

易思智



- 公司网址: <https://www.issmart.com.cn/>
- 微信公众号: 易思智科技
- 参选类别: 年度数字营销创新力代理公司

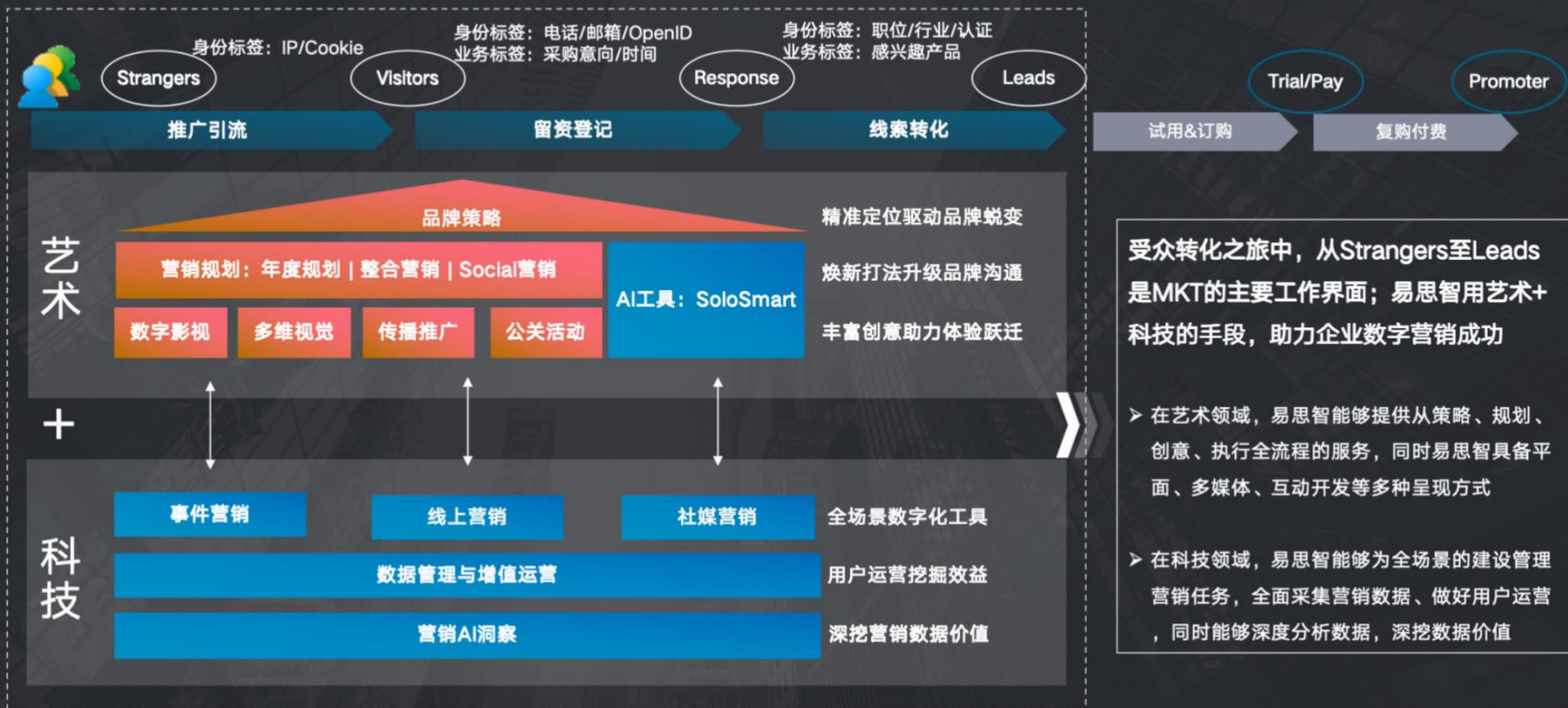


IS SMART



致力于用“艺术”+“科技”的手段
为企业客户带去品效合一的数字营销服务
一站式支撑企业的营销数字化转型

易思智数字营销业务服务矩阵



易思智公司发展沿革

2013年 公司成立

公司成立，定位于数字营销赛道，并开展 业务

2016年 布局影视、营销云业务

成立数字影视部、营销云产品部门；i-Event活动管理平台上线

2020-2021年 业务出海

- 营销云活动管理平台服务全球海外业务
- 成立品牌与策略咨询部门，为中大企业的营销数字化转型赋能
- 2021年获深圳专精特新企业认证

2014-2015年 服务于各大企业 华为、微软等

- 2014年服务凯捷、微软、华润等企业的IT和营销业务
- 2015年与华为、腾讯等建立IT和营销业务合作

2017-2019年 国家高新企业

- 进入国家高新企业，深耕于数字营销业务
- 推出智慧展览解决方案，并服务VUN展览行业

业务成熟，持续深耕 2022至今 年营收达4000万

- 2023年通过数字营销行业首个鸿蒙发行版评测
- 推出AI营销赋能应用Doc-GPT
- 持续在营销行业发生并获得荣誉奖项（IAI/金属标/金铅笔/金投资赏等）

