

看中国文博会为深圳换上“新皮肤”

- **品牌名称:** 中国（深圳）文博会
- **所属行业:** 展会/文娱/政府
- **执行时间:** 2023.05.05-06.13
- **参选类别:** 元宇宙营销类



看中国文博会 为深圳换上“新皮肤”

挑战

疫情后的经济复苏关键期，在深圳举办的新一届文博会，肩负着弘扬国民物质和文化需求的重担。因此，需要一条能够诠释深圳精神和文博会内涵的宣传片，向世界递出新时代下的文化新名片。

洞察

深圳始终在改革开放和经济发展的最前线，汇聚全球精英，年轻多元的精神底色让它形成了独有的“多面”物质。同时，以年轻人为主体的社群构成，让深圳必须跟上年轻人的脚步。

创意

基于深圳年轻多元的城市属性，我们创造性地用元宇宙和二次元中的“换皮肤”概念巧妙诠释深圳独特的“多面”属性，让深圳换上“新皮肤”。

亮点1：用互联网与年轻人用语词典中的“换皮肤”概念诠释深圳“多面”属性。

亮点2：打造“艺”想不到的多面深圳“艺术秀”，让硬实力的高不再“硬”。

亮点3：运用裸眼3D、AR等前沿影视科技，把虚拟实景与深圳实景巧妙融合。

8小时内触达人数

500,000,000 +

8小时内全网阅读量

50,000,000 +

8小时内相关话题阅读量

15,000,000 +

结果

创意宣传TVC一经发布，仅8小时，触达人群已高达5亿+，全网阅读量5000万+，转发量20万+，相关话题阅读量1500万+，引发了全网热议。仅“首新闻”单一微博转发量即10万+，点赞量5万+。

人民日报、央视新闻、央视网、新华社等央媒都在第一时间转发，澳门日报、北京日报及香港商报等全球媒体均争相跟进，国内外各大平台知名大V也纷纷转发点赞，视频更在抖音登上各大热门APP热搜榜单，成功破圈，引发了全网讨论热潮。



结案视频链接：

https://v.youku.com/v_show/id_XNjAwOTAzNDY4NA==.html?spm=a2hje.13141534.1_3.d_1&scm=20140719.manual.240103.video_XNjAwOTAzNDY4NA==

三年疫情压抑了人们的热情，也限制了文博会发展。疫情放开后在深圳举办的新一届文博会，肩负着焕活**国民物质和文化需求的重要使命**。

而深圳作为一座兴起不过半世纪的新城，相较于其他历史名城，文化底蕴较为单薄，外地人口为主的人群架构，也让深圳难以形成地区方言、民族节日等高识别度的**地方性特色**。但深圳始终走在**改革发展与经济发展前沿**，也有值得挖掘的特质和优势。



目标1：洞察深圳城市特质和年轻人群特点，**以深圳为锚点，诠释文博会的精神内涵。**

目标2：在疫情结束之际，担起激活国民文旅热情的使命，**向世界递出深圳文博会的数智新名片。**

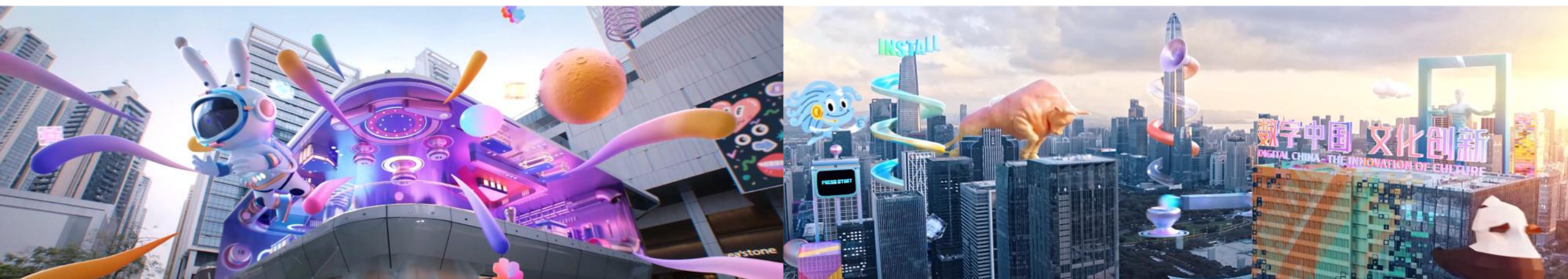


走在改革与经济发展前沿的深圳，海纳百川，汇聚全球精英，年轻多元的基因让它生而“多面”。同时，深圳更是年轻人的城市。第七次人口普查报告显示，深圳常驻人口中15至49岁中青年占比高达69%。想诠释好深圳，就必须与这群走在潮流浪尖的**年轻人**同频对话。

