

# 华为福气猴引爆春节 “咻一咻”

- ◆ 广告主：华为
- ◆ 所属行业：3C数码
- ◆ 执行时间：2016.1.25-2016.2.13
- ◆ 参选类别：媒介整合类



Top  
Mobile  
Awards

---

# 背景&目标

# 背景和初衷

春节营销是品牌必争之战，要想突围，单打独斗不如强强联合。

2016年猴年春节期間，华为联合支付宝一同上春晚，为亿万观众派发红包。借此感恩消费者对华为的支持、提升华为品牌声量及品牌温暖度、加强公众对华为的品牌印象、并促进华为产品在春节期间的销量。

# 目标和挑战

## 终极目标

商业层面：加强华为与春晚的关联印象，提升华为联合支付宝上春晚的商业效果。

消费者行为层面：刺激消费者参与互动体验；促进消费者在春节期间对华为产品的购买行为。

消费者认知/态度层面：感受华为品牌温暖，拉近消费者与华为品牌间的距离，认同品牌理念并形成品牌归属感。

## 面临挑战及困境

如何在春节营销品牌必争之战中，传递并加强公众对#华为送福#的信息印象？



Top  
Mobile  
Awards

---

# 洞察&策略

# 目标人群洞察

过春节，人们期待和关注：

- 1、热闹
- 2、猴年的吉祥物
- 3、期待新的拜年方式
- 4、春晚节目上的发红包环节

## ①借事件

华为系账号及高管账号集体发布“咻一咻”微博,迅速引发网友强烈好奇与围观。因为支付宝有咻一咻功能,猴年春节支付宝和央视春晚合作派红包。通过有趣的传播方式,传播并强化用户对华为与春晚的强关联印象。

## ③借拟声词

华为福气猴春晚营销设置的系列趣味活动均挂钩“咻一咻”,支付宝为猴年春晚咻一咻抢红包发布歌曲《咻一咻》,华为顺势,推出华为福气猴版本《咻一咻》三维动画。华为联合支付宝在春晚发红包的信息也不言而喻。

## ②借AR增强现实技术

厌倦传统的拜年方式,猴年春节前夕,华为利用新颖的AR技术,上线AR华为福气猴版本的“拜年神器”APP。借助3D猴子向网友拜年,玩法简单,新颖有趣。

## ④借卡通形象

华为2016年推出猴年特别公仔——华为福气猴,其呆萌接地气的形象让消费者感受到品牌的温暖。通过猴阵及线下互动,让公众感受到华为品牌俏皮、有趣的一面,极大提升华为品牌形象的饱满度及亲和力,拉近科技企业与消费者之间的距离。

# 核心亮点

**“咻一咻”** 内容创意引发好奇+三大玩法创意

**“AR拜年神器”**、**“华为福气猴版本《咻一咻》三维动画”**、

**“华为福气猴线下矩阵”** 引爆病毒式扩散



Top  
Mobile  
Awards

---

# 媒介&执行

# 执行过程

## 1. 预热期 【2016.01.25-2016.01.31】

**咻一咻事件**：项目启动前三天，华为和荣耀系列官方微博、高管微博同时在21点连发3天纯粹为“咻一咻~咻一咻~咻一咻~”的微博。同时，外围KOL进行转发扩散。



## 2.重点推广期【2016.02.01-2016.02.06】

### (1) AR拜年神器APP：

官方微博微信发布拜年神器链接，外围KOL发布体验照片造势与扩散影响力。用户点击链接下载拜年神器APP，通过移动设备扫描指定物品100元人民币或华为logo，即可在屏幕看到一只3D华为福气猴，向人们送上新年祝福、跳咻一咻舞蹈、撒红包等。并可和华为福气猴在任意场景下合影。



## 2.重点推广期【2016.02.01-2016.02.06】

### (2) 华为福气猴版本《咻一咻》三维动画：

官方微博发布福气猴版本《咻一咻》三维动画；官方微信发布《华为送福，春晚咻一咻》H5，传播咻一咻flash和猴年春节抢华为红包攻略。同时，外围KOL进行转发与扩散。

请扫描下方二维码观看视频：



## 2.重点推广期 【2016.02.01-2016.02.06】

### (3) 华为福气猴线下矩阵 (另附视频)

2016.02.02, 由1只5米高的华为福气猴和200只华为福气小猴组成的猴阵, 空降深圳华为天安云谷。身上印着华为logo的猴子表情呆萌搞笑, 引发华为员工迅速扩散, 并引得路过的人们纷纷驻足拍照, 并上传分享至微博微信, 进而引发社会的关注。



