

# UMAX+投屏创新组合投放 荣耀Magic 5上新强势霸屏

- **品牌名称:** 荣耀手机
- **所属行业:** 电子3C
- **执行时间:** 2023.03
- **参选类别:** OTT营销类

# 案例视频

UMAX

[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNjM3Nzk4MzY1Ng==.html](https://v.youku.com/v_show/id_XNjM3Nzk4MzY1Ng==.html)

投屏互动广告

[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNjM3MjE3MzlwNA==.html](https://v.youku.com/v_show/id_XNjM3MjE3MzlwNA==.html)

## 国产高端机群雄逐鹿，荣耀Magic 5 开启高端旗舰进化新征程

### 市场背景

近年来国产手机品牌都把战力瞄准高端市场这块利润丰厚的战场，**国产智能手机的高端旗舰竞争日益激烈**。随着国内智能手机市场进入饱和状态、存量竞争已成定局，**中高端用户是必争之地**。

### 品牌背景

各大手机品牌将高端化作为核心战略，荣耀Magic系列自发布以来，在设计、屏幕、影像、性能、系统、安全等多方面不断进步，为用户带来全面进化的产品体验。

### 时间背景

2023年3月荣耀正式在国内发布全新领创科技旗舰——Magic 5系列。此系列不仅带来全新理念、全新设计，更凭借领先的影像、智能、续航、通信技术，实现多维度行业突破，树立了高端旗舰手机新标尺。**因此在新品首销BIG DAY的核心时间点上，需要找准契合平台，为新机强势造势，强化高端心智。**



## 目标1

品牌上新强力造势，抓住高价值人群眼球，提升Magic 5在全网的影响。

## 目标2

以创新广告形式呈现Magic 5 高端质感，全面强化Magic 5高端旗舰心智。

疫情之下，荣耀品牌选择OTT这一优质家庭大屏场景作为Magic 5系列上新投放的重要阵地，有效触达了中坚高质的高端旗舰核心客群。

Magic 5核心卖点以裸眼3D的创意视觉方式呈现，在**家庭独占的曝光环境之下**，从外观到性能沉浸式**展现了Magic 5系列高端旗舰的质感**，透过影音的极致感受实现了**高端心智的强渗透**。

**在品牌首销进行UMAX + 投屏广告创新组合投放，有效实现了品效共赢。**

## (一) UMAX强势抢占首页曝光，Magic 5系列霸气破屏

荣耀抢占优酷OTT首页及酷喵首页核心场景，Magic 5 UMAX广告强势吸睛，鹰眼相机、自研射频增强芯片、青海湖电池等核心产品力，以裸眼3D破屏效果进行视觉呈现，最大幅度冲击用户视觉观感，豪华旗舰质感完美呈现的同时，有效提振新机记忆度。



鹰眼相机



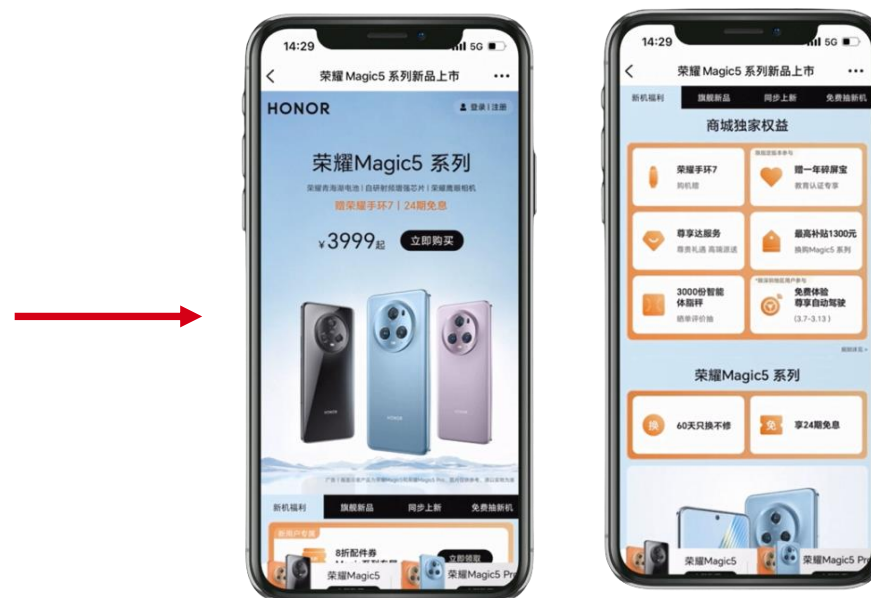
自研射频增强芯片



青海湖电池

## (二) 投屏广告Magic 5双屏联动，大屏创意曝光+小屏高效点击双管齐下

伴随用户“投屏看”行为普及渗透，荣耀尝鲜优酷OTT创新广告形式“投屏广告”，Magic5上新日，在大屏端 + 小屏端实现双端视觉大曝光。小屏端 Magic 5 以裸眼3D效果强势吸睛，用户点击即可进入购机H5落地页，优质点击效果，推动新机首销品效转化。



## (一) 绝对曝光

**5000万+**

2日曝光总PV

**4%+**

投屏广告点击率

## (二) 高效沟通

**70%**

25-44岁中坚力量

**62%+**

三线以上城市

**53%+**

手机价位>4000元