

六一欢乐开奖

- **品牌名称：**腾讯
- **所属行业：**互联网
- **执行时间：**2024.05.01-05.30
- **参选类别：**创意传播类



作品视频链接：https://v.qq.com/x/page/u3567cl2lym.html?url_from=share

结案视频链接：https://v.qq.com/x/page/w3575517wek.html?url_from=share

2024年六一，面对压力上涨的社会大环境，作为互联网社交平台的腾讯，希望借这一节点，**让用户释放压力，找回童真的快乐**，也进一步增强品牌声量。



紧跟六一营销风口，腾讯希望在有限的时间和预算下，通过视频号的节点发声维系与用户之间的连接，**增加观阅量、互动点击量、点赞量、转发量等等，提升粉丝活跃度和品牌认知度。**

同时，随着互联网时代的推进，社交媒体平台新秀频出，腾讯也希望借助日常节点的传播，进一步凸显品牌社交属性，拉近与年轻用户的距离感，**强化社交基因。**



我们发现，**成年人日均微笑次数，不足儿童的三分之一，并且仍然在持续下降。**长大的我们总在为更好的生活不断奔波，忙着升学、就业、生意，却逐渐忽略了开心的笑容，忽略了快乐带来的情绪价值。

六一儿童节，腾讯想让大家多笑笑，让大孩子们也可以卸下压力，找回曾经的欢乐。

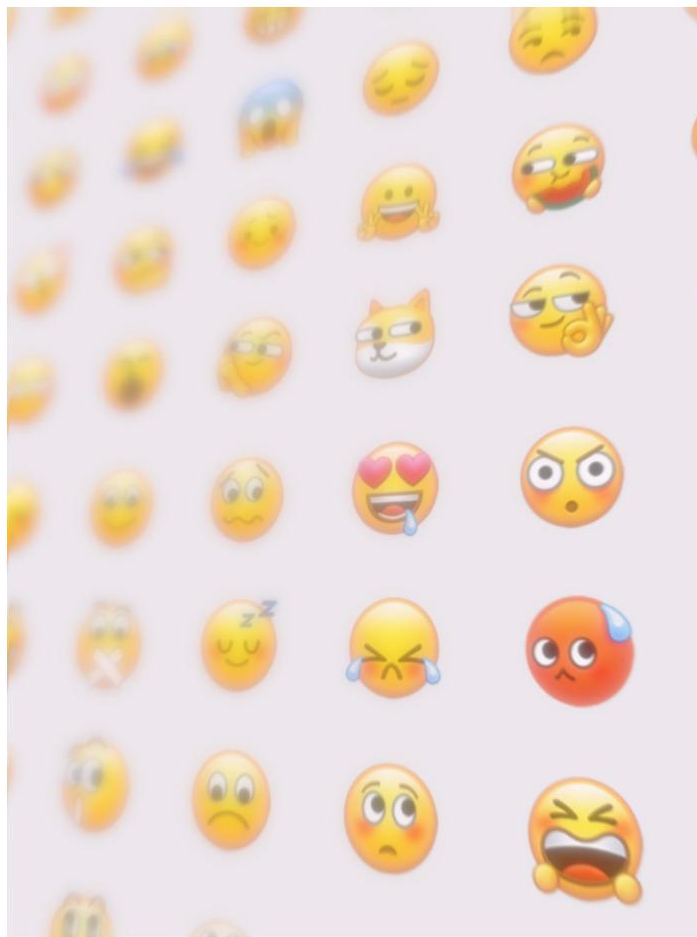


手机屏幕前：

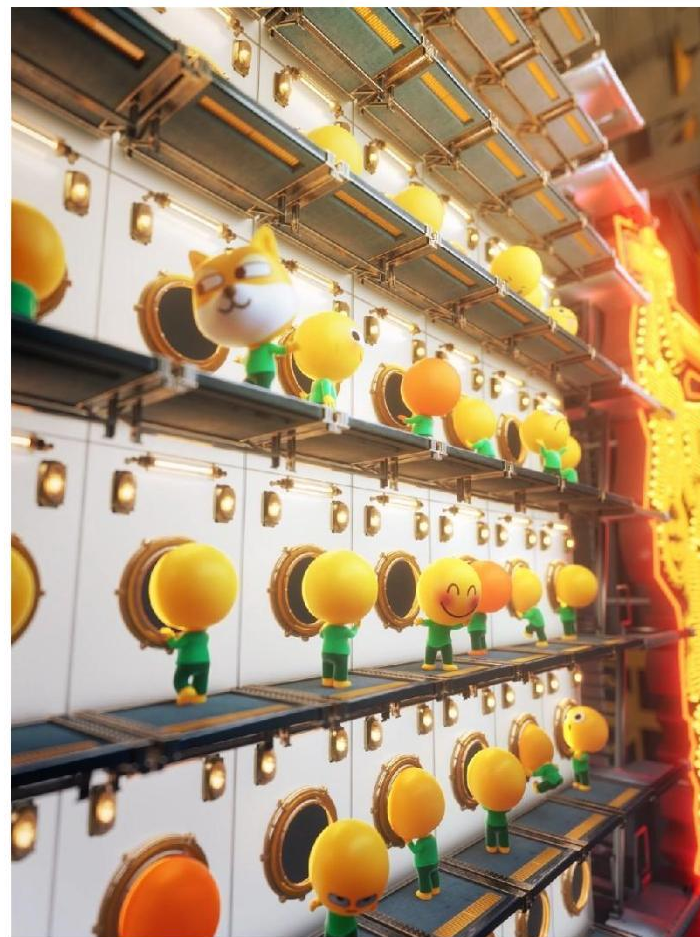
因此，我们将“**情绪价值**”财富化，也将标志性的情绪表达符号“**微信表情**”拟人化。

在六一这天，用表情包们摇奖的趣味表演，带大家找回开心的笑容，明白**快乐才是最宝贵的财富**。

让**欢乐的笑容**，也随着这些虚拟的表情，**绽放在更多真实的面孔上**。

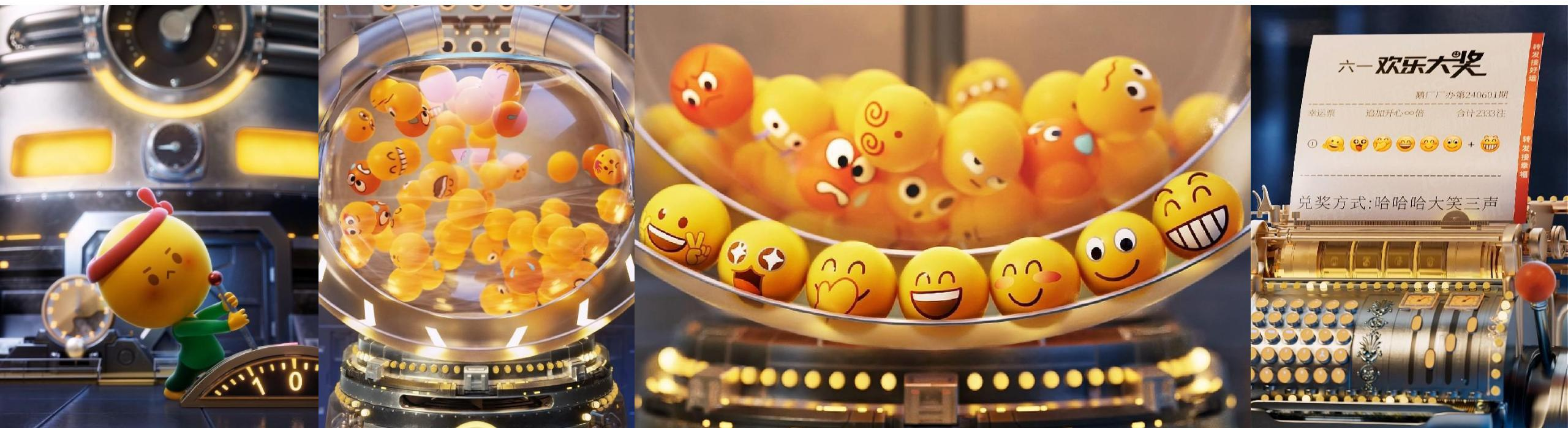


手机屏幕后：



手机屏幕背后的**表情们**，就像千千万万的平凡**打工人**一样，忙碌在手机背后的一个个岗位上。但在六一这一天，它们也暂时放下了忙碌的工作，参与进欢乐的游戏当中，投入地享受着放松时刻。

而**最后**，带着**各色笑容的表情们从机器中弹出**，组成了微信聊天框里一段快乐的祝福，将快乐带给手机屏幕另一面的用户，提醒大家在奋力拼搏的同时，也不要忘记：童心珍贵，保持微笑。



