

# 荣耀*VS* 《愤怒的小鸟》

- ◆ 广告主：华为荣耀
- ◆ 所属行业：电子通讯
- ◆ 执行时间：2016年1月—2016年6月
- ◆ 参选类别：内容营销类

# 背景&目标

# 背景&目标

- 品牌营销的背景和初衷：借势娱乐热点进行品牌联合推广
- 最终想要实现怎样的目标：荣耀畅玩手机和好莱坞电影发生营销化学反应，产生 $1+1>2$ 的传播效果，拉动销售。
- 目前面临的挑战和困境是：内争外斗

# 洞察&策略



从荣耀的整体受众：大学生、中专技校、年轻白领、创业者、技术人员等来看，**年轻人是主要受众群体**

90后



20-29岁移动互联网用户占比

**35.7%**

- 移动互联网时代，主要使用群体是**90后**的年轻人
- 手机和移动通信是他们生活中**不可或缺**的一部分
- 这群网络原住民中，说教已不再适用，荣耀的**年轻好玩**将更让他们接受

## 90后人群特点

自我

多元

自我价值认同

90后 什么快乐被什么吸引，更愿享受当下

90后 解决一切的方式，就是每天追求快乐

无忧  
无虑

行动力强

物质+精神

# 传播思路

《愤怒的小鸟》大电影

荣耀Nemo

目标人群

荣耀竞品

一部快乐、合家欢、老少皆宜的大电影爆笑来袭

快乐畅玩每一天

一群追求快乐、享受当下的90后

直白说教、功能雷同，传播无亮点



《愤怒的小鸟》带你快乐畅玩荣耀Nemo

# 传播概念

借助《愤怒的小鸟》大电影将纯粹搞笑的电影元素与产品结合

## 当愤怒的小鸟遇上Nemo

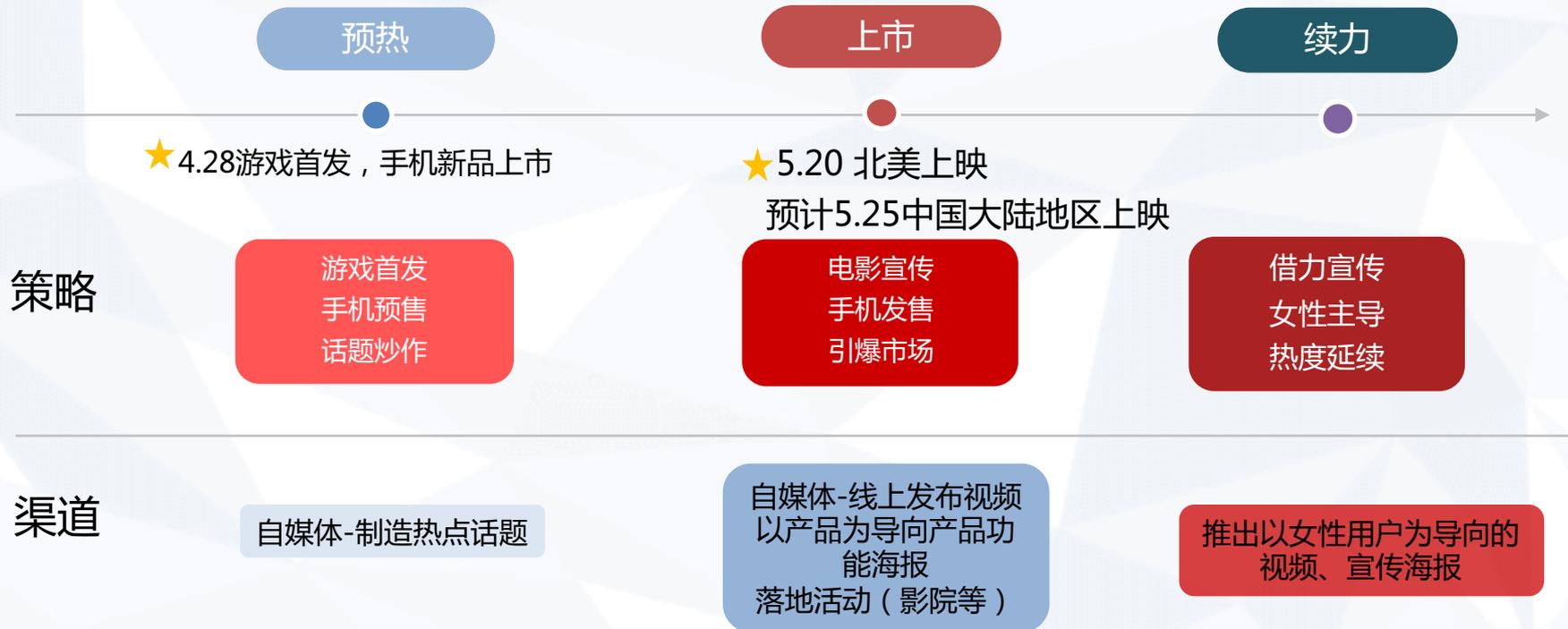
Key Message

**快乐畅玩每一天**

区分竞品传播方式用消费者最容易接受的内容传播

在竞争激烈的千元机市场一炮而红，力求在第一时间抓住消费者得到眼球

# 利用小鸟IP的热度，借势进行新品上市宣传推广



荣耀 honor