易思智公司服务客户



易思智荣誉奖项

【国家级奖项篇】

中国广告长城奖
中国公益广告黄河奖
中国品牌金象奖

【国际引进篇】

艾菲奖 EFFIE AWARDS
金铅笔 ONE SHOW
金狮奖 GOLDEN LION

【国内知名“广告节”篇】

年鉴类 - IAI国际广告奖 IAI FESTIVAL
创意类 - 金投赏 ROI FESTIVAL
数字类 - 金鼠标 Golden Mouse

【国内影响力论坛篇】

中国4A金印奖
金瑞奖 iResearch Awards
金瞳奖 CCMA



IAI国际广告奖



金鼠标数字营销大赛



Forrester年度数字营销大奖



中国品牌金象奖

内容营销类优秀奖
创新营销类铜奖
整合营销铜奖
公益类优秀奖
年度人物奖-新锐数字营销人



社会化营销类银奖
最佳创意表现奖
最佳互动体验奖



B2B: 品牌传播类
B2C: 效果转化类



年度整合营销卓越案例奖
年度卓越服务机构奖

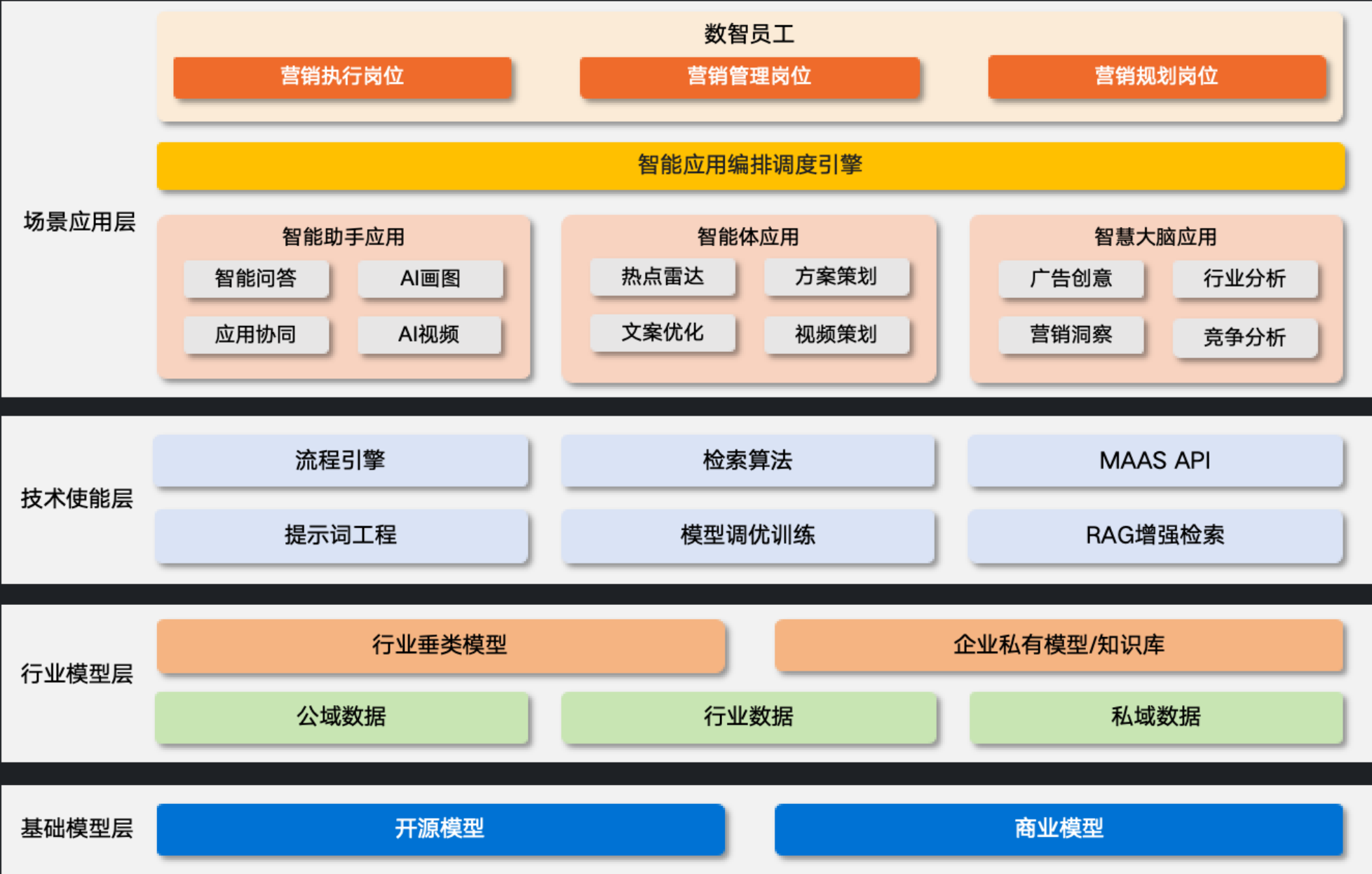
* 因不少行业奖项我司每届均会获得不同成绩，故在此不一一列举

易思智艺术领域解决方案全景



丰富品牌与用户的沟通，助力企业内容营销全面升级

SoloSmart: 赋能企业营销数智化转型的AI Marketing OS



易思智全景营销 · 资源优势



1 明星&KOL
明星：艺人、运动员
社媒：各平台汽车、科技、生活、剧情等领域头/腰部KOL

2 行业领域专家
涵盖汽车、科技、互联网、大数据、云计算、人工智能、财经、等领域专家与学者

3 客户端媒体
正和岛、华尔街见闻、中国企业家俱乐部、今日头条、腾讯新闻

