

健康生活只管去跑 华为智能手表新品营销

- **品牌名称:** 华为
- **所属行业:** 3C
- **执行时间:** 2023.06.30-07.04
- **参选类别:** 场景营销类

结案视频

请直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

https://v.youku.com/v_show/id_XNjM2MzgwMDQyOA

营销背景及挑战

营销背景：

2023年3月，华为WATCH Ultimate非凡大师系列智能手表正式发布。作为旗舰款智能手表，非凡大师系列面向高净值商务用户进行功能升级，支持双向北斗卫星消息、100米潜水级防水等极限户外挑战，并配备了专业运动模式支持，异常心率警告等高阶健康管理设计。

为突显新品的优势性能、实现在目标用户中的认知与种草，要针对高净值TA进行一系列内容营销，打造其认同的品牌人格，突显以“户外极限支持”和“高阶健康管理”为重点的品牌优势。

核心用户：以商务人群为代表的高净值用户、户外运动爱好者。

营销挑战：打造契合“户外运动”与“高阶健康管理”主题、调性的原生营销场景，实现快速提升产品认知及种草的目标。

营销目标

提升用户对华为**新品智能手表的认知**，建立高净值用户的产品**价值认同**，**创造与TA生活接近的运动与健康营销场景**
引导各领域精英开启高阶健康管理的新模式，与华为一起探索更多可能

新品认知
迅速提升

情感价值
建立认同

沉浸式
场景种草

营销策略及创意

营销策略： 搜狐原生户外运动IP，对话高净值影响力人物张朝阳，打造户外运动与健康管理场景，沉浸式种草非凡大师新品手表。

华为WATCH Ultimate非凡大师作为华为新一代最强功能“表王”，集高端卓越的材质和先锋科技于一身，与张朝阳的形象高度契合，而马拉松作为近年来热度不断攀升的、受到中产阶层热爱的运动方式，关注度居高不下。

搜狐原创户外运动IP“新闻马拉松”项目，对话张朝阳，在跑步过程中完美展示产品功能点，创造自然契合的产品体验与种草场景，并结合名人效应为产品强劲背书。



产品穿戴、场景交互

张朝阳**全程佩戴新品**
专属机位多角度、多场景跟拍，**沉浸式跨场景种草**
并在马拉松前后**分享高阶健康理念**



省市联动、文化赋能

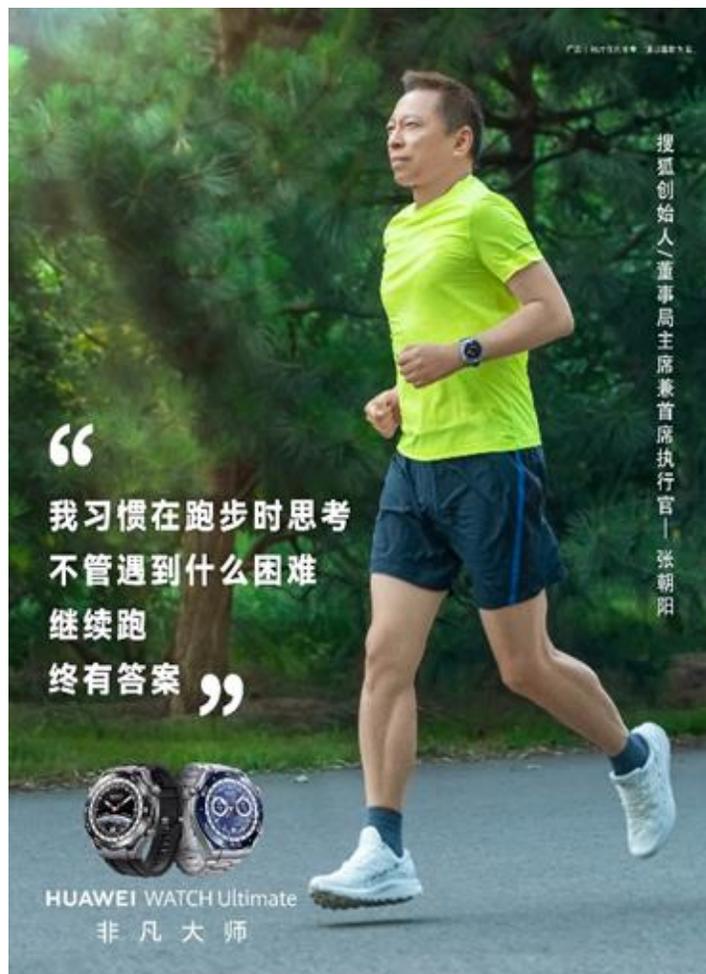
第15届新闻马拉松走进古都西安，**选择城墙马拉松**这一新颖的户外运动场景
深度合作西安省级媒体与文化名人，从文化角度为活动价值与意义升格