于是我们深挖年轻人独特的网感语言词典，发现元宇宙热潮之下**“换皮肤”**已成热门文化。无论游戏还是生活，二次元亦或是元宇宙，年轻人们已然习惯用“换皮肤”表现全新的形象转换和精致的时尚追求。**所以最终，我们选择用“换皮肤”概念，诠释深圳“多面”属性。**



因此，我们用**“换皮肤”**概念诠释深圳**“多面”**属性，**打造了一条宣传片**，将深圳潮流化、拟人化，以网感**“软”**包装放大深圳**“硬”**实力，结合元宇宙潮流数字语言，演绎不一样的多面深圳。



作品链接：https://weibo.com/6221932120/N4a4x0N27?refer_flag=1001030103

创意执行方面：

在创意视频中，我们采用前沿**影视CG特效**，用虚拟与现实的结合为深圳换上了别出心裁的“多面新衣”，并以年轻主角的闯关之旅为视觉主线，带观众沉浸式走进元宇宙一般的数字深圳。

不断变装的青年主角唤醒不同“**皮肤**”的多面深圳，突破次元壁，在失重图书馆骑飞书，在摩天大楼顶打咏春、在城市森林中追寻游戏的乐趣.....亲身感受深圳蓬勃的科技朝气和丰富的文化魅力。

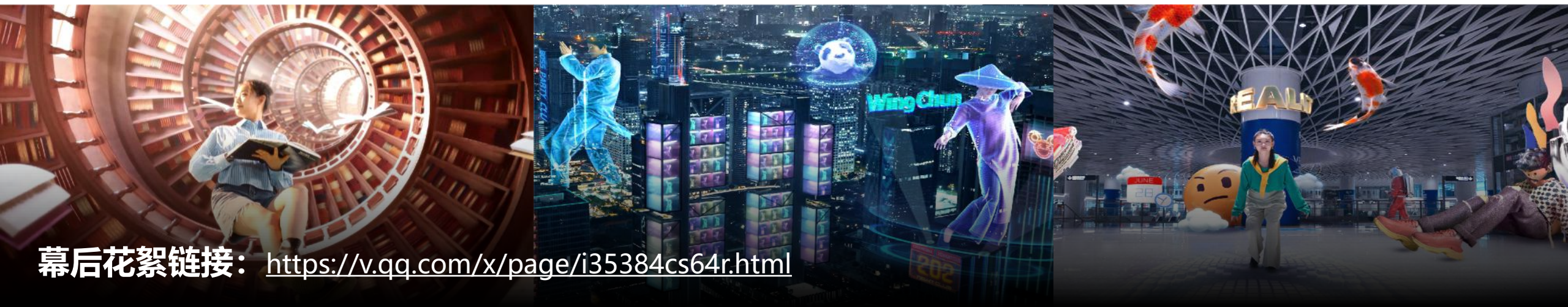


媒介执行方面：

Step1：以深圳卫视、深圳新闻等官方**自有媒体**率先发声，用**“换皮肤”**概念勾起年轻人对新深圳的好奇，从而激发微信视频号、抖音、快手等多平台KOL自发传播，完成**从PGC到UGC**的良性转化。

