

中交建 x 网易新闻《一分钟漫游港珠澳大桥》H5 互动

广告主：中交建-港珠澳大桥项目组

所属行业：建筑行业

执行时间：2018.10.24-10.31

参选类别：互动类

营销背景

中国改革开放四十年，成就非凡。今年 10 月 24 日通车的港珠澳大桥便是杰作之一，作为世界上最长的跨海大桥，它历经了 14 年筹备和建设，全程 55 公里，创下多项世界之最，被英媒称为“现代世界七大奇迹”之一，但这座承载巨大历史意义的国之重器，仿佛与我们很陌生，它到底是什么样子？有什么工程亮点？大多数人都尚未得知。

作为港珠澳大桥的承建方之一的中国交建联手网易新闻打造该项目，耗时 3 个多月，用情感化内容，视觉化表达，轻量化互动，送上了港珠澳大桥初次露面的“见面礼”。

营销目标

这种国家工程的传播，以往的做法都是报道、直播等，但这样的传播方式，也会伴随着覆盖面窄，阅读门槛高等种种不足。在碎片化的当下，如何用最符合当下语境的传播方式，迅速扩大港珠澳大桥成功通车的信息声量，让用户能迅速了解大桥全貌，并触发情感关联，成为本次传播的首要目标

策略与创意

经历了 14 年筹备和建设后终于亮相，许多人都想在通车之际，一睹这座世界最长跨海大桥的风采，同时，对于广东周边人群，以及经历了香港、澳门回归的一代人来说，港珠澳大桥更有一种“家与团圆”的深切情感共鸣。

经过深入洞察，这支《一分钟漫游港珠澳大桥》的 H5 暖心出炉，以第一人称视角，只需要简单地长按屏幕，就能在一分钟之内穿越 55 公里的港珠澳大桥，“亲眼目睹”三大通航桥、6.7 公里的海底隧道、人工岛等等，在通车当天，满足用户“抢先看”港珠澳大桥的需求。

同时，代表着连接和沟通的桥本身就有着浪漫含义，当用户“漫游”港珠澳大桥，抢先欣赏到无限风光时，还可以以明信片的形式，解锁港珠澳大桥的真实美景，同时以走心的文案，将这份美好体验分享给好友，交互极简，内容优质，正是这些因素，造就了该项目覆盖上亿人的裂变传播。



(扫码体验 H5)

执行过程/媒体表现

情感化表达

不论传播媒介如何变化，内容都是打开用户共鸣的钥匙。无论在视觉表达，还是文字表达上，网易新闻都充分考虑到这一点，用最走心的方式，触发用户共鸣。

1、视觉表达

港珠澳大桥共 55 公里，8 大板块，想要完美呈现它的风光，大多数人的第一想法都是靠建模和渲染，但是这样会导致 H5 体量庞大，加载和交互都会卡顿，手绘的优势便由此凸显，不仅能将港珠澳大桥最如梦如幻的一面画出来，还会像手写信一样，给人一种暖心感，极大地优化用户体验。



视频浏览链接: <http://v.163.com/static/1/VE4Q408FD.html>

2、文字表达

视觉化报道不同于传统,所以在文字风格上,该 H5 也采用了较为感性的表述,以用户情绪为出发点,建立港珠澳大桥与用户的情感共鸣,比如用一些温暖的情话、诗歌等,让用户因美景而动情,因美好而共鸣。



163000

TO: 哈哈

- 我一直在找一座桥。
- 什么桥?
- 通往你心里的桥。



— HATTER

163000

TO: 哈哈

从明天起做个幸福的人,
喂马劈柴围游世界,
面朝大海,春暖花开。



— HATTER



长按识别二维码,
获取明信片

网易新闻 | 港珠澳大桥 | 广东卫视 | 广东广播电视台 | 广东广播电视台 | 广东广播电视台



长按识别二维码,
获取明信片

网易新闻 | 港珠澳大桥 | 广东卫视 | 广东广播电视台 | 广东广播电视台 | 广东广播电视台

轻量化体验:

