

华为 nova 5i 大学生暑期场景长漫画

广告主: 华为

所属行业: 科技 IT 业

执行时间: 2019.07.12-08.02

参选类别: 创意传播类

营销背景

- 1、 华为 nova 5i 作为华为 nova 系列的衍生产品，继承了 nova 家族超高颜值与硬核实力的优良基因。
- 2、 nova 系列作为华为品牌针对于年轻用户打造的品牌系列，以年轻人喜闻乐见的方式融入生活及各式特定场景，并以其年轻时尚的生活态度与潮美的时尚调性圈粉无数热爱生活、乐于分享生活的年轻群体。

营销目标

- 1、 面向用户，传递 nova 系列潮美 ID 的时尚属性与实力不凡的产品理念。
- 2、 加深用户对 nova 系列衍生产品线的认知度。
- 3、 结合大学生关注话题，将产品带入特定暑期场景，全方面展现产品卖点。

策略与创意

华为 nova 5i 作为一款针对于年轻人、以大学生为主要 TA 的产品，结合 TA 关注话题点，将产品带入特定的暑期场景——以大学生朋友圈中多彩潮酷的暑期生活为出发点，通过朋友圈类型进行分类，以 TA 感兴趣、更容易接受的条漫形式，用趣味长漫画描绘大学生暑期写照，围绕朋友圈照片将每个类型故事进行多格漫画演绎，每个故事首图为朋友圈照片，直观展现产品卖点，实现用户种草，凸显华为 nova 5i 的后置四摄魅力。

执行过程/媒体表现

- 1、 结合暑期多场景，贴合当代大学生手机运用场景，展现不同场景下的产品卖点应用。

洞察演绎：社交平台的发展拓宽了每个人分享自己生活的渠道，每一张照片都是生活的真（kè）实（yì）写照。于是我们将票圈里的“潮酷”达人按照不同类型进行分类，盘点大学生们暑期都做了什么。

