

新机破圈 定格荣耀时刻

- **品牌名称:** 荣耀
- **所属行业:** 3C
- **执行时间:** 2025.06-07
- **参选类别:** 大事件营销类

传播背景

荣耀400



如何让荣耀400突破重围，快速提升认知，与年轻人站在一起迅速收获喜爱。



新机
发布

荣耀400系列于5月28日在深圳发布
主打“2亿AI超清写真人像”

目标
受众

荣耀400系列的核心目标受众，以学
生群体、年轻群体

HONOR

传播痛点

痛点一 · 如何抢占新机热度

声量既要大又要久，否则新机易被淹没

荣耀400系列5月底上市后，面临的就618、高考季和开学季等系列营销节点，这些热度节点会迎来大量手机品牌的集中传播和曝光，对新机来讲传播噪音较大。

痛点二 · 如何抢占目标人群

沟通既要广又要准，否则人群易被拦截

荣耀400系列在人群沟通上，一方面面临目标人群分散在各种不同的应用中，所造成的注意力分散问题，另一方面市场环境资源有限，常规触达已经难以激发人群兴趣。

荣耀400系列

传播洞察

痛点1:如何抢占新机热度? 声量既要大又要久

声量层: 借助全民热点高考, 让新机快速提升热度和认知

百度高考热度攀升 提供权威全面的高考内容服务

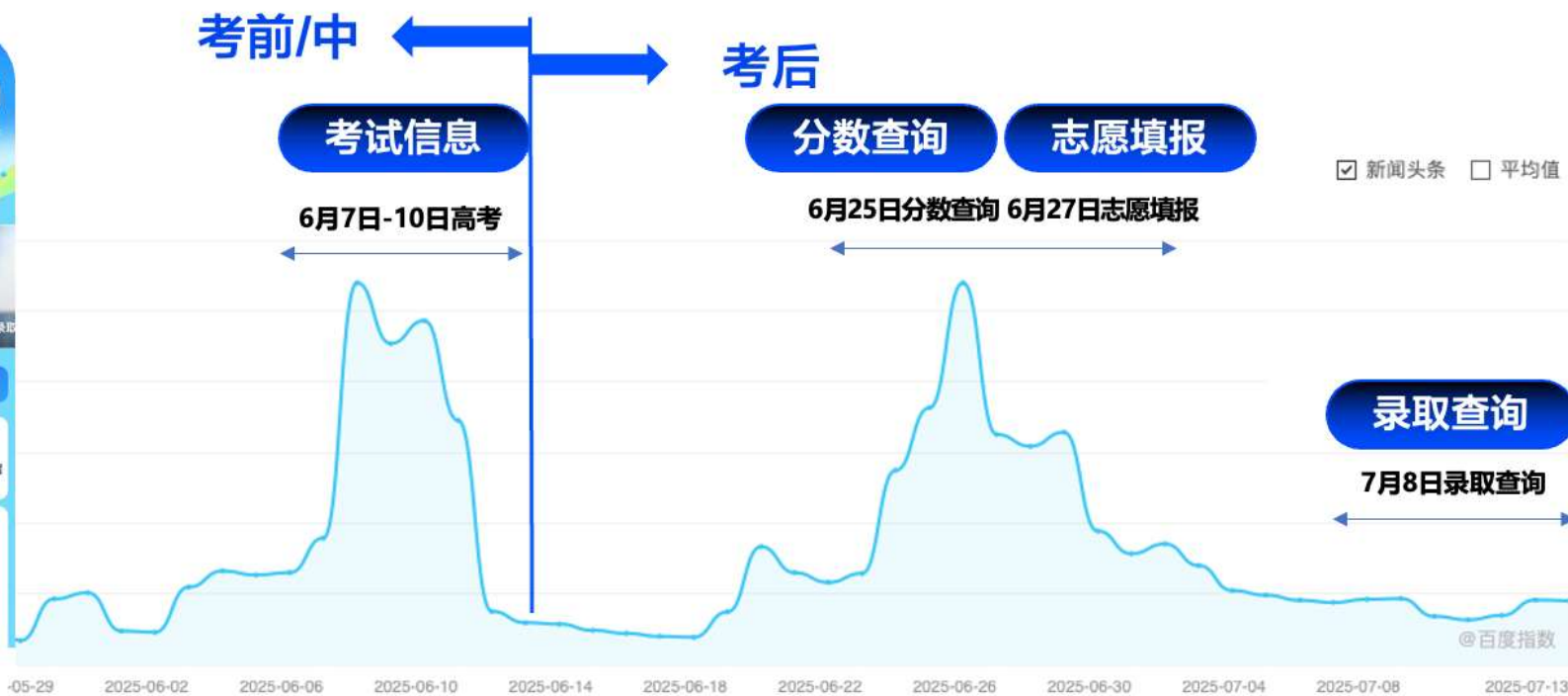


数据来源: 热度数据-2025年5月15日-7月15日百度指数 需求图谱-2025年6月2日-6月8日

传播洞察

痛点1:如何抢占新机热度? 声量既要大又要久

声量层: 百度高考1个月+超长战线, 让新机热度具有持续性



2025年5月15日-7月15日百度指数

传播洞察

痛点2:如何抢占目标人群? 沟通既要广又要准

沟通层：锁定高考背后的消费群体，实现学生圈层深触达

百度依然是万千学子了解报考信息的首选，高考与荣耀400人群具备高契合度



8000万人

2025年使用百度高考服务近

3000万人

2025年使用AI志愿助手和高考大数据，科学填报志愿的达

主要消费群体

高考生

准大学生换机潮

学生家长

家长奖励性消费

更多……

高考围观网友

爱拍照的年轻人

教育从业人群

购置工作备用机

更多……

人群
高契合度



TA：学生/年轻受众

数据来源：百度2025年高考公开数据

传播洞察

痛点2:如何抢占目标人群? 沟通既要广又要准

沟通层: 差异化跨场景创新媒介, 让全网需求“一触即发”

用户规模领先, 使用频次高

赛道第一

6.07亿 **50次**
月活用户 日均吊起

覆盖年轻人和消费能力强的受众

46% **25%**
<18-30岁年轻受众 46岁以上受众

装机必备百度输入法
帮用户表达每个需要



百度输入法是少有的覆盖全网、跨场景的创新精准媒介

有广度

输入法吊起高频场景

社交场景75%

电商场景68%

资讯场景48%

聊天日常

网购拔草

搜索浏览

知识场景46%

手游场景41%

办公学习

游戏交流

还精准

精准需求 一触即发

“想换一个拍照好看的手机 有推荐吗”

