

华为Mate XT 非凡大师：《见非凡》

- **品牌名称：**华为
- **所属行业：**3C数码
- **执行时间：**2024.10.31-12.30
- **参选类别：**IP营销类

结案视频

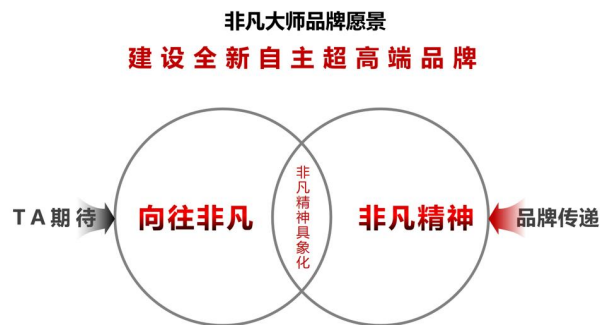
直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://weibo.com/1839167003/P7iHUjPxK?pagetype=profilefeed>

- 项目简介：华为见非凡品牌计划是一项面向大众的长线高端人文IP，通过邀请各行各业拥有非凡成就的人物进行专访，将人物的非凡经历以精神闪光展示给大众并在其中穿插非凡精神，诠释华为非凡大师品牌精神。
- 背景与挑战：华为Mate XT 非凡大师作为华为非凡大师系列最新产品，也是全球首款商用三折叠屏手机，在科创领域载货颇丰，但在人文层面缺少拥有广泛知名度的品牌IP，在商业层面华为Mate XT 非凡大师拥有超高知名度，但缺乏深度的产品故事，需为大众建立完整的品牌认知与产品定位。



- 预期目标：由于产品的价值与非凡大师系列的调性，核心TA聚焦高端圈层，既高净值人群，高净值人群关心人文情怀，认同非凡精神，希望看到各行各业非凡人物的精神与经历，其触媒习惯更多偏好社交资讯平台，如微博、头条，故此锚定以上两大平台为传播主阵地，遴选汇聚各行业大师，聚焦非凡精神持续输出，维护品牌形象，渗透高端圈层，打造华为见非凡品牌计划长线IP。
- 整体目标：以敢于非凡方见非凡为核心主旨，传递品牌精神，转化高端圈层用户，以访谈视频作为核心物料，并围绕内容设置议题与金句作为外围核心传播点，打造话题进行冲榜，实现规模化、破圈化传播，实现品牌声量美誉双丰收。



— 非凡大师要深层次引发高端人群共鸣，故需建立长期的具象化触点，即长线IP —

— 长线IP建设方向需要强契合人群，构建价值共鸣、身份认同、品位一致的场域 —

- 策略：聚焦核心TA触媒习惯与偏好，汇聚各行业大师，聚焦非凡精神持续输出，维护品牌形象，渗透高端圈层，打造华为见非凡品牌计划长线IP。锚定各领域非凡成就的十位人物，聚焦人物经历，展现人物精神内核，以敢于非凡方见非凡为核心主旨，传递品牌精神，转化高端圈层用户，实现品牌声量美誉双丰收。
- 创意亮点：以郭晶晶、姜鹏、徐冰、李少红、单霁翔五位嘉宾访谈及收官混剪为核心物料，聚焦嘉宾访谈讲述非凡经历，传插核心金句、精密话题部署卷入媒体网友参与讨论，部署头条优质文章，形成规模化、立体化传播，实现全网声量共振！

