

# 华为WATCH GT 6系列 吹一场风，破译骑行密码

- **品牌名称：**华为
- **所属行业：**3C
- **执行时间：**2025.08.29-09.29
- **参选类别：**场景营销类

# 案例视频

[https://www.bilibili.com/video/BV12MnizLECK/?spm\\_id\\_from=333.1387.upload.video\\_card.click](https://www.bilibili.com/video/BV12MnizLECK/?spm_id_from=333.1387.upload.video_card.click)

骑行已成为当下顶流轻户外运动，大众需求从休闲骑行向科学训练全面升级，对功率、踏频等专业骑行数据的监测需求愈发迫切，但传统专业功率计存在价格偏高、安装调试繁琐的痛点，成为大众解锁科学骑行的核心壁垒；与此同时，智能手表赛道竞争日趋激烈，行业正从功能堆砌转向精准适配，深耕专业运动场景、打造功能差异化体验成为品牌破局的关键抓手；在此背景下，华为亟需依托WATCH GT系列的技术积淀，以骑行场景的专业功能突破为核心，强化产品在专业运动穿戴领域的技术话语权，进一步深化品牌“运动健康生态核心”的核心定位，抢占科学运动穿戴设备的用户心智高地。

露营热度下降，骑行成为顶流，公路骑行跃居TOP



source: 艺恩营销数据库, 数据统计周期: 2024年5月-2025年4月 vs 2023年5月-2024年4月 (抖音、小红书社媒渠道)



本次营销以“科技赋能科学骑行”为核心导向，产品层面深度突出骑行模拟功率功能的创新性与实用性，将专业数据监测能力转化为可感知的骑行训练价值，助力华为 WATCH GT 系列建立“专业骑行伴侣”的清晰用户认知；传播层面打造兼具专业度、场景感与话题性的现象级骑行科技内容，精准触达骑行爱好者、运动数码用户及泛户外人群，实现核心圈层深度种草与大众层面广泛覆盖；品牌层面则借由产品功能突破，传递华为在智能穿戴领域的技术积淀与创新实力，进一步提升品牌专业形象与运动健康生态的市场影响力。



本次策略与创意亮点以“破解科学骑行门槛”为核心，策略上直击普通骑行者“想科学训练却被高成本、高难度阻拦”的核心困惑引发深度共鸣，依托“风洞实验”“数据建模”等硬核技术支撑搭配生活化类比实现专业知识通俗化解读，同时针对骑行入门者、进阶玩家、数码爱好者输出差异化内容实现精准圈层渗透；创意上以“腕上破解骑行密码”为核心主题，将抽象的功率数据转化为“随手可得的科学训练工具”凸显核心价值，采用“痛点提问+技术拆解+实测验证”的组合表达形式，搭配数据图表与场景化描述，兼顾内容专业性与可读性，让产品优势直观可感。



本次营销内容强势落地全平台矩阵化精准投放策略，定向覆盖视频号、微博、B站、搜狐、百家号、网易、今日头条、ZAKER、公众号、小红书、腾讯、抖音等主流长短视频、社交、资讯全渠道，搭建多维度、高渗透、广触达的全域传播体系，完成核心内容的系统化、规模化全渠道铺排与全域曝光落地

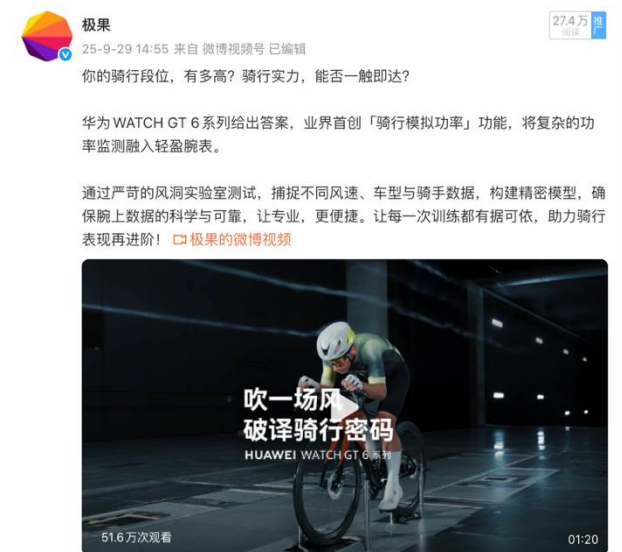
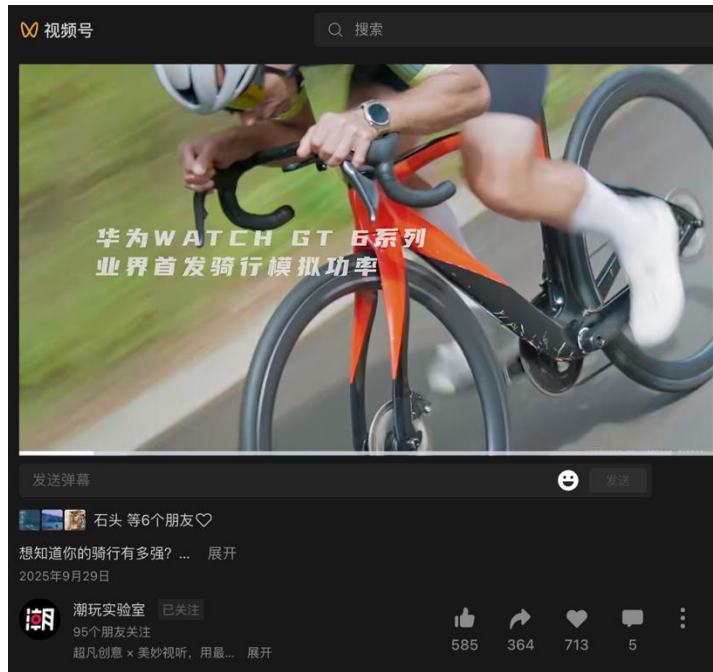


华为WATCH GT 6系列 | 吹一场风，破译骑行密码



部分发布截图

全渠道精准投放下内容传播数据表现亮眼，各平台累计阅读 + 播放量强势突破 217.6 万，凭借内容与渠道的高度适配实现品牌声量的高效引爆与规模化触达，媒体端传播势能拉满，依托全域传播矩阵形成品牌声量强势共振，斩获海量用户关注与全维度正向市场反馈，充分彰显本次内容营销的策略精准度、核心传播力与全域影响力，成功实现品牌曝光度、行业认知度、用户好感度的三重跃升，营销价值与市场效果双向拉满。



部分数据截图