

“华为P20点亮城市之光” 跨界24小时书店夜拍活动

- ◆ 广告主：华为
- ◆ 所属行业：手机
- ◆ 执行时间：2018.05.11-05.29
- ◆ 参选类别：创意类

项目背景：

- 华为于2018年上半年最新推出的旗舰机型HUAWEI P20夜拍实力出众，为了让更多人了解和体验该产品的夜拍表现，华为手机跨界文艺发起夜拍活动，旨在引导人们关注和记录夜景；
- 面向喜爱阅读的文艺人群，华为手机联合全国8家24小时书店发起“华为P20点亮城市之光夜拍活动”，活动当晚到店读者可凭夜拍照片免费换取咖啡，并可现场体验华为P20的夜拍功能，此外还邀请到人气插画师于现场举办夜读分享会。

传播目标：

- 精准面向城市中热爱文艺的人群，强化HUAWEI P20出众的夜拍功能在该人群中的认知度及影响力。

消费洞察：

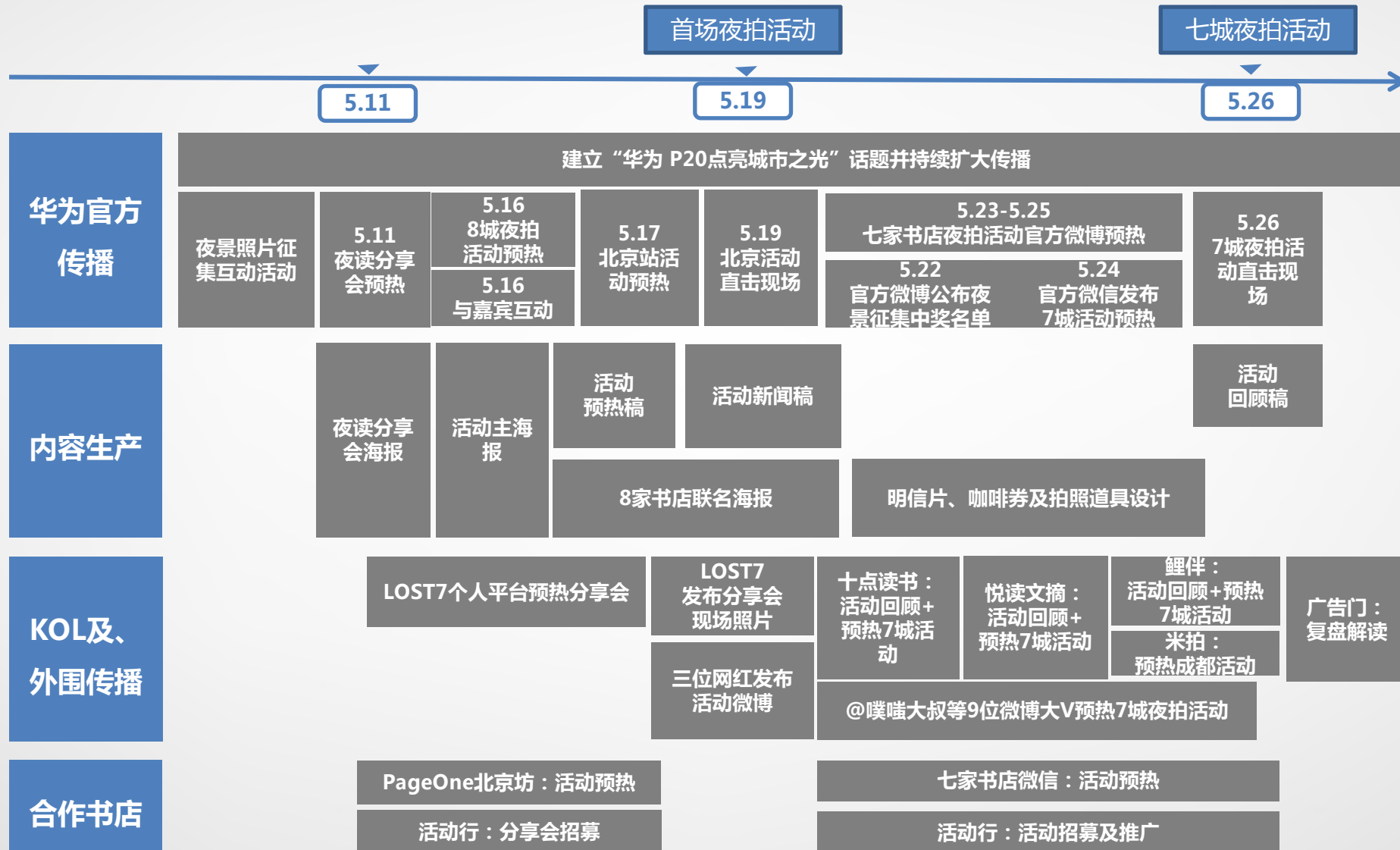
- 文艺群体喜欢阅读、并习惯走进24小时书店；
- 同时该人群也普遍喜爱摄影、具有一定的审美和感悟能力