4 党政央媒
新华网、人民网、新华社、央广新闻、人民日报、凤凰网

5 垂类媒体
汽车：汽车之家、懂车帝、搜狐汽车
科技&金融：虎嗅、36氪、人物、甲子光年

6 IP/品牌资源
IP：国家地理、星球研究所、敦煌博物院、迪士尼、地方文旅局
游戏：英雄联盟、王者荣耀、和平精英

成就好生意 成为好企业



商机对接 | 优品优惠 | 技术联创
专业赋能 | 人才培养 | 品牌提升

联合发起



项目背景

面对数字化转型的“必修课”，大多中小企业面临“不敢转、不会转”的困境；华为基于此痛点，联合3万家生态伙伴，共同发起全国首个基于数字赋能的“828 B2B企业节”

项目执行

- 创意内容策划及制作
- 大会现场记者会策划及执行
- 媒介矩阵+传播资源推广

2024营销效果展示-总



系列视频50+, 社媒140+内容

曝光量**2260w+**

累积直播17场

全平台观看量**2260w+**

微博话题曝光量**5326w+**

讨论及发帖数**4k+**

IAI FESTIVAL

华为云-828 B2B 企业节整合营销

连续3年获 整合营销类奖项



KOL资源+行业领域专家+垂类媒体 整合营销案例：美的 CHCC大会

科技照亮生命 触达更美的世界

智慧医院 建设的革新者



项目背景

围绕“智慧医院LIFE2.0场景解决方案”展开，帮助美的在医疗领域达到入圈效果，同时对外展示美的在智慧医院建设方面的成果与理念。

项目执行

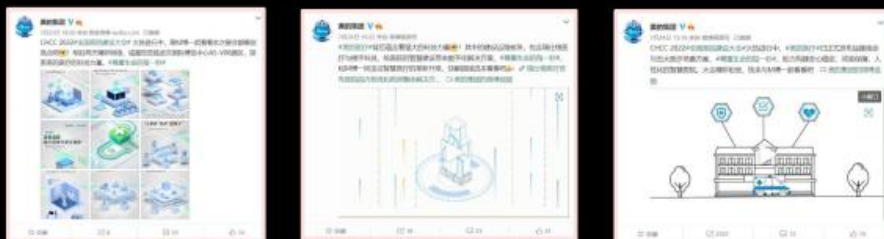
- 创意内容策划及制作
- 大会现场记者会策划及执行
- 媒介矩阵+传播资源推广

