

当华为 nova 5i 遇上“拉面” 这是我从未见过的神级评测！

广告主：华为

所属行业：IT 科技类

执行时间：2019.07.12

参选类别：视频内容营销类

营销背景

华为手机产品线中，nova 系列以年轻人为主要营销人群，本次营销的产品华为 nova 5i 是华为的 2000 档后置 AI 四摄手机，依靠华为的品牌影响力，具备了足够的产品营销空间。

营销目标

围绕华为 nova 5i 的核心产品卖点“后置 AI 四摄”+“超级夜景”，区别于通常的评测方式，通过创意视频的形式，巧妙展现核心卖点的功能性，吸引消费人群关注。

策略与创意

策略：

华为 nova 5i 的后置 AI 四摄+超级夜景，能够实现五种拍摄模式的转换，在卖点诠释维度需要一个奇妙的展现场景。

创意：

我们选取了噱头性极高的拉面场景，与 CNMO（手机中国）进行媒体合作，通过拉面制作过程的视频记录，一举覆盖产品的五种拍摄模式，在巧妙的配乐与剪辑的包装下，实现产品卖点的具象化展现，并辅以评测人员的开箱介绍，实现营销目标。

执行过程/媒体表现

执行过程：

我们与 CNMO 邀请知名美食拍摄团队进行视频制作。

脚本确立阶段：首先针对视频分镜脚本进行了多次沟通，使拉面场景的诸多步骤与华为 nova 5i 的五种拍摄模式结合，如拉面师傅的神情对应人像、拉面舒展的瞬间对应广角等。



角色及场景选择：我们以视频分镜脚本为基础，选定了符合 nova 系列调性的拉面演员及评测人员（含服装搭配），并提前通过视频、音频的方式对视频参演人员进行了审定，同时也对拍摄场景进行了确认。



拍摄及后期制作：拍摄过程中，由于前期准备的充分，我们全面统筹现场情况，有序完成拍摄任务，拉面演示主要难点在于拉面的节奏感与手机影像力的切实展示，手机开箱难点在于女演员如何更好地与用户进行沟通式表达。后期制作时，我们则充分沟通各方意见，保证了创意视频的传播效果。

视频链接：<http://www.cnmo.com/sp/666035.html>

媒体表现：

围绕此次拉面评测，CNMO 剪辑了多个适用版本，再站内、微博及朋友圈等平台进行了传播扩散，既生动展现了华为 nova 5i 的影像实力，又精确有效地传播了产品的主要卖点。



营销效果与市场反馈

本评测视频播放量突破百万量级，以创意性、具象化的视频表现，收获客户及业内同事的好评。