画风呈现与形式选择：简洁明了，充满趣味性，将用户痛点通过每一场景直观呈现，并结合年轻人关注的热点词汇，进行“标签化”区分，直击用户。

脚本示例：

标签 1：包浆男友——被女朋友“盘”在手心里的男朋友。

如何拍出女朋友的满意照，使用华为 nova 5i，广角镜头一秒拍出大长腿。

标签 2：灵魂书画家——朋友圈总 po 高雅书法的人群。

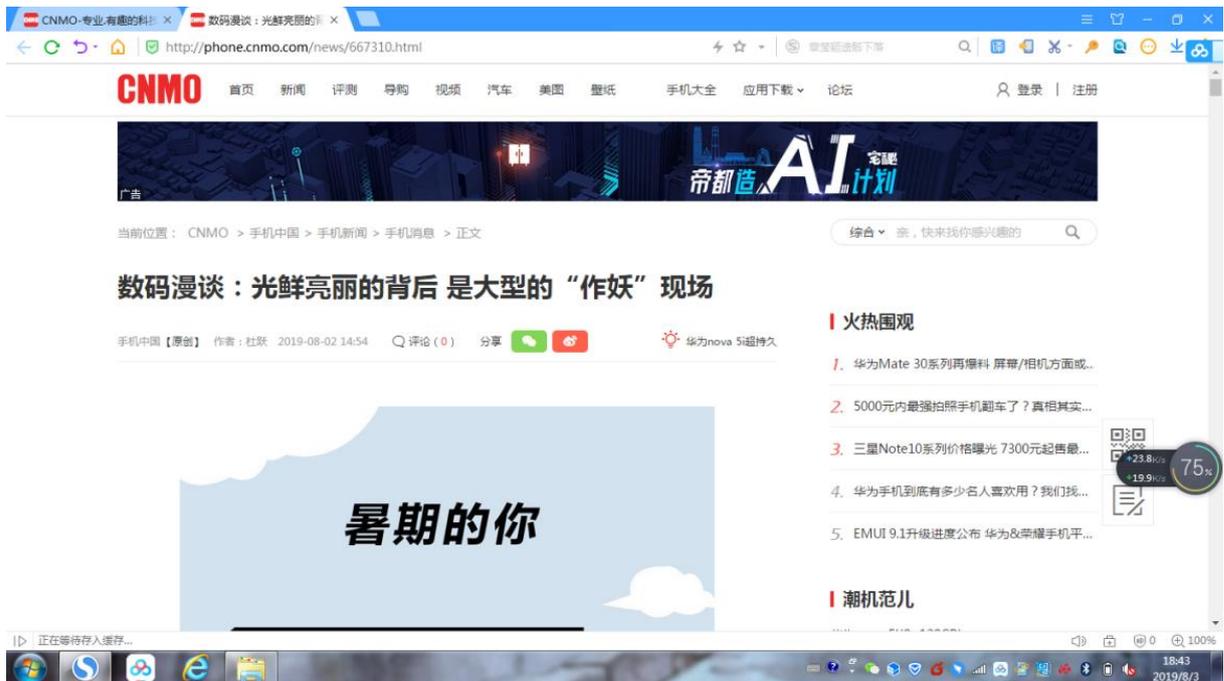
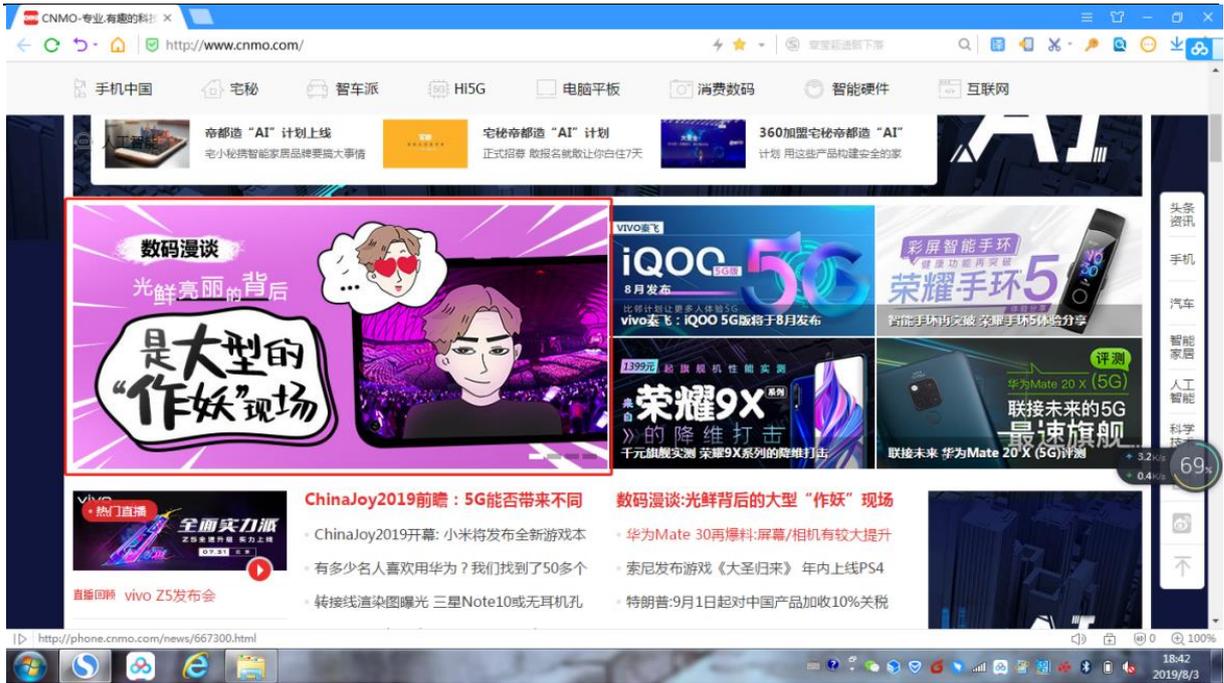
背后苦练数月，满篇只有一个字能看，使用华为 nova 5i，微距镜头彰显浓浓书画气质。