THE  
ANGRY BIRDS<sup>™</sup>  
MOVIE

娱乐营销的宗旨：让品牌/产品乐趣极大化！

金属 指纹

越快越乐

畅快玩

性价比高

国际品牌

有档次

易怒 怒放

快乐 可爱

笑语欢歌

好莱坞 勇气

呆萌

3D  
《愤怒的小鸟》  
大电影

影片名称虽有“愤怒”，但内容剧情、角色扮演，带给观众的却是超过百分之百的乐趣和开心爆笑

荣耀 honor  
荣耀 Nemo

+ 产品功能的利益，带给使用者轻松愉快，充满乐趣的体验感受

怒FUN 荣耀

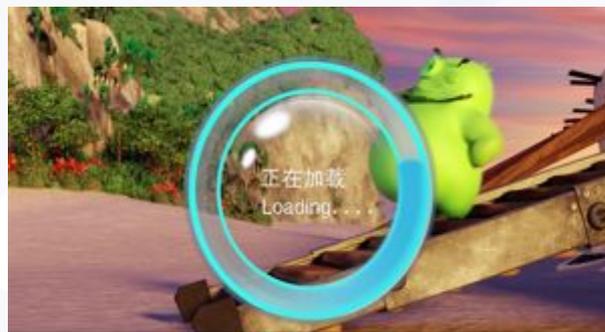
其他：欢乐愤起！  
兴愤玩转  
我的喜怒爱乐

# 媒介&执行



**视频创意**  
**Video**

# 创意CG TVC



# 主视觉KV



# 创意人偶广告TVC



# 表情包



# H5





衍生品

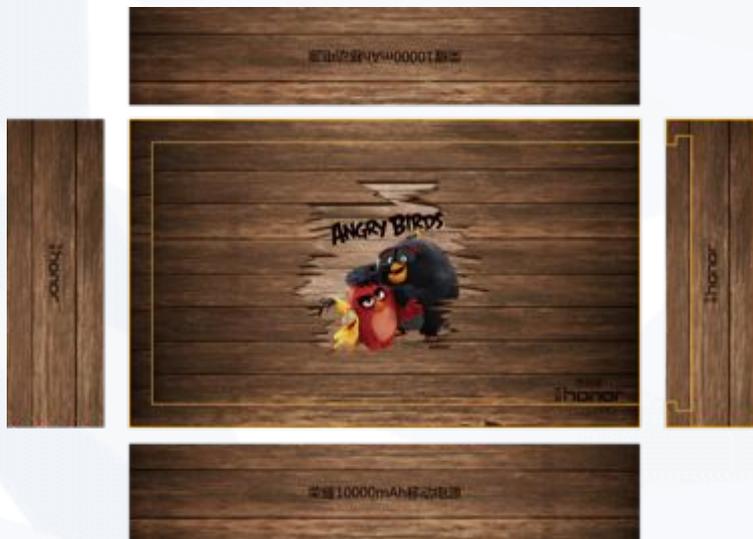
## 衍生品合作

- 中国大陆地区独家定制一款手机，数量2000台，镭射蚀刻外观，可预装4.28号电影游戏
  - Exclusive customized mobile phone in Mainland China, 2000 in total, Laser etching appearance, preloaded new version of Angry Birds in the phone.
  - 手机上包装，数量20000个
  - On pack, 20000 in total
  - 定制一套UI，中国大陆地区独家，荣耀品牌手机使用
  - Customized UI interaction in Mainland China for Honor
  - 定制一款手机壳2000个
  - Customized phone case, 2000 in total