传播策略：以“点亮城市之光”为主题，强化目标人群对产品夜拍实力的认知

- 通过对目标人群目标特定使用场景的精准把握，与24小时书店跨界合作，打造“华为P20点亮城市之光”话题，有效加强了目标人群对产品夜拍实力的认知；
- 线下活动共分两个阶段进行，选定北京24小时书店作为首场活动，在传播上着力将其打造为一个“社交事件”，通过文艺范的线下活动及系列视觉创意，最大化吸引目标人群参与其他七城书店活动。

内容创新：跨界文艺，将科技创新与文艺情怀进行强势联动

- 围绕夜晚，深度挖掘了华为P20的夜拍与24小时书店之间的共通性，即华为P20出众的夜拍功能能够拍出更加清晰的城市夜景，以及24小时书店照亮了深夜的城市，两者均有“点亮夜晚”的意义。以“点亮城市之光”为主题，此次跨界营销活动将科技和文艺进行了融合；
- 本次活动传播视觉内容采用了清新文艺风格，并邀请了创作晚安系列作品的人气插画师进行分享和创作，极具文艺情怀，引发了目标人群的情感共鸣。



执行过程：

活动执行周期约5月份一个月时间，线下夜拍活动共分两个阶段举行：北京PageOne首场活动于5月19日举行，其他7城市24小时书店活动于5月26日同步举行：

Step1: 前期，华为手机官方微博创建“华为P20点亮城市之光”话题，并面向网友发起夜景照片征集互动活动，引发用户对华为P20夜拍功能关注；

Step2: 5月11日起线上华为官方上线与PageOne书店合作联名海报及夜读分享会海报开启预热，分享会嘉宾及合作书与PageOne微信号同步预告活动，为当天活动引流；线下各合作书店正式开始展出活动联名海报及明信片等视觉物料；

Step3: 5月19日首场夜拍活动及夜拍主题分享会举行，于线上运作并发布活动新闻稿、并联合微博人气大V报道扩散活动信息；与十点读书、鲤伴等读书情感类微信大号共同策划打造专题热文，吸引更多人参与七城活动；

