

中移金科“移动钱包，一路向前”视频号栏目

- ◆ 品牌名称：中移金科
- ◆ 所属行业：金融
- ◆ 执行时间：2024.08-2025.07
- ◆ 参选类别：内容营销类



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

中移金科“移动钱包，一路向前”视频号栏目系列视频：

[宝藏县城—山西大同](#)

[宝藏县城—金堂](#)

[宝藏县城—简阳](#)

[宝藏县城—宁夏中宁县](#)

[宝藏县城—山西五台](#)

[宝藏县城—内蒙古呼和浩特武川县](#)





背景&目标

项目背景：响应国家推动乡村振兴的政策号召，以移动钱包为内容核心

中移金科为响应国家推进乡村全面振兴及新型城镇化政策
希望以视频号为载体，打造相关内容栏目系列并进行宣传推广





栏目规划

从0到1策划并打造“移动钱包，一路向前”宝藏县城系列栏目

宣传移动产品，树立移动品牌形象，同时展现国家乡村振兴政策成果与乡村新面貌；

01 设立栏目 长线运营

针对产品业务/品牌活动/
品牌形象/全年节点等不同
维度内容，设立对应的栏
目，进行长线运营更新；

02 多栏目并行 丰富观感

单个栏目合集，保持统一呈现形式，
形成系列感，方便用户检索查询内容；
多栏目并行发力，加入不同呈现形式，
保证整体观感多元化、丰富化；
有利于提高更新频率；

03 确定栏目定位 垂直栏目内容

栏目确定精准定位，要对
内容题材有所限制，垂直
的内容才能更加精准击中
受众；

04 固定更新频率

固定的更新频率有利于
内容的规划，同时可以
更好培养用户的观看习
惯，提高帐号粉丝量。



执行挑战

前期创作阶段

存在需求不聚焦不清晰的情况，通过提供多种创意方向，并与客户保持紧密沟通，逐步明确客户需求的方式进行解决



后期制作执行阶段

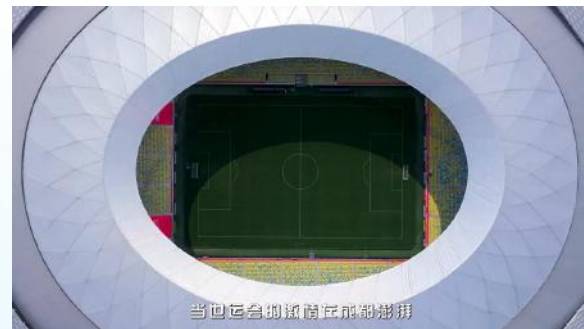
异地拍摄常出现选景拍摄地配合度低，情况不可控等实际困难，以创作团队远程支撑，执行团队灵活应变的方式应对执行挑战。





策略执行：以走访中国各地县城为主线，vlog形式展现各地风土人情

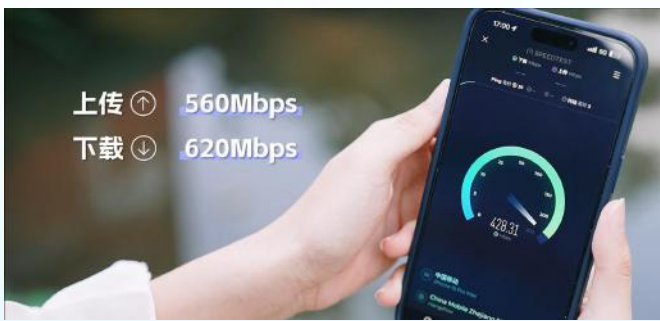
以走访全国大江南北的县城为内容主线，**vlog为主要呈现形式**展现各地文化底蕴、民俗风情、自然风光、传统美食等，并在视频中融入移动相关产品与产业扶持等内容。



