

我是中国 FANS·我为祖国点赞

广告主：新浪网

所属行业：媒体

执行时间：2019.10.01-10.07

参选类别：移动营销类-展示类

营销背景

- 1、国庆期间宣传期密集，大量献礼内容出现，造成的传播量被分散。
- 2、对国庆内容高度性更强，对自身植入内容要适度弱化。
- 3、传播周期集中，国庆及假期会影响扩散行为。

营销目标

- 1、国庆献礼内容更是表达和凸显新浪媒体态度，表达宣言心声，强化态度感、使命感、仪式感。
- 2、国庆期间，以新闻媒体感，以真实数字、真实场景、真实事件，传递爱国情怀。
- 3、以一则“新闻式”成为国庆期间的特别内容制造，实现传播差异。

策略与创意

- 1、国庆是一个泛人群的推广目标，覆盖面趋向更大化和更强吸引，因此，我们以发布宣言的方式，以激情化的情绪引领内容的转发和传递，基于国庆激情泛人群的爱国情绪高潮期，实现更大影响力塑造。
- 2、标签化更贴合同时段人群情绪，以定制化海报+姓名，发出专属个人主张，紧紧抓住这一特殊时间节点下，每个人都希望自己是这一历史时刻的参与者心理，成为宣告这一历史事件的内容承载者。
- 3、选择角度与数字表达：作为国庆献礼内容，选择了以国之重器，“数”说奇迹的角度，从大基建、重大工程项目，大科技、突出的科技能力，大人文、直播和广场舞等内容，每一项以具体数字讲述，有理有据，沉稳有力。
- 4、以漫画“画中画”的模式，将一个个项目做递进式嵌套，增加阅读娱乐性和整体视觉好感。
- 5、最终以个人发布地表最强宣言的方式，向世界喊话，我是祖国粉丝，为祖国点赞，更加具有表达力和鼓舞力，形成情绪刺激。



执行过程/媒体表现

- 1、漫画卡通式内容，降低内容重量，增强娱乐性。
- 2、对联式标签，突出内容增强阅读感。
- 3、以词云方式组成“国”字作为转发海报主题内容，软性植入内容信息。
- 4、定制化输入名字发出个人宣言。

H5 开篇-那些你不知道的中国骄傲——讲述中国制造印象篇

两侧大门打开，进入标题页，国之重器 数说奇迹；

长按行进进入一镜贯穿式后续描述内容；

收尾页，再次回顾中国最强板块，并引导输入名字；

形成带有个人名字的“地表最强”宣言海报；

形成让世界听见，由我发出这样的渲染号召转发；

传播上，主要以微信扩散及微信群扩散为主，主打圈层和熟人社交，形成圈子式的传播扩散模式。



让世界听见“地表最强”宣言
中国FANS为祖国点赞

长卷行进式长图H5 见证中国奇迹

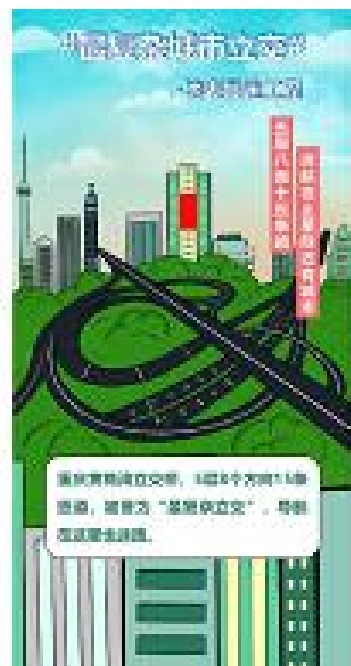
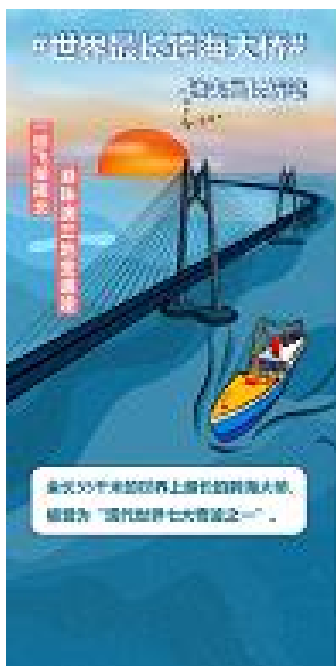
Insight & Creative
选择角度与数字表达：作为国庆献礼内容，选择了国之重器，“数”说奇迹的角度，有理有据，寓意有力。统一“蓝黄式”成为国庆主题内容内容基调，实现传播差异。

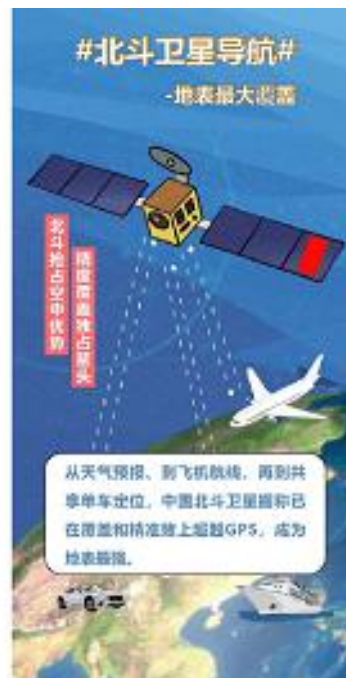
Challenge
1、国庆期间内容密集性，大量献礼内容出现，优质内容传播难分散；
2、对国庆内容高相关性更强，对自身输入内容适配度优化；
3、传播链路中，国庆及假期会影响扩散行为。

Execution
H5开篇，用海报不断渲染中国骄傲——讲述中国制造印象篇
长按行进进入一镜贯穿式后续描述内容再次回顾中国最强板块，并引导输入名字形成带有个人名字的“地表最强”宣言海报传播上，主要通过微信扩散及微信群扩散为主，主打圈层和熟人社交，形成圈子式传播扩散模式。

Result
H5转发收集至扩散群300+ 提前激活人群超过50万+ 转发海报形成转发量 超过100000次+ 在国庆期间，成为全网国庆献礼内容主要社交扩散内容之一

二维码：2020-09-28
让世界听见“地表最强”宣言
新浪网
新浪网







演示视频：

https://v.youku.com/v_show/id_XNDQxNTg0NDk5Mg==.html?spm=a2hzp.8244740.0.0

营销效果与市场反馈

H5 转发收获至扩散群 300+；核心覆盖人群超过 50 万+；转发海报超过 100000 次+；在国庆期间，成为新闻国庆献礼的主要社交扩散内容之一。