Step4：5月26日七城夜拍活动举行，运作并发布活动整体回顾稿，并联合广告门对整个跨界营销活动进行复盘解读。

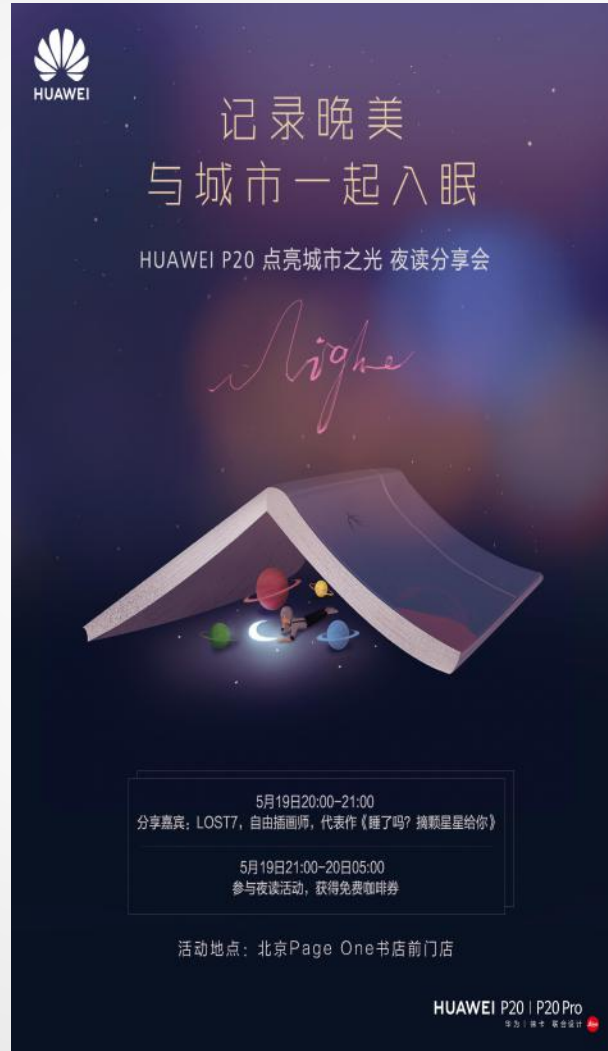
创意视觉展示：



5月19日21:00-5月20日05:00
北京市西城区廊房头条13号院1号楼1-3层

everything begins with **PAGE ONE** HUAWEI P20 | P20 Pro
华为 | 读卡 联合设计

合作书店联名海报



活动地点：北京Page One书店前门店

HUAWEI P20 | P20 Pro
华为 | 读卡 联合设计

夜读分享会海报



插画师创意长图



不爱夜景的夜猫子
不是好少年

别说我装逼,
文艺懂不懂

今夜只做夜读人

不是不困,
是在等你说晚安

线下活动互动物料

媒介应用的优化和组合：

以华为官方微博为主阵地、发布活动物料及其他相关信息，并面向网友发起“华为P20点亮城市之光”夜景照片征集互动活动；

- 优选阅读文艺类媒体精准触达目标人群，最大化扩散活动影响力：
 - 十点读书、鲤伴等读书类、情感类微信大号针对活动进行多角度解读分析、精准影响目标人群；
 - 微博大V、各合作书店自媒体阵地发布活动信息，配合线下活动引流及传播；
 - 门户及地方等多类型网络媒体发布活动新闻稿集中扩散。

受众参与互动：



夜读分享会



产品体验



兑换咖啡



拍照互动

本次活动在微博、微信及网络媒体平台获得充分曝光、覆盖人群超过 2000W+

- 本次活动在微博、微信及网络媒体平台获得充分曝光、覆盖人群超过 2000W+
- 1) 华为官方平台
- 微博：#华为P20点亮城市之光# 话题，阅读量达1800万+
- 微信：发布相关内容4篇，阅读量达110000+
- 2) 第三方平台
- 网络媒体：新闻稿件覆盖门户综合、地方等多类型媒体，共计产生报道88篇
- 微信大号：与十点都市、鲤伴等热门微信大号共同策划“夜晚”主题文章，阅读量达到310000+
- 微博大V：联合@噗嗤大叔等9个微博人气大V助力活动推广，互动量达40000+
- KOL：知名晚安治愈系插画师LOST7作为分享嘉宾出席在线下书店举行的夜读分享会、旅行类、时尚类达人到场参与夜拍活动，且KOL均于个人社交平台发布活动相关内容，精准影响粉丝群体。
- 3) 书店自媒体平台：微信公众号推送活动信息共计12次，为线下活动引流