

# 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繁荣的重担。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“艺术奇”，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，把超现实场景与深圳实景巧妙融合。

8小时内触达人数

500,000,000 +

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”单一视频号转发量即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。

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==](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。**

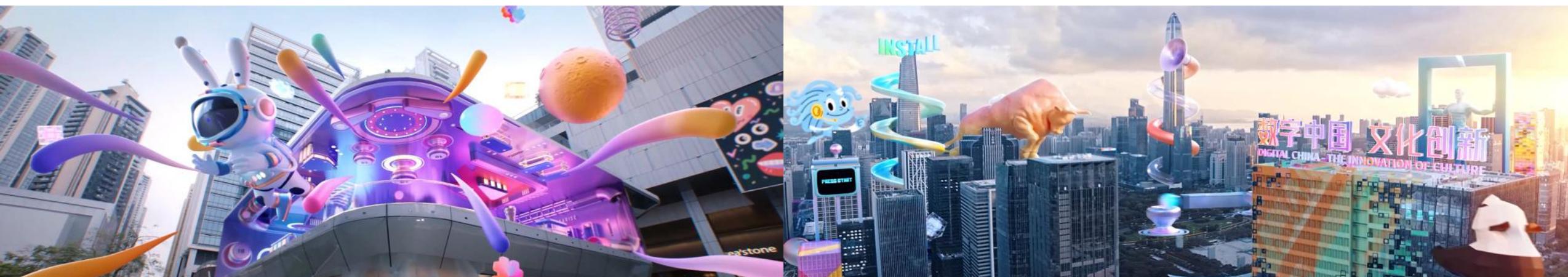


走在改革与经济发展前沿的深圳，海纳百川，汇聚全球精英，年轻多元的基因让它生而“多面”。同时，深圳更是年轻人的城市。第七次人口普查报告显示，深圳常驻人口中15至49岁中青年占比高达69%。想诠释好深圳，就必须与这群走在潮流浪尖的**年轻人**同频对话。

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](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。

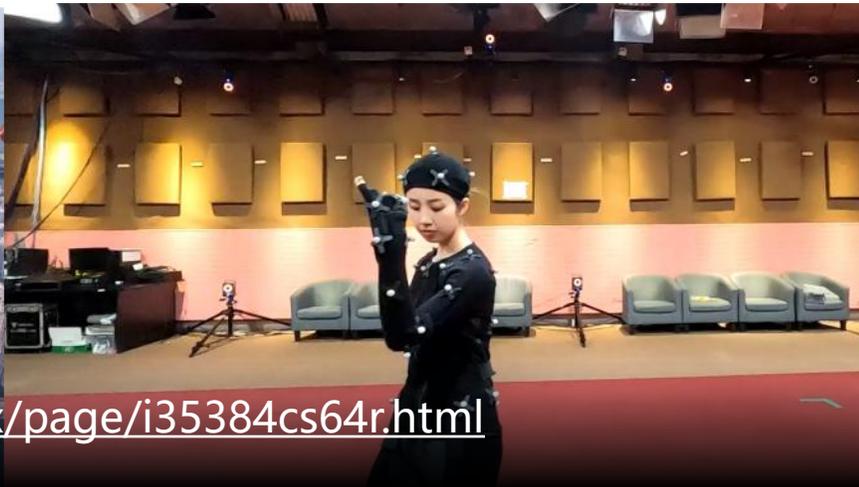
**Step3：**文博会正式开幕后，于线下户外大牌及展会现场轮播宣传视频，吸引国内外社交媒体大V转发跟进，持续拉高话题热度，形成**线上线下联动的全方位传播矩阵**，成功引发全网热议。



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。




文博会创意宣传片  
《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**

全网浏览量 **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
- #文博会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”！文博会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

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

支持媒体



看看新闻 奔腾融媒 闪电新闻 央视网

今视频 百姓关注 晨视频 城市快报

南视 腾讯新闻 新时网 掌上春城 四川观察

荔枝新闻 荔枝新闻 看度新闻 封面

香港商报 正观 极目新闻 N视频

新浪深圳 新湖南 北京日报客户端 中国蓝新闻

大河报 豫视频 中国蓝新闻

5亿<sup>+</sup>

8小时全网曝光量

5000万<sup>+</sup>

8小时全网观阅量

20万<sup>+</sup>

8小时转发量

1500万<sup>+</sup>

8小时全网话题阅读量

40家<sup>+</sup>

8小时内转发的主流媒体