  - 一款耳机包装5万个
  - Earphone packing, 50000 in total
  - 一款充电宝包装11万个（充电宝青春版：10万个包装+贴纸。充电宝点值版：1万个包装+定制布袋）
  - Power bank packing, 110,000 in total (version 1: 100,000 package+sticker \ power bank(version 2: 10,000 package +customized bag )
- 一套小鸟人偶（3个）中国使用权3次，差旅费由甲方承担（可按甲方出差标准）  
Three times for use the Angry Birds doll in China.

## 镭雕手机



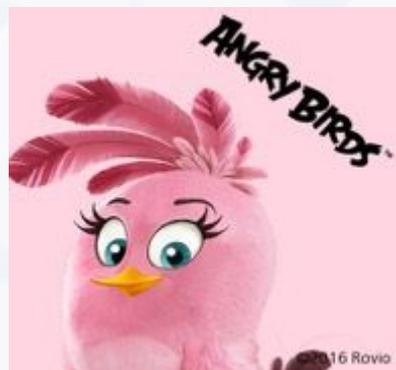
## 充电宝及其他 ( 图片 销量 )



## 充电宝及贴纸



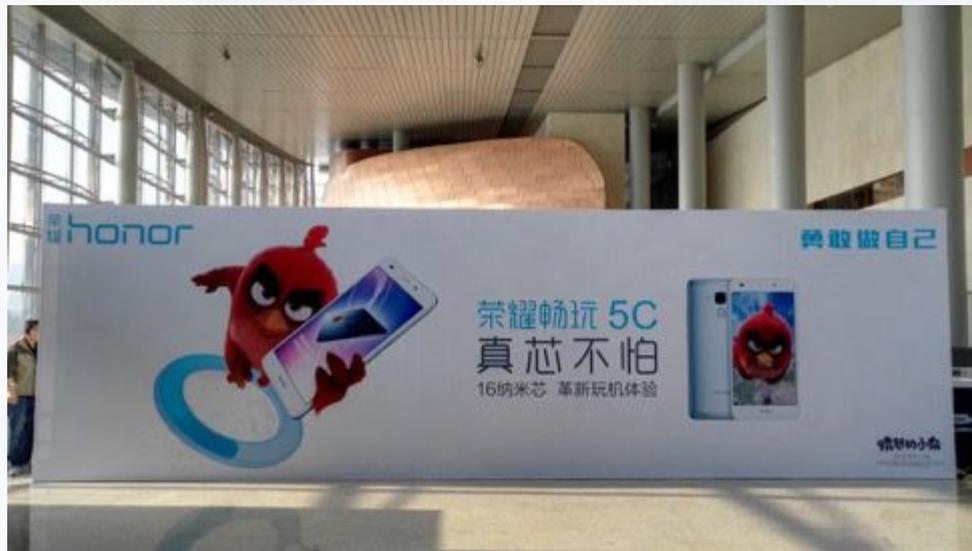
## 耳机包装贴纸





**落地活动**  
**Event**

# 畅玩5C新品发布会（现场图片）



# GIMC大会现场布置







## Social传播

《愤怒的小鸟》IP与荣耀畅玩5C合作微博微信传播声量

## Social传播-官微微博内容



## Social传播-微博外围

MovieKonger 4月25日 21:54 来自 秒拍客户端  
(愤怒的小鸟)大电影即将上映,听说精彩预告片,看看预告片心中一乐!速速围观! [彩色预览](#) (使用彩色预览)

收起



收藏 13352 评论 4511 转发 214

环球影视娱乐 4月25日 22:40 来自 微博 weibo.com  
愤怒的小鸟预告片曝光,听说还跟广告快杠上了?美国有克点!视频重看 [彩色预览](#) (愤怒的小鸟最新预告片)

