

## 荣耀 Note10 新品上市视觉营销

广告主：荣耀

所属行业：3C 数码

执行时间：2018.08.20-12.29

参选类别：移动营销类-展示类

### 营销背景

荣耀 Note10 于 2018 年 8 月初进入手机市场，主打卖点为 THE NINE 液冷散热+双 Turbo（手机散热功能）、大屏商务、5000mAh 大电池（超级快充，支持反向充电）、影音娱乐（对称式立体双扬声器+杜比全景声+AI 拍照+AIS 手持夜景）。

### 营销目标

荣耀 Note10 目标消费人群为男性手游爱好者，在手机上市后，需巩固核心粉丝群，争抢小米 MAX3 及黑鲨手机市场份额。

### 策略与创意

策略：

市场上针对手游推出的手机产品同质化严重，跑分式科技产品营销进入白热化阶段，所以我们另辟蹊径在产品上市期间进行视觉营销，通过社交媒体的设计物料，生动化体现多卖点，打造荣耀 Note10 独特的吸引力和记忆点。

创意：

采用 3D 建型、手绘、漫画、鼠绘、实拍等多种创意形式，解读荣耀 Note10 卖点，全新和极具创意的形式，引发了用户对手机的关注和讨论，产生了大量 UGC。

### 执行过程/媒体表现

制作悬疑类、卖点解读类、核心卖点类、态度类、BD 类、夜拍类、节点类等一系列创意海报超过 20 套，逐个击破卖点，在国内及海外同步传播，部分视觉物料成为 Note10 全球传播的核心素材。

