

## 定格奇幻之美：荣耀20新品整合营销

广告主：荣耀

所属行业：3C 通讯

执行时间：2019.05.20-08.07

参选类别：跨媒体整合类

### 营销背景

市面上主打拍照的手机多不胜数，强调拍照功能已成为了手机营销的主流。

各大手机品牌都强调自家的摄影性能的优越性，但从未关注到拍照者的审美和技术，导致许多人即使换了手机也没能拍出更美照片。

在这个背景下，品牌希望激活并满足年轻人的更高拍照需求，塑造荣耀 20 拍照力，更有效解决年轻人对拍照不满意的问题。

### 营销目标

荣耀 20 强调卓越的拍照能力，在不同情景下都能为用户“定格奇幻之美”。因此，品牌希望寻找到年轻人对拍照力最强烈的感知点，联合能和年轻人玩在一起的网易，线上以话题形成讨论，激活用户拍照情绪，线下创造满足拍照欲望的场景，让大众在沉浸体验中感受荣耀 20 的能“定格奇幻之美”的拍照能力，并形成优质的照片 UGC 创造二次传播。

### 策略与创意

创意洞察：

**年轻女性内心“小确痛”：为什么男朋友拍的照都这么难看！**

年轻女性是拍照向手机的主要受众，同样，她们在拍照审美上总要比男性强势。于是，这样的场景总不陌生：男朋友们战战兢兢地把自己的拍照成功给女朋友们检验，女朋友们看过后一秒黑脸……就是这样，“我男朋友怎么总把我拍这么丑！”成了女生们的槽点；“我女朋友怎么总不满意我拍的照片？”成了男生们的痛点。以此为洞察，打造狂想曲 H5，把都市青年内心戏和盘托出，卷入大众畅快开聊。

创意策略：

**以“小而美”拯救“小确痛”：**

## 多媒介全方位拍照神器，以“拍照力”提升“男友力”

1. 戏精狂想曲 H5：“直男拍照”引爆社交，唤醒用户对高质手机摄像的需求，导流线下
2. “定格奇幻之美”体验馆：突破时空光阴对手机拍照的界限，直接感知荣耀 20 产品力
3. 网红 KOL：行走的拍照打卡教科书，活动口碑冲破线下反哺线上，全网皆有“奇幻之美”
4. 图文视频回顾：高品质回顾视频，让“奇幻之美”成为荣耀 20 视觉符号并深入人心

## 执行过程/媒体表现

### 以 H5 引爆社交媒体：女性视角看直男拍照，笑点槽点痛点一次过承包



(扫码查看 H5，进入少女戏精狂想曲)

1. 《和你讲个笑话：直男的惊喜》首发网易新闻客户端，席卷朋友圈等社交阵地，引领广泛分享传播；
2. 该 H5 神还原了女孩与闺蜜、男朋友聊天时的各种小心机，各种强共鸣的扎心金句积累用户分享冲动，用户纷纷把 H5 转发给朋友打开话匣子，实现 H5 的传播价值最大化。



(闺蜜互相调侃, 周末出片约一个)

(朋友间的对号入座, 人人都能找到自己)



(女朋友找到机会教育改造男朋友)

夸张化的故事情节，强共鸣的心路历程。在这个戏精狂想的故事中，用户都看到了自己的影子：女生们找到机会向男朋友展示“别人家的男朋友”，闺蜜间找到机会调侃各自男友的拍照技术，喜欢拍照打卡消遣的时髦年轻人也通过这个 H5 发出“周末见”的邀约。

### 周末人流量担当+100%出片装置+荣耀超强拍照能力=“定格奇幻之美”打卡快闪新地标

7月27日，荣耀“定格奇幻之美”快闪店于北京悠唐购物中心与网友见面，把购物中心变成大型拍照现场。现场有四大拍照装置，沉浸式的拍照体验；并有荣耀 20 提供试用，看得见的“定格奇幻之美”。

#### 装置一：坠入“镜中镜”的奇幻世界，拍出科幻电影大片



在镜中镜组成了奇幻世界中，不同用户在此忍不住自拍及摆拍。女孩子们纷纷化身动作指导、角度指导，为拍出满意的照片。

**装置二：牵着 TA 的手，在“蓝水翡翠”瞬间穿越热带雨林**



以热带雨林为背景，用户在这里可以找到“神仙角度”，为女朋友们拍出最佳大长腿。

**装置三：邂逅“梦幻水母”，捕捉女朋友的温柔软萌瞬间**



萌妹子最爱的布景，抓紧光影颜色变化，为她们拍出最温柔的侧脸。



装置四：在“幻夜星河”下拍一张，朋友圈里的点赞收割机



情侣合照环节，贴心的工作人员拍照快准狠，助照片 C 位出道。

网红大 V 亲临现场，线上开启拍照小课堂，现场气氛感染全网



网红亲临现场，并通过社交媒体把打卡全指南发布，情绪迅速感染线上用户。

### 高品质回顾视频，加深活动记忆和品牌烙印

视频地址: <http://v.qq.com/vplus/53ce65700cc1cdb3f9bb462829b154a5>

炫酷视频定格奇幻瞬间，加强荣耀作为年轻人喜爱的品牌的视觉符号。

传播中引起不少网友大呼：什么时候到我的城市也来一场？

## 营销效果与市场反馈

案例总结视频：<http://v.163.com/static/3/VK20VELVR.html>

### 项目总曝光——4380491 人次

首发网易新闻端，马上在朋友圈等社交属性强的阵地引领起了广泛传播。各种扎心金句积累用户分享冲动，用户纷纷把 H5 转发给朋友打开话匣子，实现 H5 的传播价值最大化。

### H5 人均停留时间——154.7s

H5 总时长 125s，人均停留时间 154.7s。该 H5 也戳中了用户的高点和槽点，激发了众多用户在朋友圈、网易新闻客户端进行话题讨论、跟帖评论以及分享传播。

### 线下快闪店——10 万人次曝光

北京悠唐购物中心周末人流量担当，精准覆盖 20~35 岁年轻新兴白领人群，为他们打造全新的奇幻拍照体验。