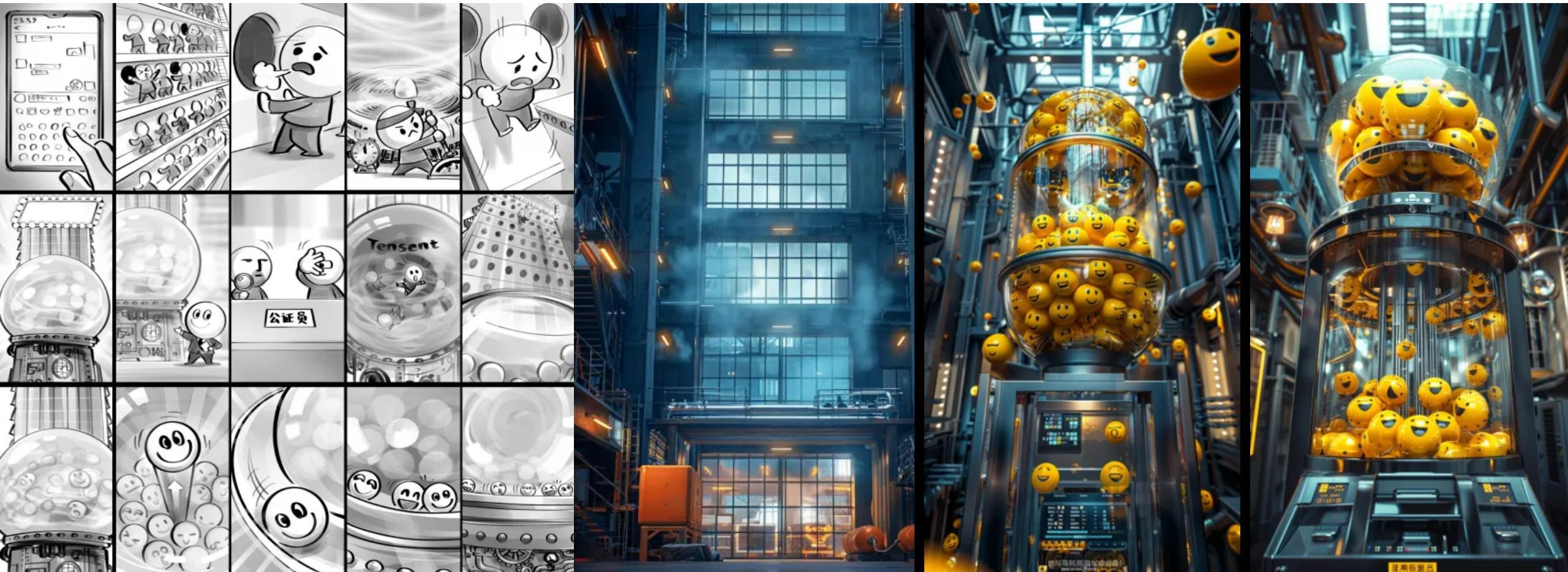
创意点01：深入洞察物质价值背后容易被忽视的精神向往，发掘六一热潮下**成年人对“开心”这一情绪价值的渴求**，用微信表情包的趣味表演，唤回“开心”的笑容。



创意点02：以“微信表情包”作为情绪载体和万千打工人的代表，在六一这一天离开工位参与到开心的游戏中来，用幽默的演绎消解压力，贴近社交的同时巧妙兼顾了品牌辨识度。



创意点03：通过**AIGC**辅助创意和执行，在有限时间和预算下构建了一个细节丰满的微信表情包世界，
以更具带入感的视觉，带领观众沉浸式体验表情包们的开心时刻。



创意短视频于腾讯官方媒体矩阵发布后，**在未进行任何推流的情况下**，迅速获得了用户的广泛喜爱和自发传播。微信视频号单日播放量**280万+**，互动点击量**23.2万+**，点赞量**9万+**，转发量**7.3万+**，推荐量**6.6万+**，在去年的第一季表情包互动热潮后，再次以翻倍的成绩，成功引起关注，**让品牌口碑和社交属性得以双向提升。**



280w⁺

单日视频全网观阅量

23.2w⁺

单日互动点击量

9.0w⁺

单日点赞量

7.3w⁺

单日转发量

6.6w⁺

单日推荐量