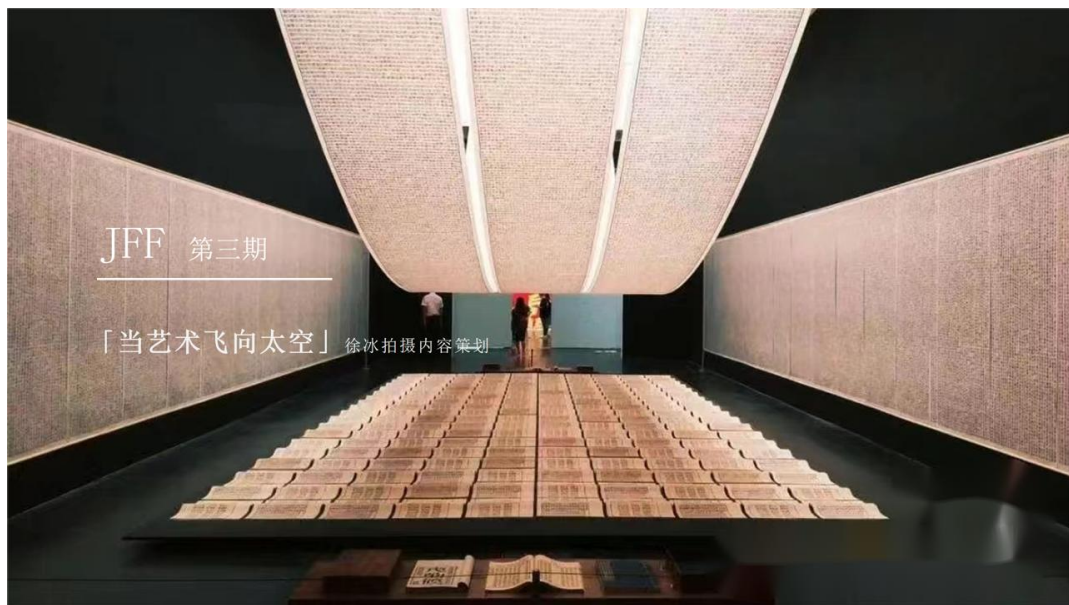
非凡大师长线IP-激活策略

非凡名人唤醒认同

持续赋能加固底座



- 前期聚焦核心圈层偏好习惯，进行内容研讨与思维碰撞，打磨前期策略方案与具体执行环节，包括如何向高端圈层进行传播，人物弧光如何展现等，并进行三方内容研讨，确认访谈人物、访谈架构、输出内容；
- 中期结合媒体提供的人选进行人选确定，挑选各行业非凡大师并根据人物特质发掘人物闪光点，确认拍摄PPM并对人物访谈提纲进行修改完善，并围绕嘉宾经历进行金句的构思预埋；
- 后期跟随拍摄团队进行现场盯拍，确认拍摄细节，包括现场布景与人物妆造，并跟进实际内容完善剪辑逻辑，输出内容话题，打造事件经历向热搜。



当艺术飞向太空

在人类初期对“天”的充满了各种的未知，先人只能以幻想的方式飞向太空，留下了充满想象力的文化印记。随着科技的发展，人们的角色逐渐转变为太空探索者，在众多机缘巧合下，徐冰成为了太空艺术的探索者，进而引发了艺术飞向太空这一独特的艺术实践。

时长：约5min

10%

引子

火箭发射现场纪实

纪实感火箭发射现场，徐冰老师在火箭升空前的一些反应、话语。随后出一段徐冰老师的独白，进入片头。

片头部分混剪徐冰的作品以及徐冰在工作室内的空镜

25%

在太空
寻找“读音”

借助火箭发射，在外太空为“天书”寻找“读音”。徐冰老师在工作室内访谈《天书》和《徐冰天书号》。

采访片段辅以空镜剪辑。

30%

在太空
驻留的艺术

经过天书号的失利，徐冰工作室再次尝试把艺术送往太空，这一次艺术卫星集合了全世界艺术家的力量。徐冰老师在工作室内访谈各种太空艺术。

采访片段辅以空镜剪辑。

30%

在太空
回看地球

艺术走向太空最终解决的还是地球上的事，通过艺术把视野伸向外太空，以特别的视角回看地球，探究人类的局限性，寻找的是新的有效的哲学观。徐冰老师在工作室内访谈太空艺术的哲学观。

采访片段辅以空镜剪辑。

5%

结尾

火箭拍摄现场，火箭徐徐升起，徐冰老师遥望火箭，用手机记录火箭升空瞬间。全景下，徐冰老师和升空的火箭构成一幅美丽的画。

- 以郭晶晶、姜鹏、徐冰、李少红、单霁翔五位嘉宾访谈及收官混剪为核心物料，聚焦嘉宾访谈讲述非凡经历，传插核心金句、精密话题部署卷入媒体网友参与讨论，部署头条优质文章，形成规模化、立体化传播，实现全网声量共振，高端圈层破圈传递，非凡精神触达多领域人群！
- 11期内容全网斩获30+大热搜榜单；全网总阅读量达10.2亿+；总热度3000万+；见非凡品牌计划内容播放量2.64亿+