收起 查看大图 向左旋转 向右旋转



收藏 999 评论 408 转发 205

电影写手 5月23日 15:20 来自 微博 weibo.com  
趁着绿猪卡农园的时候#愤怒的小鸟#出击,没想到,胖红居然是这样的心机bird-! [荣耀愤怒的小鸟卡农篇](#)

收起



收藏 987 评论 331 转发 108

精彩电影 5月23日 12:25 来自 微博 weibo.com  
#愤怒的小鸟#票房3天快3亿!你贡献了多少?看到这个片能表示要笑疯了! [互戳!!](#) [荣耀愤怒的小鸟全篇机身舞](#)

收起

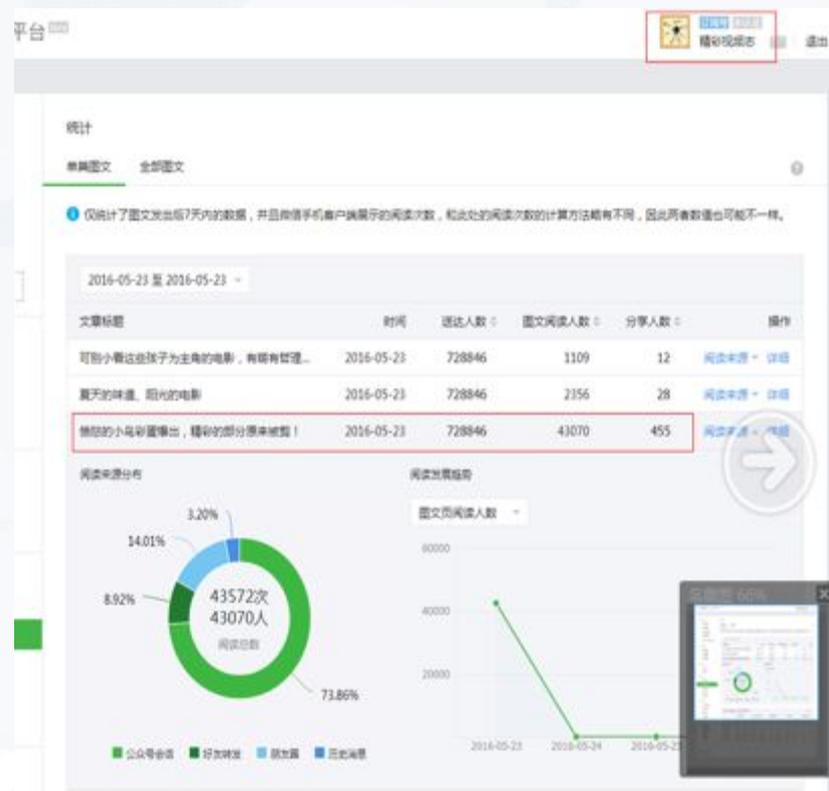
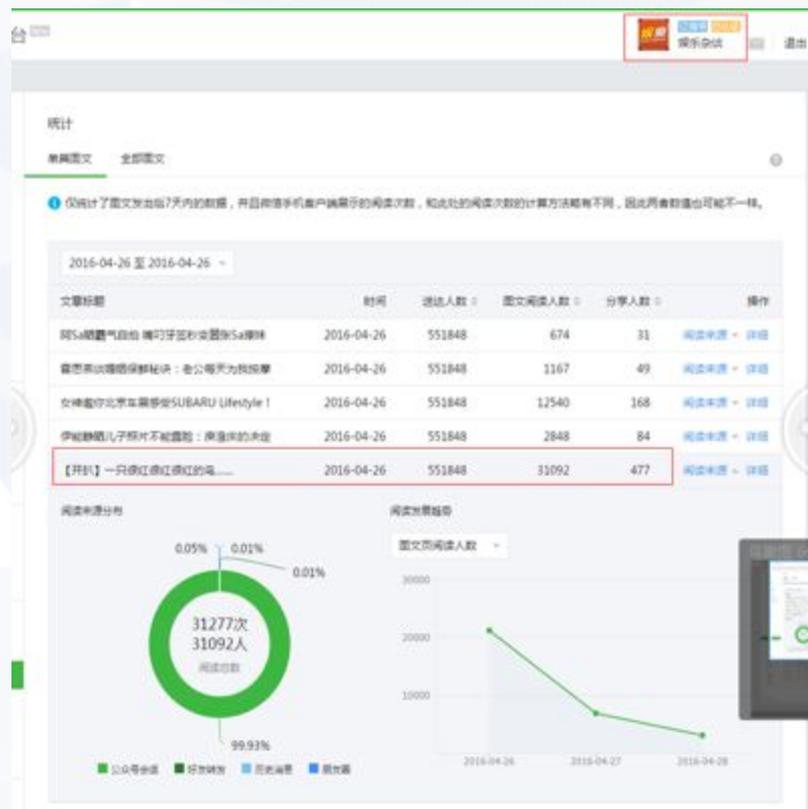