“高考后 咱给孩子换个手机吧”

HONOR

洞察总结

痛点一·如何抢占新机热度

声量既要大又要久，否则新机易被淹没

借势百度高考热点项目（有热度且持续/人群高契合）

痛点二·如何抢占目标人群

沟通既要广又要准，否则人群易被拦截

百度+输入法强合力覆盖全网目标人群（全域挖掘影响）

荣耀400系列

传播策略

新机发布之际，借高考东风，深入全网高意图触点 引爆新机热度，收获新机人群



策略执行

高考热点x全场景触点=荣耀400高光时刻
让「高考人群和行业/品牌人群」变成荣耀400新机人群



荣耀400捆绑百度高考主/分会场
引爆认知热度 传递新机卖点

- 头卡轮播图
 - 特型彩蛋
 - 活动banner
- 影响「高考人群」

荣耀400
新机人群

百度+输入法全场景覆盖
创新玩法精准触达TA 沟通卖点促转化

- 新品直播
 - 开屏always
 - 热词直推
- 影响「行业/品牌人群」

执行亮点

新机发布前和发布中 率先通过百度优质资源在行业/品牌人群打开声量

新机发布前预热
品牌搜索人群
实时重定向展现新机

TA实时追踪

搜索+开屏联动

既精准又有大曝光

3.69%

CTR



新机发布中引流
百度直播频道推荐
为荣耀新品直播加人气

新品直播营造在场感

推荐给目标人群

近182万

直播累计在线人数

执行亮点

新机发布后 借助高考热点引爆新机热度 与高考人群建立链接

特型搜索彩蛋



高考主会场



贯穿考前考后
多种头卡轮播图样式满足不同TA需求



搜索高热词“高考”触发荣耀400考生祝福主会场
霸屏展现新机靓影 传递新机两大核心卖点

4.1亿

荣耀400高考累计曝光

118%

头卡轮播图展现达成率达

2亿超清
写真人像

+

7200mAh
大电池

执行亮点

新机发布后 新机卖点覆盖高考全周期热点 助力荣耀400认知突围

高考分会场



高考真题作文

高考时间/日程/查分

院校排名会场

专业卡会场

一分一段会场

批次线会场

AI志愿助手会场

执行亮点

新机发布后

同时，输入法强需求入口覆盖域外全触点，实现跨场景促转

精准承接用户“输入”背后的真实需求

热词直推16个关键词，覆盖4大类需求场景，实现高效促转

卖点词

拍照手机

AI手机

通用词

手机推荐

新款手机

人群/场景词

学生手机

高考换机

价格词

2000元手机

3000元换机

命中关键词触发



智能推荐卡



510万+
智能推荐卡曝光

2.1%
CTR

特色创新玩法



官网



抽奖卡



传播效果

成就荣耀热度和人群资产双增长的高光时刻

HONOR

+70%

荣耀400搜索指数

+654%

荣耀品牌人群资产



+988%

认知人群

+202%

兴趣人群

+275%

互动人群

+67%

转化人群

荣耀400系列

+195%

首销日销量同比上一代

100万台

上市23天全球累计激活量突破

销量更是打破了近3年
荣耀手机的首销日销量记录

荣耀400系列