呈现如下：

1、悬疑类：利用荣耀 Note10 的名称，为强化 10 的记忆，用“不再 9 等，就在此 10”，为产品发布做悬疑预热。



2、悬疑类：在新品发布会前的预热阶段，以极具视觉震撼的 3D 建模海报突出产品“更大，更快，更 COOL”主题。并以 4 个典型使用场景暗示 4 大卖点。





3、卖点解读类：解构中国汉字，使海报上的文字上下颠倒后显示为不同文字，隐喻不同卖点。

海报的正面文字为：大、双、冷，指大屏、双扬声器、液冷散热卖点。

将海报上下颠倒后，文字变成：长、AIS、迅，指长续航、AIS 智慧防抖、流畅迅速卖点。

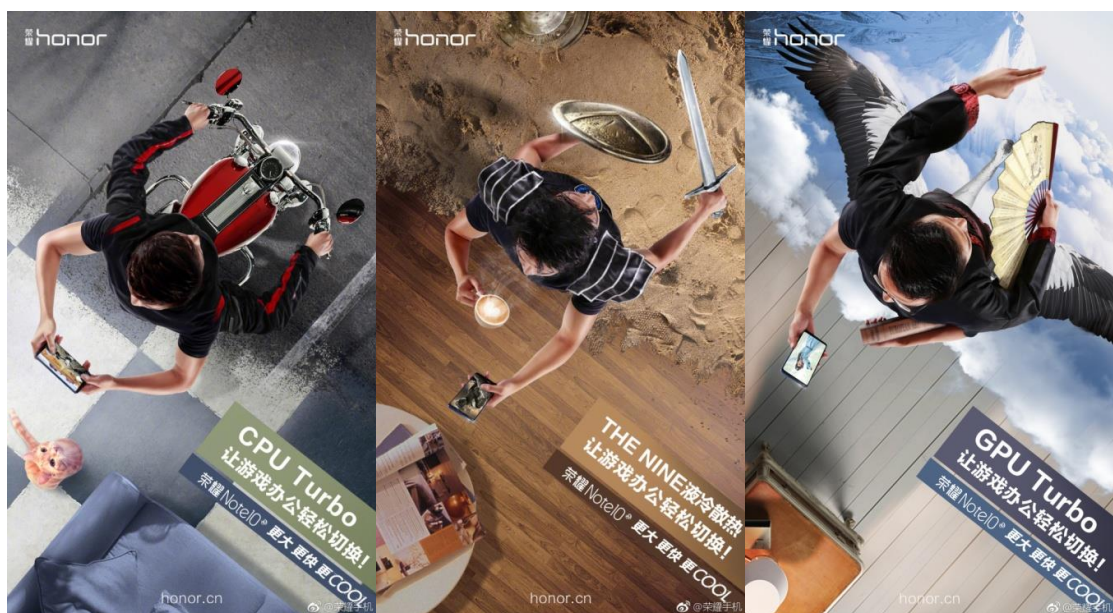


4、卖点解读类：撕掉荣耀 Note10 的“伪装”，显露出产品不为人知的另一面。





5、卖点解读类：以趣味功能场景切换，展现手机既能商务又能娱乐的卖点。



6、卖点解读类：荣耀 Note10 绝不仅仅只是手机，大屏荣耀 Note10+爆米花=追剧神器！

功能十足的 Note10，搭配其他辅助配件，就能有 1 + 1 > 2 的效果。

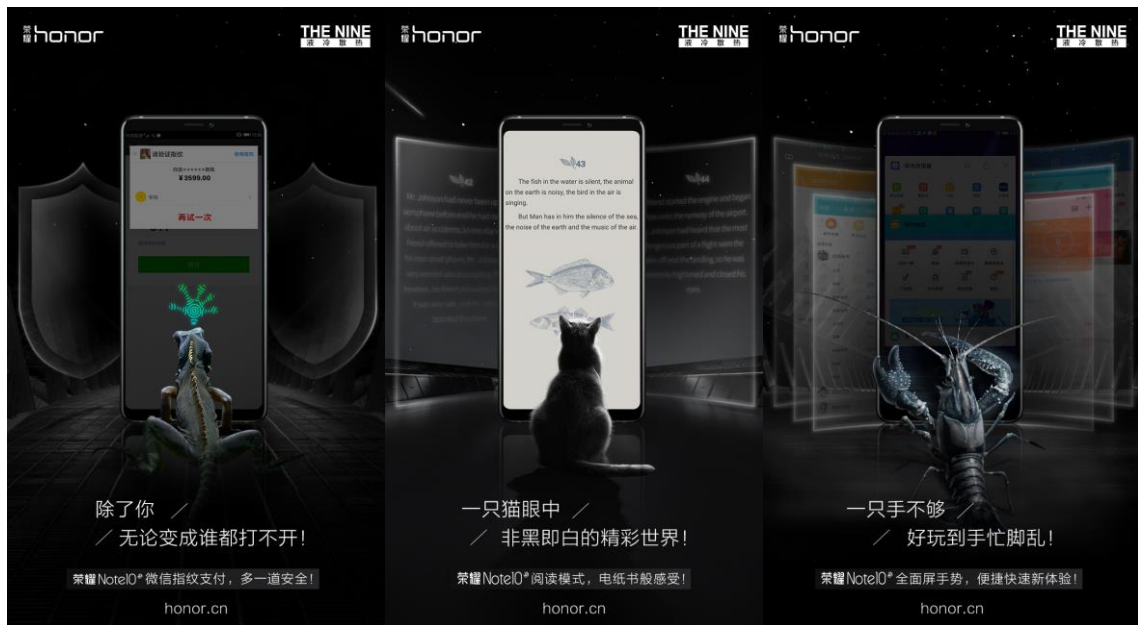


7、卖点解读类：利用牛仔裤的紧身效果，凸显荣耀 Note10 不仅是手机，还兼具多种功能。





8、卖点解读类：以动物拟人化形式，生动解读指纹支付、阅读模式、全面屏手势。



9、8GB 卖点：利用画面反差，体现出荣耀 Note10 8GB 版本的流畅体验 “8GB 大运存，不因卡顿变身！”



