

| 广西电网《广西朋友的探“电”VLOG》

- ◆ 品牌名称：广西电网公司有限责任公司
- ◆ 所属行业：南方电网
- ◆ 执行时间：2025.07
- ◆ 参选类别：公益营销类



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

通过网盘分享的文件：电博士活动回顾（定）.mp4

链接: <https://pan.baidu.com/s/1uFmtF25lnCn39TKUEoXOWg?pwd=9a98>

提取码: 9a98



背景&目标

广西电网“电博士Show桂电课堂”电力法制科普活动旨在以创新形式面向青少年普及电力安全与法律知识。随着新媒体成为青少年信息获取主渠道，传统科普模式面临吸引力不足的挑战。本次活动通过拟人化IP“电博士”和短视频载体，以“寓教于乐”为核心目标，实现三层次突破：内容上打破电力科普刻板印象，形式上融合实拍与动画增强沉浸感，传播上借助抖音等平台实现裂变。最终需达成视频全平台百万级播放量，并推动青少年群体安全用电意识提升）。





基于《Z世代洞察报告》的洞察，我们提出"双重情感纽带"策略：

- 通过"探‘电’"谐音梗与儿童节目式互动设计（如趣味邀约）快速建立记忆点；
- 再采用Vlog生活化叙事，构建"大朋友（工作人员）-小朋友（用户）-新朋友（IP）"的角色关系链，将电力知识转化为可分享的社交货币。
- 例如设置"和电博士交朋友"互动话题，既契合Z世代偏好轻松社交内容，又能通过故事情节自然传递品牌价值，实现寓教于乐的科普效果。这一组合策略精准匹配了Z世代对趣味互动型内容的双重需求：娱乐化表达满足碎片化消费习惯，社交化设计强化知识传播的参与感。





媒介&执行

- 本片巧妙结合社交平台热门#Vlog形式与用户兴趣偏好，将活动内容以轻松化、娱乐化、生活化的方式呈现。
- 通过沉浸式第一人称视角，以“查看广西朋友生活Vlog”的叙事方式，生动传递品牌亮点、活动现场氛围及电力的科技魅力，塑造兼具趣味性与传播性的内容体验。





效果&反馈

- 广西电网全媒体平台发布的科普视频《广西朋友的探“电”Vlog》，通过电博士的趣味讲解和互动实验，以生动活泼的形式向公众传递安全用电知识。
- 视频在全网**总阅读量突破1000万次**，微博#和电博士交朋友#话题登上同城热搜，抖音、B站等平台互动量显著提升。
- 视频中“**电力安全小法官**”问答环节激发了青少年学习电力法制的兴趣，而“手摇发电实验”等互动内容增强了安全用电教育的效果。
- 该视频还被广西科协作为科普示范案例推广，进一步扩大了影响力。整体来看，此次科普活动以创新形式提升了公众对电力安全的认知，为广西电网品牌形象注入了更多亲和力。