## 3.延续期 【2016.02.07-2016.02.13】

春节幸福瞬间随手拍活动：在春节来临之际，为了让消费者更好的参与到互动和体验春节欢乐，发起“记录新年幸福瞬间”微博活动。





Top  
Mobile  
Awards

---

# 效果&反馈

# 效果及反馈

- 1、@华为消费者BG官方微博9条微博共计转发120657次；评论42759次；点赞612次；阅读384.8万人次。
  - 2、华为消费者BG官方微信3条微信共计阅读量为12133人次。
  - 3、39个微博外围KOL的转直发扩散共形成246835次转发、89599次评论、23435次点赞。
  - 4、15个微信外围KOL的转直发扩散共计阅读量为307567人次。
- 扩大#华为送福#话题声量，配合深圳天安云谷举行线下互动。



# 影响力与口碑

## 华为红包营销背后的品牌深意

科技正能量 2016-02-20 08:56:49 苹果 小米 华  
声明：本文由入驻搜狐公众平台的作者撰写，除



2016年春节，注定会是一个被历史铭记的节点。

春节红包彻底颠覆了很多传统的春节习俗，超越的关键词。

支付宝的咻一咻和微信红包的双雄会，打破了去红包的用户基础。“咻一咻”互动平台总参与次数达

## 最近这只猴子可火了，它叫福气猴

2016-02-05 12:20:17 来源：南方网 作者  
我有话说 (0条跟贴)

最近，这只猴子火了。

这你就不知道了吧？这可是今年最火的为“拜年神器”扫描新、旧版人民币或华为个3D立体小猴子给你拜年了！



此外，位于深圳华为科技城内的天安云  
呆呆的福气猴占据了。



## 猴年春晚红包升级新玩法 华为荣耀联手支付宝“咻一咻”

科技辣评 2016-01-07 22:07

距离猴年央视春晚还有30天的时间，据央视内部人年春晚非常注重与观众的互动——红包的玩法儿要了。今天，中视春晚与支付宝就在北京联合发布了互动新玩法——咻红包、传福气。全球的观众在除的同时，手机打开支付宝就可以参加咻红包活动，视春晚的现场进行互动。据了解，作为“荣耀用户年”的重要一环，荣耀将在春节期间进行红包大派送，友带来更多惊喜。



支付宝方面透露，支付宝9.5版本将在1月15日更新屏的显著位置正式上线“咻”红包相关体验功能，用户即可“咻”到惊喜。除夕当晚，央视春晚直播的同时，春晚节目主持人的提示，打开支付宝就可以参与春晚动。“咻”到红包的用户，还可以分享给亲朋好友，一包，将好运与福气传递给更多人，并有机会因为共而获得更大红包。

此外，除了春晚当天的红包之外，支付宝个人红包了更有趣的新玩法。去年红极一时的中文口令红包面升级。用户个人可以自定义中文口令，发送红包红包的趣味性和互动性。

曾经也是小何 🍌🍌 : #华为送福#真心好玩~ 查看图片



2月3日 13:16

回复 | 点赞

罗鼓堂 🍌🍌 : #华为送福#一秒钟体验AR技术！可以跟猴子互动，用华为荣耀7手机亲测，过年新花

chinablueice 🍌🍌 : 春节红包 咻一咻

2月1日 21:20

回复 | 点赞

科技圈蛇头 🍌🍌 : 好可爱，好想要！有卖么

2月1日 21:15

回复 | 点赞

淡蓝天空 🍌🍌🍌 : 等你登场哈

2月1日 21:14

回复 | 点赞

她的背影 🍌🍌 : 咻一咻一次没抢到😭静待华为红包！

2月1日 21:13

回复 | 点赞

陪42度过漫长岁月 : 咻一咻

2月1日 21:11

回复 | 点赞

世界那么大带你去看看 🍌 : 快到碗里来

2月1日 21:07

回复 | 点赞

我是一个机友 🍌🍌🍌 : 春晚，咻咻咻！

2月1日 21:06

回复 | 点赞

那又怎样1011 : 哈哈😄锁定春晚，一起咻一咻😭

2月1日 21:04

回复 | 点赞