营销效果汇总

自有矩阵

350w+

总阅读量



外部渠道

1230w+

总阅读量

全渠道

1580w+

总阅读量

3967w+

总曝光量

IP/品牌资源+党政央媒 整合营销案例：中兴x移动，用5G守护遥远的生命

视频《看见可可西里》

图：新华网直播



背景与挑战

背景：可可西里告别通信盲区，卓乃湖5G基站开通，标志着三江源国家公园向智慧化管理迈进。

挑战：需要向社会传递5G技术在野生动植物保护中的作用，让公众了解科技对自然保护的贡献。

策略与创意

策略：突出5G并非对无人区的打扰，而是守护。讲述技术变革不会改变保护野生动植物的使命。

创意：从可可西里巡山员的工作切入，展现5G如何提升他们的效率，以及如何让更多人看到一个充满生机的可可西里，消解技术带来纷扰的疑虑。

执行与传播

执行：半个月完成纪录片拍摄前筹与协调，最大程度还原可可西里基站建设故事。

传播：持续进行藏羚羊直播，扩大对可可西里5G基站成果的关注。部署海内外市场传播，参与ICT行业奖，从技术侧宣扬中国对无人区保护的决心与举措。

营销效果汇总

荣誉证书



2023公共关系服务高质量发展
公共关系优秀案例展示

中兴通讯携5G+数智技术
守护可可西里藏羚羊
获国内外关注



视频全渠道播放量
102w+

全渠道直播观看量
453w+

业内荣誉
公共关系优秀案例

2023金投赏影视制作
提名奖

2023金狮奖公益广告
铜奖

Is案例2：华为乾崮2024发布会&北京车展

行业&品牌

华为「乾崮」新品牌
发布，亟需声量

车企&人群

需分受众传递品牌/产品
信息，在不同用户心智
提升认知

产品&服务

多维度展示产品技术
线上线下合力传播

洞察方向

执行策略

【品牌词声量】

以【乾崮】2字为核心，发布会内容为辅助，为品牌词的首次曝光进行传播，提升品牌在社媒的声量

【粉丝提升】

通过此次新品牌发布的事件传播，将流量引入品牌自有阵地：
车BU解决方案官方微博号、微信号、视频号等

【心智教育】

通过事件传播，对消费群体进行心智教育及品牌形象树立，提升
新品牌口碑与市场感知。

准确执行

华为智能汽车解决方案2024发布会和新品牌【乾崮】首次线下亮相北京车展事件上，车BU社媒端在数据效果、内容形式、集团渠道传播、物料设计、舆情表现上均有亮点，进一步为品牌提升热度以及加深用户对技术实力的认可。