技术只是优化报道的一种方式,并非目的。所以,该 H5 采用了最简洁的一镜到底的交互,只要按着屏幕,即可开始穿越,欣赏港珠澳大桥的沿途景色,同时,只要松开手指,便可以生成明信片,在走完全程后将其分享给好友。极简的交互可以让用户最大限度地沉浸在内容中,从而实现报道的真正价值。



金牌传播矩阵:

好的内容更需要好的渠道助力传播。本支 H5，除了在网易新闻站内推广外，还特别联合了新华社、新华网等优质媒体进行联动传播，新华社发布的相关微信，上线几分钟后便收获 10w+ 阅读量及数千点赞量，同时，还有其他央级媒体联动传播，共同推动国家项目重磅传播。

截至10月31日下午18时，共发布稿件40余篇，其中位置推荐两篇主要央级媒体：环球网、光明网，中国网等垂直媒体：techweb、donews、创业家等；地方重点媒体有深圳新闻网、南方网等。

序号	链接	来源
1	http://finance.southcn.com/t/2018-10/26/content_183821726.htm	南方网
2	http://www.china.com.cn/aboutus/2018-10/26/content_68304787.htm	中国网
3	http://china.qianlong.com/2018/10/26/2904782.shtml	千龙网
4	http://finance.huanqiu.com/cjrd/2018-10/13369122.html	环球网
5	https://www.iyiou.com/p/84167?share_from=d2b62d8nsuYaf-NyWj0-mv3MEed9WhWlKPDWilhZ+hKiPl_h101AdjKlhiamieuTbPaA7afrcV7yBzgzqrIXeEaYMIQ52dpZiZSJIPLA9YDhA	亿欧
6	http://www.yxwb.com/Content/2018-10/26/N278127087263?from=singlemessage&isappinstalled=0	云南信息报
7	http://www.ciweek.com/article/2018/10/26/A2018102624393.shtml	互联网周刊
8	http://www.enet.com.cn/article/2018/10/26/A20181026055519.html?from=singlemessage&isappinstalled=0	硅谷动力
9	http://news.k618.cn/roll/201810/20181026_1690035L.html	未来网
10	http://share.gmw.cn/reader/2018-10/26/content_31834064.htm	光明网
11	http://m.techweb.com.cn/article/2018-10-26/2709404.shtml	TechWeb
12	http://www.cnszxx.com/a/zfx/2018/10/26/8994.html	深圳在线
13	http://www.ceeszc.com/News/201810/News_20181026153522_223253.html	深圳经济网
14	http://www.sootoo.com/content/677536.shtml	速途网
15	http://www.donews.com/news/detail/4/3024297.html	DDNEWS
16	http://d.youth.cn/shrgch/201810/20181026_11765793.htm	中国青年网
17	http://www.sznews.com/news/content/2018-10/26/content_21173822.htm	深圳新闻网

营销效果与市场反馈

《一分钟漫游港珠澳大桥》一经上线便刷屏朋友圈，截至目前的 PV 更是达到了令人震惊的 **105,132,537**，上亿人通过这支 H5 领略了港珠澳大桥的无限风光，也正是这个惊人的数据，让本项目成为网易史上流量最高的 H5 作品。



各大营销网站、公众号纷纷转载，以解读、专访等形式，从设计、创意、交互等角度对该 H5 进行解析，分享该 H5 引发流量井喷的背后逻辑。



此次H5的刷屏，也受到了很多营销媒体的关注，新榜和H5广告资讯站对策划团队进行了专访。除此之外，很多营销媒体也自发地进行报道和传播。



数字时代赋予了传播更多可能，本项目覆盖上亿人的惊人表现便是最好例证，印象中总是深奥厚重的国家项目，也可以成为被轻松玩转的爆款，这也为媒体的多元化报道尝试上提供了多一条思路。

(数据来源：网易新闻客户端后台监测统计)