名人效应、传播赋能

张朝阳、闫妮、于文文、杨九郎、娄艺潇等**明星以及文物专家王津等文化学者**组成“大咖跑团”，**5小时超长直播引爆话题点**，全网多点位传播持加热新品

预热期：上线品牌合作微博，引发跑步与健康讨论



张朝阳佩戴Ultimate非凡大师手表拍摄金句海报

搜狐体育官方账号提前发布活动预热，引发大量用户分享健康与运动感悟

转发：295 | 评论：206 | 点赞：522



搜狐体育

+关注

23-6-30 14:02 来自 微博网页版

#搜狐新闻马拉松# 穿越时间，来一场与自己的竞赛；别管烦恼，困难总会迎刃而解！跟随张朝阳的脚步，和#华为WATCH# Ultimate非凡大师的全程高阶健康守护，身体力行体验“物理跑步法”的奇妙，健康生活，只管去跑！



295 206 522

- 强哥YanYan:**觉得张总那么年轻，原来是每天锻炼的功劳
23-7-1 09:56 来自广西
- 小小牧羊小娃:**人不是因为衰老才停止跑步，而是停止跑步才变得衰老
23-7-1 09:55 来自广西
- O青梧:**保持健康的生活
23-7-1 09:48 来自河南
- 美心是个宝宝:**在奔跑中寻找答案👉
23-7-1 09:48 来自河南
- 鸣人只想要一个拥抱:**听喜欢的音乐，慢摇在清晨的道路上.....
23-7-1 09:46 来自广西
- 属于你的七秒回忆:**现在每天坚持3公里
23-7-1 09:45 来自广东
- 啦啦啦 这是晴天吗:**跑是最放松的一种方式
23-6-30 14:44 来自四川
- 太阳真大晒得人心烦:**一切烦恼抛在后面，勇往直前
23-6-30 14:43 来自四川
- 鼎鼎十多年:**我也想去体检一下物理跑步法
23-6-30 14:42 来自广东
- 吃喝玩乐阿乐呵:**坚持运动起来👉
23-6-30 14:41 来自广西
- 财神爷167:**一边跑步一边听音乐也是一种享受
23-6-30 14:35 来自广东
- 微风徐徐吹过来21:**多进行有氧运动，强身健体
23-6-30 14:33 来自广东
- 猪猪殿下驾到:**跟着张老师一起跑起来👉
23-6-30 14:32 来自广东

西安开跑：活动全程沉浸式植入华为

从直播间播前广告到张朝阳全程跑步佩戴体验、再到定制冲刺点以相关采访，全程体现品牌佩戴场景



西安开跑：华为线下城墙全面品牌呈现



赛道起/终点-主舞台主视觉背景板体现
LOGO



赛道起点-主舞台电视直播前静帧体现LOGO



活动起点（瓮城处）展区



活动5km处展区



赛道起点-起点门头体现LOGO



现场官方主直播间
主背板体现



赛道5km终点采访
主背板体现



活动7.5km处展区

5小时超长活动直播，在线热度高达3600w



- 搜狐新闻与西安广播电视台实现网媒联动，同步对活动进行了直播。
- 张朝阳先生全程佩戴华为手表，记录跑步过程中的运动数据，对异常心率进行警告，帮助提升运动表现。
- 直播在线热度高达3600万+

长尾期：张朝阳x华为定制视频上线，延续品牌热度

- 马拉松跑步期间，张朝阳先生佩戴体验新款手表，并为华为拍摄品牌态度视频，视频从张朝阳与西安的故事切入，分享他的运动态度、健康理念，并有机展示新款手表的多种运动监测功能，分享高阶用户的健康理念，为产品背书。
- 搜狐科技账号7月4日发布合作视频微博，视频播放近260w，转发量：608；评论量：310；点赞量：1062
- 视频号同步上线内容，当日播放量近百万

定制视频链接：https://weibo.com/tv/show/1034:4919772601581598?from=old_pc_videoshow



搜狐新闻线上多点位助力品牌传播曝光



开机大图引流



首焦及信息流引流



主视觉品牌合作区体现LOGO



专题轮播焦点图之1



专题底部合作伙伴区品牌体现

主视觉品牌合作区体现

卡萨帝空调

专题轮播焦点图

活动整体效果

活动整体总曝光：1亿+

马拉松直播热度：3600万+

张朝阳x华为态度视频上线当日播放量：超过300万