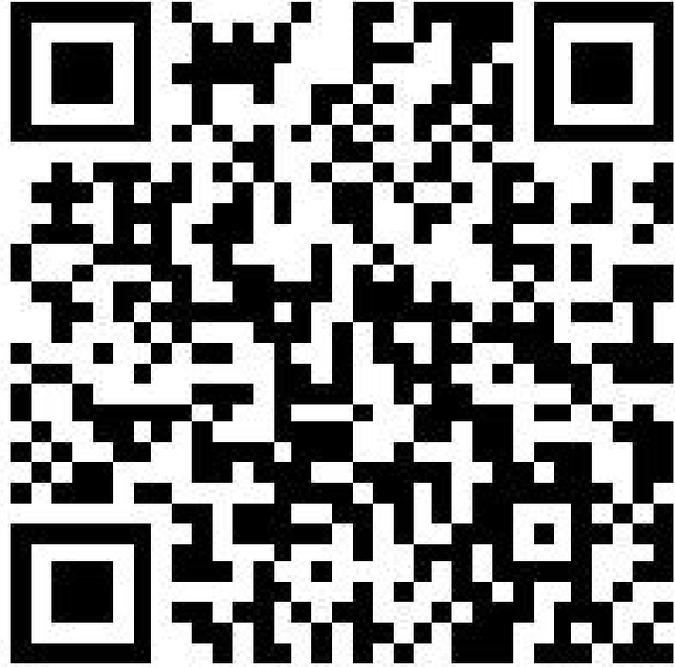


宇通客车：有到达才有风景

- ◆ **广告主**：宇通客车
- ◆ **所属行业**：工业/制造业
- ◆ **执行时间**：2018.08.22-08.31
- ◆ **参选类别**：创意H5营销类



Top
Mobile
Awards



《宇通客车：有到达才有风景》H5案例二维码



宇通景区车市场占有率超过50%，覆盖全国数百家重点景区。在旅游业不断发达的今天，宇通景区专用车的营销形象更可以与时俱进、开拓创新。每年的7~8月正值旅游旺季，正是我们宣传产品和加强品牌知名度的好机会。

从功能上来看，宇通景区车起到了游客和祖国名山大川之间的纽带作用，使得两者紧密结合在一起；其次有着强大的安全、技术能力的宇通品牌值得信任，让每一份游玩放松心情都能平安传递。

我们要在H5中准确传递以下关键词：纽带、祖国河山、产品特点。突出品牌形象，造成一定的销售带动效果。

活动主题为“有到达，才有风景”，生活在大千世界里的我们，身边总有许多美丽动人的风景，它们在春夏秋冬中不停地变换着，而只有安全到达，才能领略美景。宇通景区车站在游客的角度考虑，为了让游客抵达期待中的景点，使命必达。

画面风格采用了粗线条及偏暖配色，接近卡通，覆盖面更广。考虑到不少受众群体是在暑假期间游玩的孩子，在他们心中能够留下很好的印象。

通过用户手指在屏幕中滑动拖拽的形式，带动画面的前进与后退。用户在观看H5时，用手指控制场景的变换和播放速度，能够清楚的看到画面中的细节和动效，不失为一种新颖的体验。

H5如数包含了以下国内著名景区：天山天池、赛里木湖、黄果树瀑布、洱海、井冈山、镜泊湖、牛首山、沙坡头，融入了不同的景区对应的景区车车型，产品融合场景做到了近乎100%还原。





整个项目工作分为以下阶段：

1. 确定需求及方案
2. 给出KV参考
3. 给出插画DEMO并确定
4. 场景设计、UI设计
5. 动画、特效
6. 前端及后端调试
7. 上线

场景复杂程度很高，一共产生图层289个，采用了白鹭的DRAGONBONE游戏引擎保证体验流畅度。

此次活动主要以“宇通客车”公众号作为推广手段，整体以自发传播为主。

由于并没有采用多元化的推广手段，整体PV值达到了11万左右。在刚刚发布的两天内分别被第三方平台“爱果果”“H5案例分享”收录并做了案例分析，达成了一定的自发宣传效果。