10、8GB 卖点：以手机结合实景，以夸张的手法凸显手机 8GB 大内存卖点。

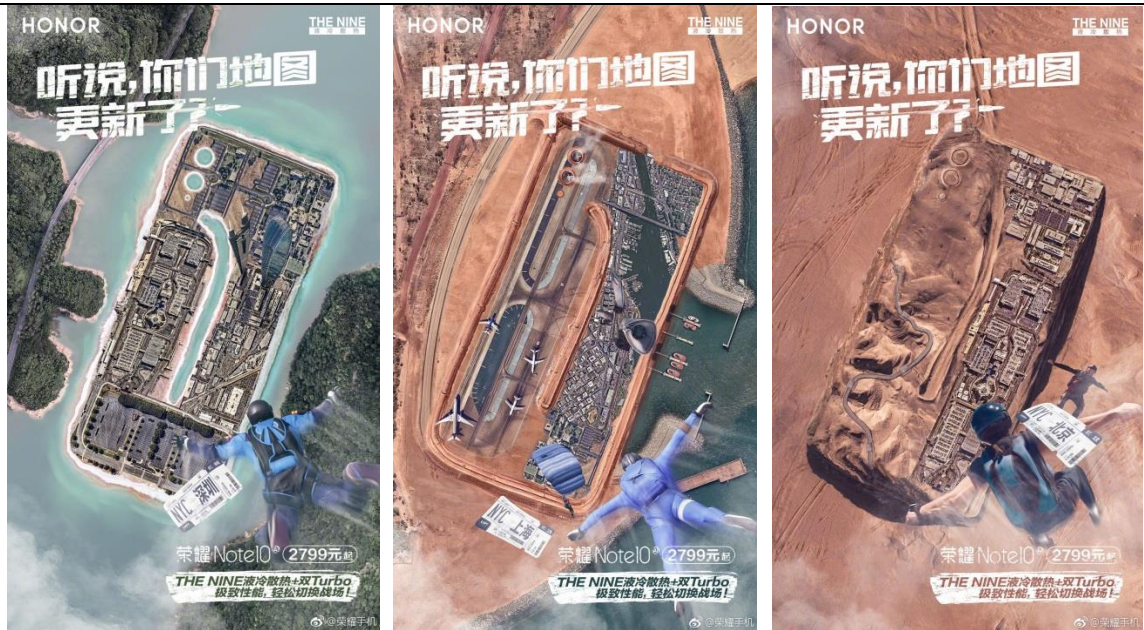


11、大屏卖点：展现荣耀 Note10 超大屏幕带来的震撼体验



12、流畅卖点：将荣耀 Note10 与游戏地图结合，凸显荣耀 Note10 的流畅游戏体验





13、大电量卖点：以夸张画面结合真实测试的数值，展现大电量长续航卖点，真正的“硬碰硬”。



14、态度海报：洞悉大部分人在使用手机时手机会出现的通病，突显荣耀 Note10 配置够高。





15、态度海报：结合年轻人喜欢的“金句文化”传播产品卖点





16、态度海报：洞察到生活中手机使用场景容易出现的小问题，用荣耀 Note10 勇敢 Say No。



HONOR THE NINE

# 吵吗?

和“什么都混在一起的单声道”  
Say No!

荣耀 Note10<sup>®</sup>  
对称式立体双扬声器支持杜比音效  
耳朵里的声音分的清清楚楚

@荣耀手机

HONOR THE NINE

# 沉吗?

和“出门要带充电宝”  
Say No!

荣耀 Note10<sup>®</sup>  
5000mAh大电池  
不仅省空间，关键没电也能活很久

@荣耀手机

HONOR THE NINE

# 糊吗?

和“手抖”  
Say No!

荣耀 Note10<sup>®</sup>  
2400万AI双摄支持AIS手持超级夜景  
无需固定，稳的一匹

@荣耀手机

HONOR THE NINE

# 尬吗?

和“对不起我不是英雄没法救你”  
Say No!

荣耀 Note10<sup>®</sup>  
5000毫安时支持反向充电  
该出手时就出手

HONOR THE NINE

# 背吗?

和“电脑进水提案中断”  
Say No!

荣耀 Note10<sup>®</sup>  
PC模式  
手机秒变电脑，让会议继续

HONOR THE NINE

# 小吗?

和“不够大”  
Say No!

荣耀 Note10<sup>®</sup>  
6.95英寸Super AMOLED屏  
视野超出想象

HONOR THE NINE

# 慌吗?

和“一用微信付款就担心别人偷看”  
Say No!

荣耀 Note10<sup>®</sup>  
微信指纹支付  
让窥探之人望而兴叹

HONOR THE NINE

# 俗吗?

和“相貌平平”  
Say No!