收藏 984 评论 329 转发 126

## Social传播-微博外围



# Social传播-微信内容



## 贴片广告

秒拍



荣耀手机

05-27 11:00 29.9万 观看

赞 3986 | 评论 28

秒拍



荣耀手机

05-27 21:51 50.7万 观看

赞 5588 | 评论 43

秒拍



荣耀手机

05-27 21:52 40万 观看

赞 4540 | 评论 36



# 销售平台投放

# 苏宁

苏宁 荣耀官方旗舰店

5月10日12:00 5月17日9:00 5月17日10:06

第三波预约开启 预约结束 开始抢购

**荣耀畅玩 5C**  
16纳米8核芯千元普及风暴  
**持久畅快体验**

¥899起

立即预约

愤怒的小鸟

苏宁易购 suning.com

荣耀畅玩5C 真芯不怕  
5月5日10:08新品首发  
899元起 预约赢大奖

愤怒的小鸟

**荣耀畅玩 5C**  
真芯不怕  
16纳米芯 革新玩机体验

899元起 0元预约赢大奖

预约：4月28日00:00-5月16日上午9:00  
开售：5月5日10:08

# 天猫



# 移动端





合作APP开屏

## 合作APP



honor

www.umall.com

愤怒的小鸟  
2016 快乐上线

荣耀畅玩 5C  
真芯不怕

16纳米芯 革新玩机体验

899元起 [立即预约](#)

头条 今日头条  
@关心的 才是头条  
All Rights Reserved Toutiao.com



honor

愤怒的小鸟  
跳过了

荣耀畅玩 5C  
新品来袭

荣耀官方旗舰店

淘

随时随地 逛淘就淘

©2016 Toutiao (China) Software Pte. Ltd.  
阿里巴巴集团运营



honor

愤怒的小鸟  
2016 快乐上线

荣耀畅玩 5C  
真芯不怕

16纳米芯 革新玩机体验

899元起 [立即预约](#)

广告

QQ空间

进入 >



honor

跳过广告

愤怒的小鸟  
2016 快乐上线

荣耀畅玩 5C  
真芯不怕

16纳米芯 革新玩机体验

899元起 [www.umall.com](#)

荣耀畅玩5C  
真芯不怕 预约赢大奖

腾讯视频

Copyright © 1998 - 2016 Tencent. All Rights Reserved.

# 效果&反馈

## 镭雕手机（图片 销量）

预约量1285万，首发当日销售25万台，至电影热映的6月中旬，出货量更是突破150万台。



# 话题传播

#听说小鸟要搞机#话题  
阅读量228.5万次；讨论  
声量2万次；话题相关内容  
共发布3条，总转发两  
达到1603次；评论596  
次；点赞391次