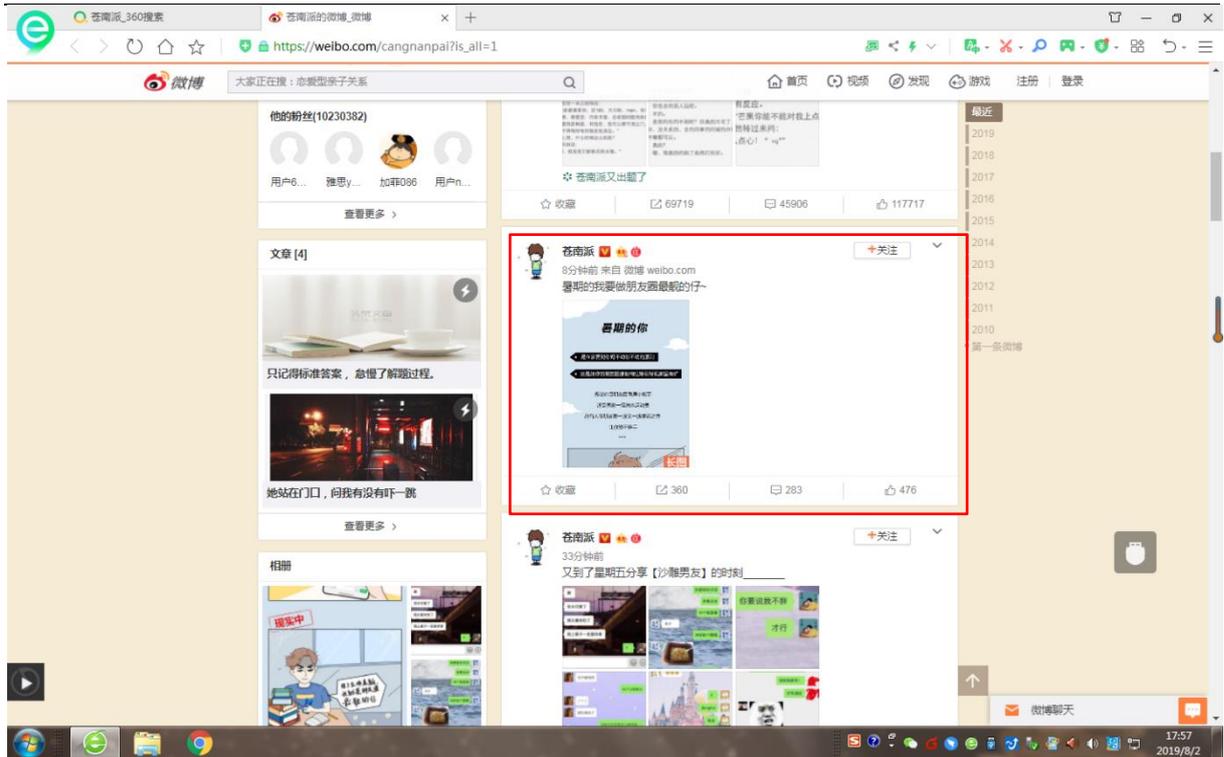
2、科技数码类垂直媒体打响传播声量，见证产品力硬实力。

手机中国官方平台发布，官网焦点图、首页图露出，扩大曝光量与点击量。





3、漫画 KOL 微博发布，激发年轻圈层传播。



营销效果与市场反馈

手机中国媒体合作, 见刊 1 频次, 阅读量达 45w+, 外围传播达 50w; 点位露出曝光量达 100w; KOL 苍南派微博发布, 阅读量达 300w, 互动量累计过 1w。深化了 nova 年轻化形象, 获得年轻一代对 nova 品牌的更多关注。