

华为-《半架钢琴》

广告主：华为

所属行业：3C

执行时间：2019.10.10-12.31

参选类别：创意传播类

营销背景

生活中，陌生就像一道无形的墙将人们彼此隔离。我们习惯生活在熟悉的圈子里，而与陌生人建立关系却越来越难。即使科技突破了距离限制，但如何打破陌生人之间的距离感呢？近日华为借助 Mate30 手机的 5G 低时延功能，作出了一个大胆的尝试。

营销目标

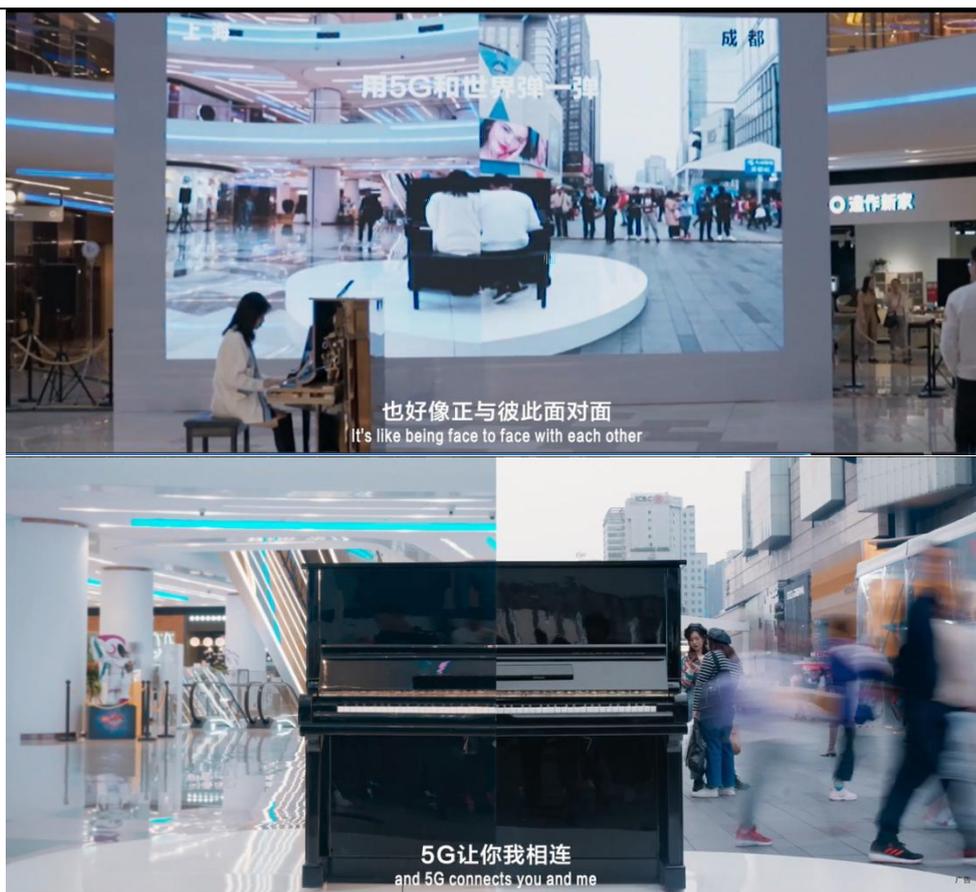
通过对社会现象的探索，传播 5G 的低时延功能。

策略与创意

我们把一架钢琴锯成两半，经过特殊的改造后，分别送往相隔 1800 公里的上海和成都，放在这两个城市中心的闹市区。借助华为 Mate30 系列 5G 手机低时延特性，实现了画面和声音的无缝衔接，两个半架钢琴看起来就像一架完整的钢琴。

执行过程/媒体表现





放在两个城市中心的半架钢琴，不仅吸引了很多路人的驻足围观，更激起了人们上前弹奏的兴趣。

一场用音乐结识对方，跨时空四手联弹的交流就此开启。借助华为 Mate30 5G 超低时延特性，虽远隔千里，但弹奏的琴声却没有延迟，这让相隔两地的陌生人相“弹”甚欢。这一刻，5G 让音乐跨越了距离，也跨越了彼此的距离感。

特别是这次的创意，通过一个非常吸引眼球，又很简单的装置——“半架钢琴”，让陌生人之间产生联系，既凸显了华为手机让人们联系更紧密的品牌价值，又为华为 5G 的优势作了推广，显得格外的巧妙。

视频链接： https://v.youku.com/v_show/id_XNDQ1OTIxNzg5Ng==.html?spm=a2hzp.8244740.0.0

营销效果与市场反馈

1、【官方传播概况】

Social 视频总播放量估算 1127w，估算总曝光量 9780w，其中华为终端官方微博视频播放量 309W，抖音 577W，微信 37W，b 站 6.1w，头条 22w。

2、【目前已使用传播资源】

Social BOOK 8 个微信 KOL，1 条抖+，1 条粉条，1 条号外。其中 5 篇 10W+，总阅读量 100W+ 左右，9 个微博 KOL，总阅读量 1143W 左右。

3、【传播小结】

目前视频播放 1127W，总曝光 9780W+，CPM 151。

此案例在行业内广受好评，科技的发展为人们的生活带来了改变，冰冷的科技也有温情的瞬间，让消费者可以切身感受到 5G 的利益。

麦迪逊邦：“不得不说这是一个很有情怀，很有温度的创意。特别是在当下很多手机品牌还在沟通手机功能诉求的时候，华为就早已把目光聚焦在沟通手机的情感诉求上，给行业开了个好头。”

用户评论：“我觉得这个宣传片拍的蛮好的，华为这一步宣传绝对是充满趣味而成功的，如果 5G 真的能拉近人与人的距离，那么万物互联也未尝不是坏事。”