荣耀 Note10<sup>®</sup>  
圆润流光玻璃  
拼搏后的人都知道颜值的重要

HONOR THE NINE

# 堵吗?

和“转圈圈”  
Say No!

荣耀 Note10<sup>®</sup>  
荣耀首款WIFI 2x2 MIMO  
拆掉这堵墙剩下的就只有流畅无阻

17、BD 联合海报：以 3D 建模的形式，结合不同品牌的消费者使用场景传播荣耀 Note10 卖点。（展示部分）

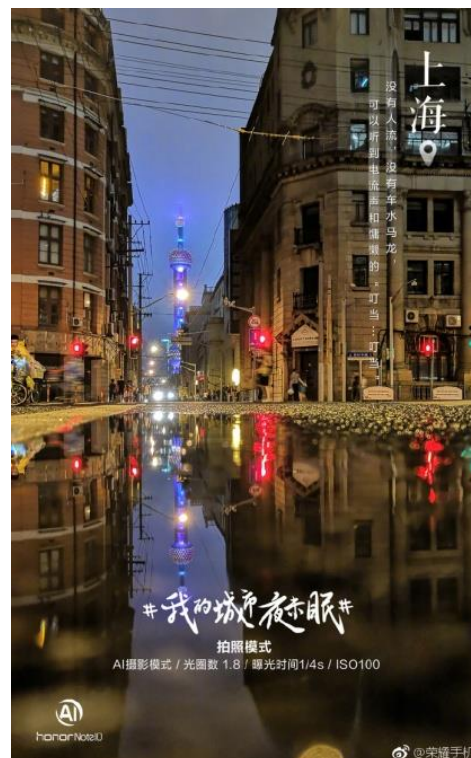
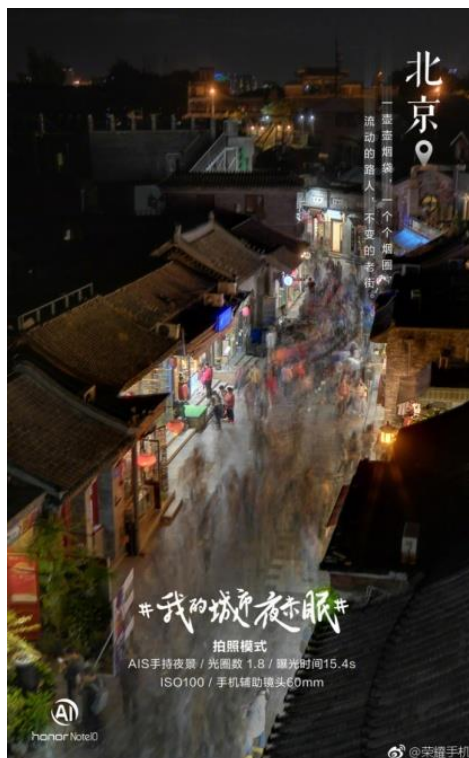


18、BD 联合海报：联名数英网，配合元旦节点，以年轻时尚版猪八戒勇闯南天门大战四大天王，寓意新年大家为爱勇闯，不惧艰辛。





19、夜拍海报：#我的城市夜未眠#系列夜拍海报，凸显荣耀 Note10 夜拍功能。（展示部分）





20、节点海报：教师节创意海报，结合荣耀 Note10 有线投屏，科技让分享知识变得更简单。





21、节点海报：国庆节创意海报，以鼠绘形式展现荣耀 Note10 在黄金周期间的使用场景。



22、节点海报：大雪节气，以萌萌的动物插画为基础，荣耀 Note10 智能防抖，不怕寒冷。



23、节点海报：圣诞节，圣诞老人为大家准备了游戏大杀器：荣耀 Note10。





## 营销效果与市场反馈

### 传播效果——数据汇总

honor

#荣耀Note10#  
全网话题阅读量4.4亿  
讨论人数81.5万



#荣耀Note10#官方数据		
官方账号	@荣耀手机	总计
阅读量	2.8亿	2.8亿
转发量	42500	42500
评论量	20895	20895
点赞量	23519	23519

注：数据统计截止至12月29日。

勇敢做自己