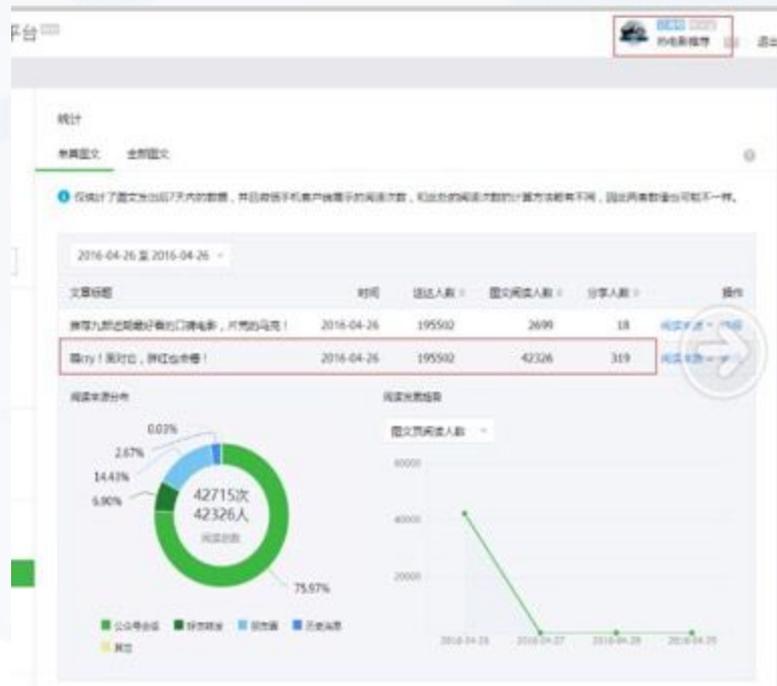
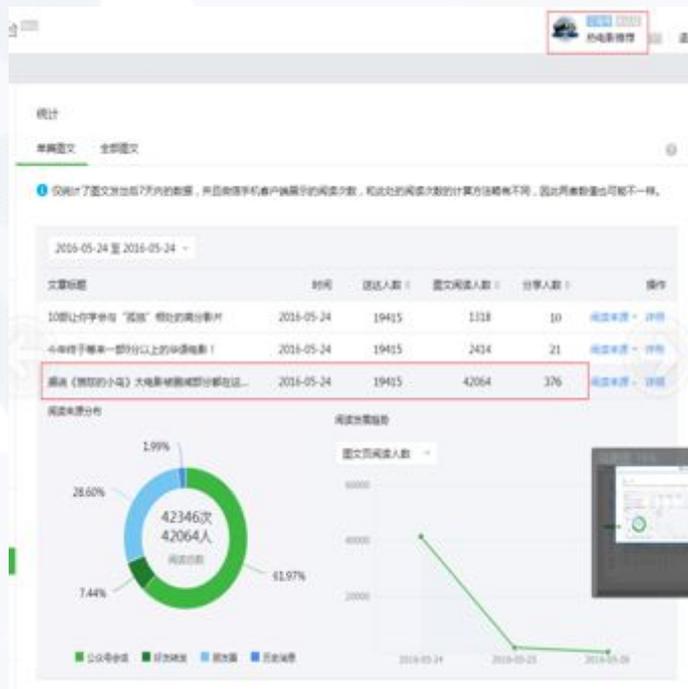
## Social传播-官微微博内容

#荣耀畅玩5C#与#愤怒的小鸟#合作共在@荣耀手机官微发布12条微博内容，总计转发数达到37394次；评论数3641次；点赞数3060次。



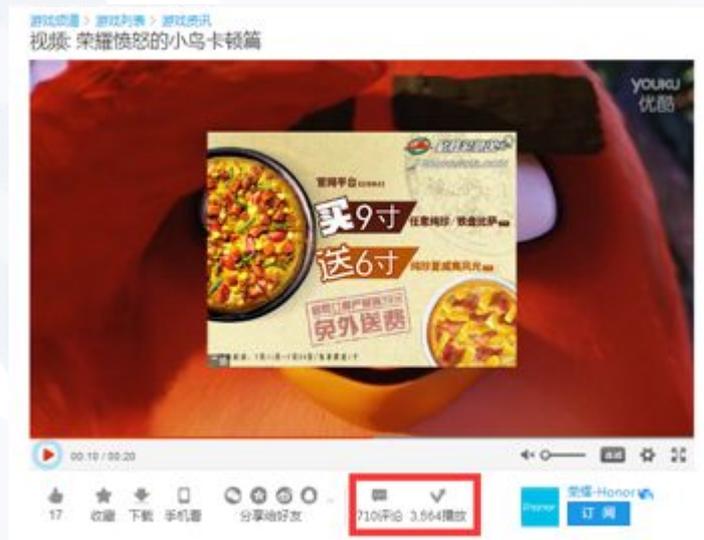
## Social传播-微信内容

共发布愤怒小鸟文章及视频扩散共5篇 实际消息送达人数更达到2224493次； 阅读量达到201622次；分享人数达到2082次。



## 贴片广告

5支视频播放总量：达到 157,2564次人数观看；评论862次；秒拍平台上点赞次数达到28228次。



# 华为自有平台Vmall

## 三大电商平台首日预约量超过270万

