国移动”的条件反射

- 渗透追星核心场景的全链路（红毯/舞台/直播/物料），让用户在“情绪最高昂、需求最迫切”的场景中反复看到中国移动，形成“**看到追星活动→想到中国移动**”的强关联记忆。

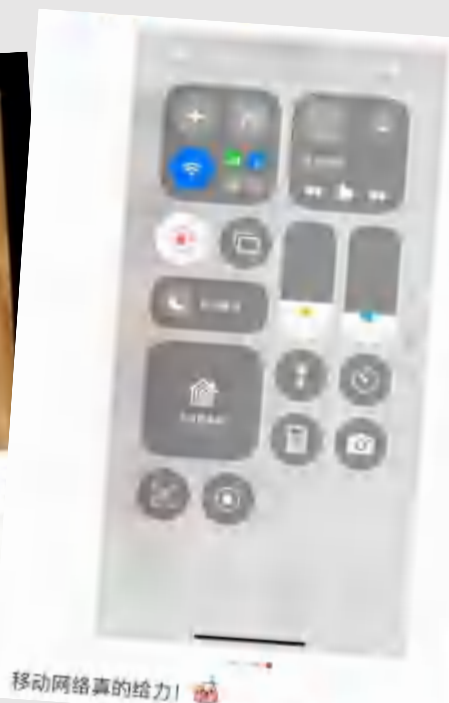
解决“信号好”的隐形价值传递难题

- “信号稳定”作为抽象功能，用户难以直观感知，《尖叫之夜》通过多维组合将隐形功能转化为显性记忆，让用户在短时间内记住“**中国移动在追星场景里信号靠谱**”。包括：口播洗脑“中国移动信号满格”的功能联想、主持人及艺人感谢背书“中国移动保障活动不掉线”等。



可传播的“信号神器”

全网“自来水”认证，配合“追星套餐”推荐，进一步传递品牌共识，铺垫消费联想



移动信号强，这真的是用出来才知道👍
5G-A网络的电信，老是卡
换到5G的移动，直接流畅到底👍



官方科普、用户好评、套餐推荐...

02 追星路上的热爱神助

情感共情化，让“助攻”之心可见、可触、可共鸣



可见的“热爱神助”

为明星站台，与明星同框，激发年轻人爱屋及乌情绪，让陪伴共识持续渗透



品牌高频露出+艺人高频同框，反复触达的情感触点打破“一次性赞助”的疏离感
让用户从“知道移动信号好”升级为“觉得移动懂我”，积累情感共鸣

可触的“热爱神助”

福利设计“懂你所爱”，带领粉丝追星，面向年轻人打造最高效的共情语言，引爆品牌好感

福利票务
邀请用户第一线追星



联动“移动爱购”抽取门票
打造福利爆点

VIP+流量福利
让用户不错过追星时刻



爱奇艺VIP+移动流量兑换
保障线上追星不间断

粉丝福利
让用户感受追星过程的支持



粉丝互动福利+艺人签名照
走入粉丝内心

可共鸣的“热爱神助”

深度绑定人气艺人曾舜晞&梁洁，内容共创“与星共情”，借偶像之口，达粉丝之心



邀请多位人气艺人
从“体验者”和“受益者”视角

表达对稳定网络保障
与粉丝顺畅连接的感谢
背书“成就完美双向奔赴”的赋能者位置

营销效果

中国移动 x 《2025尖叫之夜》

双神标签

追星现场的
信号神器

+

追星路上的
热爱神助

可证、可感、可传播

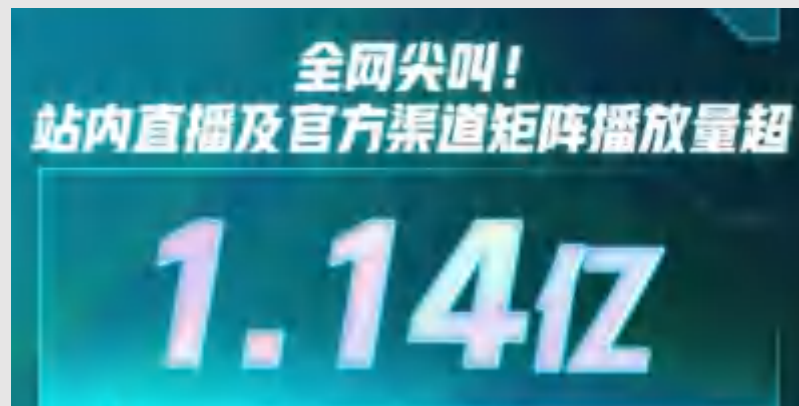
可见、可触、可共鸣

在高度同质化的存量市场中，中国移动为赢得年轻一代的持久青睐
提供了具有前瞻性和可复制性的战略范本

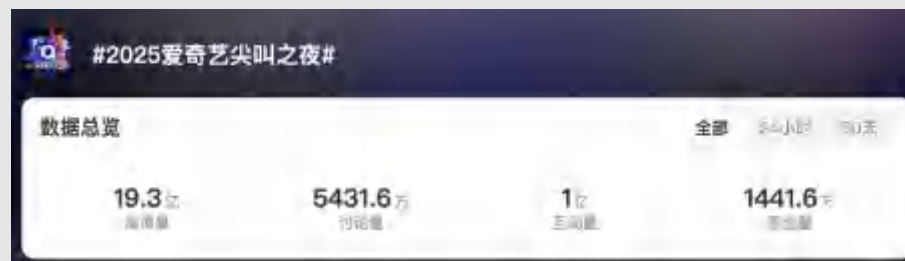
- 爱奇艺站内预约量破**100万+**



- 2025年首次开启爱奇艺官方渠道矩阵同步直播尖叫之夜，全网观看量**超1亿**



- 尖叫之夜微博相关话题阅读量**70亿+**，主话题#2025爱奇艺尖叫之夜# 阅读量达**18.1亿+**



- 全网登热搜热点超**2000+**个，环比2024年提升**17.6%**
- 全网登TOP1热搜热点**超100+**个，明星及工作室发布尖叫相关内容**800+**条
- 尖叫之夜微博热度指数**破亿**，微博综艺榜TOP1、抖音热度峰值4.1亿、抖音综艺榜TOP1、百度指数较2024年增长超3.3倍



- 共计**180+**媒体及KOL到场参与红毯及盛典报道
- 线上**420+**桃厂报道团全程支持，发布原创内容超**3000+**条
- 尖叫突击队微博、抖音、百度三家采访问，共计采访艺人**90+**组，红秀创意视频拍摄共计**18支**，多话题点位同步全网发酵
- 抖音、微博、百度等**40+**APP开屏及渠道站内推广资源上线



联合新华社联动推广

- 与“新华社”新媒体中心三轮联动推广，新华社官方微博转赞评超**156w**
- 助推热搜话题#尖叫之夜首轮阵容发布
##2025尖叫之夜全阵容名单# #2025尖叫之夜节目单公布#等互动量**超1.6亿**
- 包括官方新闻、对于盛典活动的自主报道，原创及转发合计**超千篇**。





中国移动
China Mobile

爱奇艺

尖叫之夜

2025

中国移动X《2025尖叫之夜》：以“双神”共识，重连年轻市场