项目亮点：以小现大的手法挖掘县城的宝藏点凸显移动产品

发起了一场特别的移动旅程-“移动钱包，一路向前”宝藏县城系列！

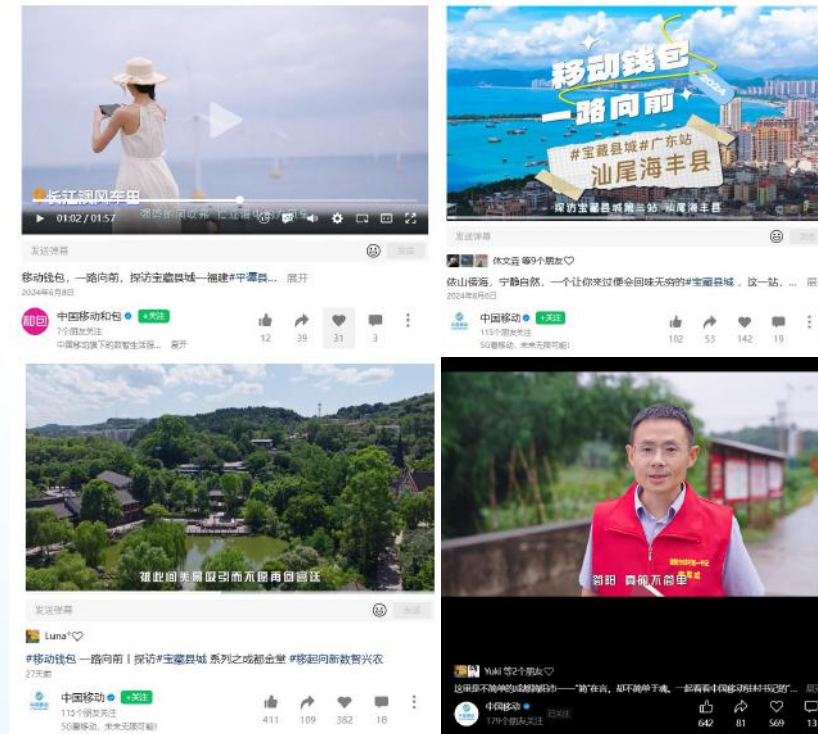
镜头深入一个个特色县城，不仅见证了移动支付如何点亮便捷新生活，更用故事记录了乡村振兴下的动人变化。这是我们对品牌的致敬，也是对新时代乡村的深情礼赞。





营销效果

“移动钱包，一路向前”视频栏目一经上线，获得客户及中国移动集团认可
 被中国移动集团视频号转发，视频总互动量超3300+
 在中国移动集团内引发广泛讨论，进行常态化更新



传播渠道：微信视频号平台宣传，例如“中国移动”视频号等。



作品其他精彩cut



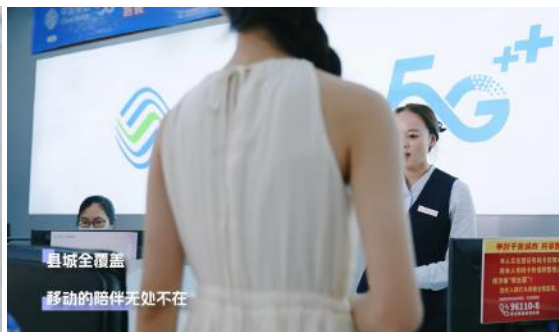
构成了一幅动人心魄的画卷



移动5G

助力忻州古城建设大数据智慧旅游
助你轻松开启精彩旅程

指尖轻点便能穿梭在古城的每一个角落



县城全覆盖

移动的陪伴无处不在



利智同行
电费随心缴



移动5G“北斗+智慧农业”

助力西谷庄村东提高农业生产科技含量

推动经济高质量发展

引进了西谷庄村东的田野



打开和包APP

可扫云闪付、支付宝、微信收款码

(具体现实支持店铺为准)



灵犀AI，一键生成打卡路线



灵犀贴贴支付，一贴即达

贴一贴 支付

其他系列视频作品示例