

# 咪咕《汉服萌娃运动会》短视频营销

- ◆ **品牌名称**：中国移动咪咕
- ◆ **所属行业**：移动互联网/视频
- ◆ **执行时间**：2021.08.04
- ◆ **参选类别**：移动创意作品类-短视频

时隔五年，东京奥运会终于到来，作为中央广播电视总台2020东京奥运会赛事转播顶级合作伙伴，中国移动咪咕发起一系列奥运营销传播活动。其中，为激发国人自豪感，为中国健儿加油，特别策划创意短视频，趣味科普形式演绎奥运项目和中国传统的渊源。

回顾历史长河，不少体育运动从中国古代文化演化而来，借奥运会契机溯源奥运会项目的历史，以增强民族自信和民族自豪感。

- 核心创意点

每一年奥运会到来，国人民族自豪感高涨，能够引起大众情绪的内容更具备传播性。萌娃常常与纯洁、天真联系在一起，更与每个人的童年有着千丝万缕的关系，短视频以“孩子”为主角，穿越时空，生动形象再现中国古代运动的魅力，增加情感共鸣，激发民族自信。

咪咕聚焦复刻古代唐宋民间广泛流行的运动项目，与正在进行的奥运会相呼应；整体画面视觉注重古风古调，捕捉孩童在运动时可爱、搞怪的瞬间，让科普和趣味并重；共计五章，分别为蹴鞠（足球）、捶丸（高尔夫）、角抵（摔跤）、扛鼎（举重）以及射箭。

视频链接：[https://k.sina.cn/article\\_6320391439\\_m178b9850f03300tqdd.html](https://k.sina.cn/article_6320391439_m178b9850f03300tqdd.html)



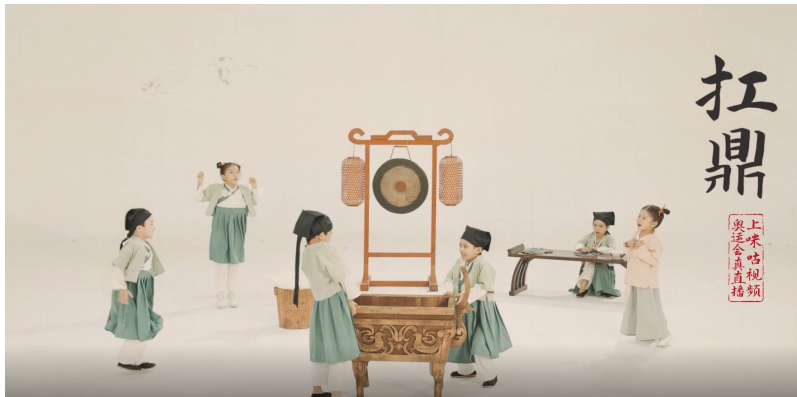
捶丸（高尔夫）



蹴鞠（足球）



角抵（摔跤）



扛鼎（举重）



射箭（射箭）



用优质内容撬动高互动和高传播度，  
视频号、微博等社交平台播放量达60w+,讨论量2w+。

播放量  
60W+

讨论量  
2w+