Step2：创意效果引发人民日报、央视新闻、央视频等**央媒**和北京日报、香港商报、齐鲁网等**全境媒体**点赞转发，并吸引了众多**境外媒体**争相报道。

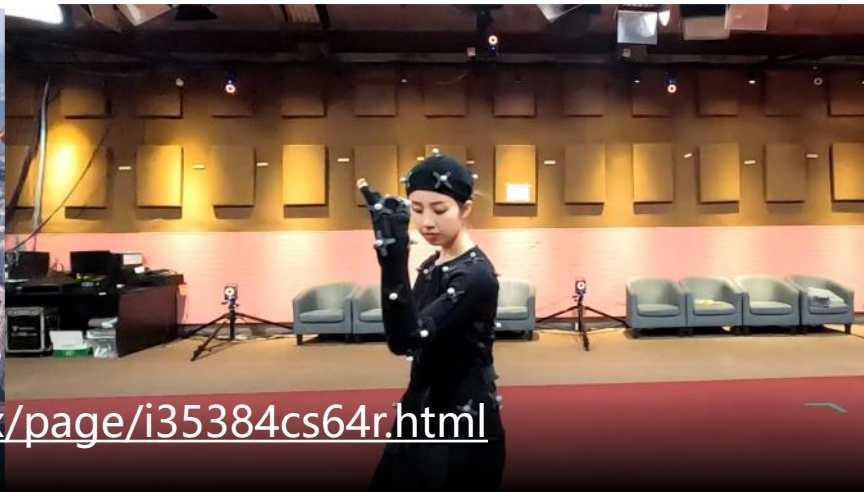
Step3：文博会正式开幕后，于线下户外大牌及展会现场轮播宣传视频，吸引国内外社交媒体大V转发跟进，持续拉高话题热度，形成**线上线下联动的全方位传播矩阵**，成功引发全网热议。



幕后花絮链接：<https://v.qq.com/x/page/i35384cs64r.html>

创意亮点：

- 01： 结合年轻人语言词典，用二次元及元宇宙中的“换皮肤”概念诠释深圳“多面”属性。
- 02： 打造“艺”想不到的城市“变装”，使深圳在多面间灵活转换，让硬实力的露出不再“硬”。
- 03： 运用裸眼3D、AR等影视后期方面的科技手段，将超现实的数字场景与深圳实景有机融合。
- 04： 以年轻主角闯关之旅为主线，强化代入感，带观众沉浸式体验元宇宙般的文化之旅。



幕后花絮链接：<https://v.qq.com/x/page/i35384cs64r.html>

创意影片一经发布，**仅8小时**，触达人群即达**5亿+**，**全网观阅量5000万+**，**相关话题阅读量已1500万+**，**转发20万+**，引发全网热议。仅“直新闻”单一视频号转发量即10万+，点赞量5万+。

人民日报、央视新闻、央视频、新华社等**央媒**都在第一时间转发，澳门日报、北京日报、香港商报等**全境媒体**均争相跟进，国内外各大平台知名大咖也纷纷转发点赞，视频更是相继登上各大热门APP热点推荐，成功破圈，引发了全网讨论热潮，成功让深圳文博会在数字时代“新装”出道。



视频交片后，获客户一致好评。投放后，成绩卓然，仅8小时即超出预计效果，客户为此发布战报喜讯。




文博创意宣传片
《Hi ICIF——先行一步 未来有数》

宣发战“爆”
发布8小时

触达人群 **5亿**

全网观阅量 **5000万次**

全网转发量 **超过20万**

话题阅读量

1500万

- #给深圳换皮肤# 热搜同城榜 TOP1
- #冲啊文博会# 热搜同城榜 TOP8
- #文博创意视觉片全球首发#
- #第十九届文博会来了#
- #深圳文博会主打快乐多巴胺#
- #一个瞬间交易文博#

深圳卫视黄金时段首发




全境媒体转发

人民日报、央视新闻、央视网、新华社、学习强国、香港商报、澳门日报、澳门广电、澳门莲花卫视、台湾中天亚洲台、台湾东森电视台、封面新闻、看度新闻、四川观察、触电新闻、

热点推荐

浏览器 1分钟前

头条 给深圳“换皮肤”！文博创意视觉片全球首发

华为手机终端全国push

百度app 正能搜百度 banner 图

百度pc 新闻首页

腾讯新闻深圳页卡推荐 华为信息流深圳频道首页大图

破圈传播

于强今日头条转发

张杰安微博点赞

破圈传播

于强今日头条转发

张杰安微博点赞

大咖点赞

于强今日头条转发

张杰安微博点赞

支持媒体



看看新闻、奔腾融媒、闪电新闻、天眼、今视频、百姓关注、晨视频、城市快报、南视、新时、掌上春城、四川观察、荔枝新闻、看度新闻、香港商报、正观、极目新闻、N视频、大河报、豫视频、中国蓝新闻

5亿⁺

8小时全网曝光量

5000万⁺

8小时全网观阅量

20万⁺

8小时转发量

1500万⁺

8小时全网话题阅读量

40家⁺

8小时内转发的主流媒体