第三方KOL&KOC扩散传播，且UGC产出众多

3位头部KOL
百万级原创内容博主

19位腰部KOL
百万级资讯传播达人

200+资讯KOC
百万级资讯传播达人

曝光: **2.2亿** 互动: **94w+**
整体ugc数量超**3000+**



明星+IP资源 整合营销案例：2023美的CNY #一年一度美的年货大会#



背景与挑战

背景： 推广美的人感科技品牌理念，拉通不同品类宣传卖点，以套系化的形象一致对外，形成品牌合力

挑战： 如何将不同产品整合在一个营销主张内，并借助此次年货节，将美的人感科技沟通主张具象化，场景化，有效传达目标客群

策略与创意

核心策略： 对的场景+对的内容+对的媒介

创意： #家的事，美的事#一语双关
美的（dè）事，过年在家，一切都显得格外美好
美的（dì）事，指和家有关的一切，美的品牌都会为你照顾到。

IP选择策略

23年《一年一度喜剧大赛》第二季节风头正盛，特别符合CNY热闹喜庆的节日氛围，同时节目本身受众正是美的本次想要沟通的核心群体，力荐之下形成品牌联名合作

营销效果汇总



线上总曝光
4亿+

线上+线下触达
2.3亿+人次

微博热搜榜
第3

话题总阅读
2.5亿+

高铁专车接送旅客
256w+人次

专项亮点呈现：设计、影视

策略二：翻译抽象服务-让看不见的服务，变成看得懂的故事！

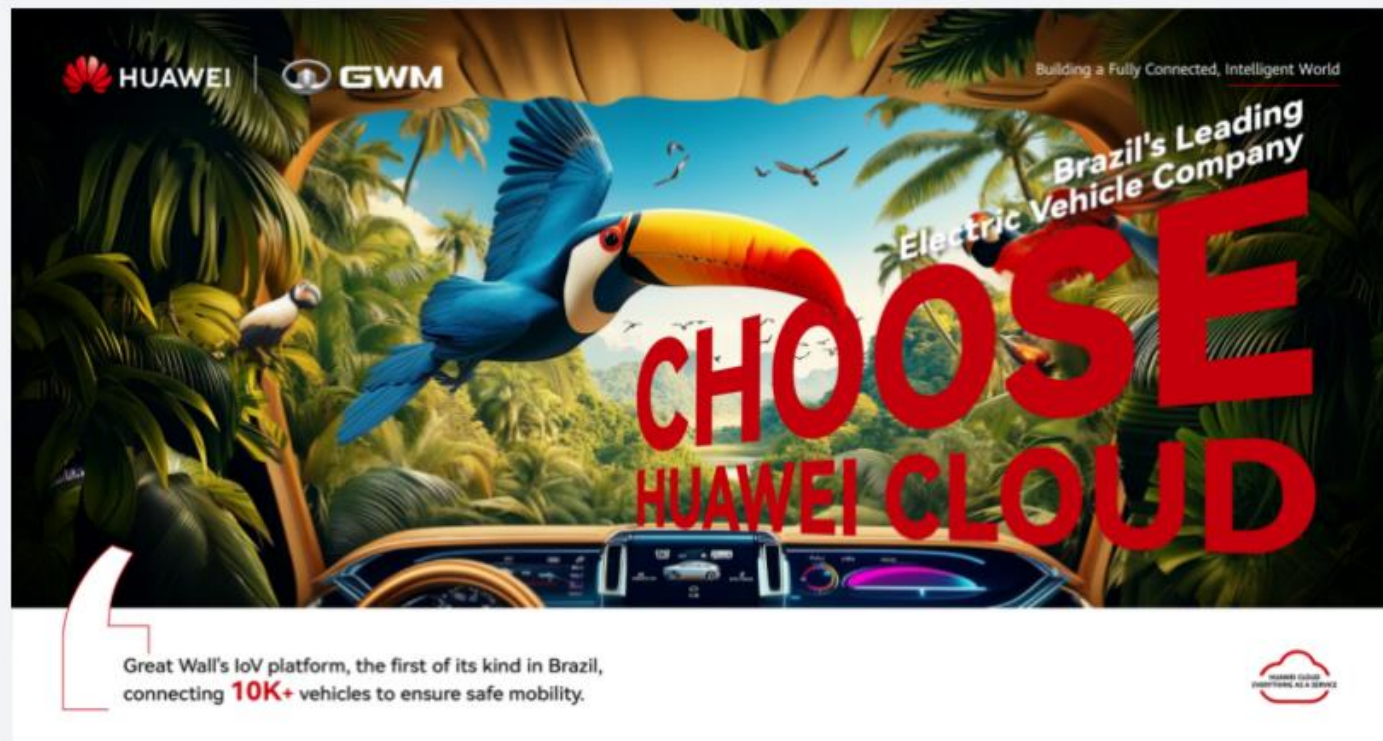


策略三：重构文化符号-让每个国家的AI故事，都长着一张本地脸



智利国家峰会-行业预热海报

策略三：重构文化符号-让每个国家的AI故事，都长着一张本地脸





华为鸿蒙HarmonyOS NEXT PV视频

华为24年终端发布会，鸿蒙系统版本大更新开幕影片
全面升级的五大原生体验以及焕然一新的鸿蒙原生应用，为用户带来更极致丝滑体验！





中兴x吴京 2024CNY《萬事興龍》

国人，以心中龙，舞新中龙！2024龙年献礼CNY

将中兴手机的光芒与不同职业人的辛勤付出相结合，用事实告诉大家：坚持与守护的力量。





HUAWEI | Mr MENG升职记 《未来之书》

影片从 Mr.蒙的第一人称视角出发，一本「神奇的日历」成为改变他命运的百宝书。
凭借日历上显示的华为云解决方案，摇身一变成为“预言家”，为面临难题的企业指点迷津。

