

华为音乐×世界地球日 特别企划-与地球和鸣

- **品牌名称:** 华为
- **所属行业:** 3C数码
- **执行时间:** 2025.03.20-04.28
- **参选类别:** 公益内容/创新类

案例视频

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/tv/show/1034:5158143924305943?from=old_pc_videoshow&mark_id=999_reallog_mark_ad%3A999%7CWeiboADNatural

- **人群洞察-在快节奏的现代城市生活中，人与自然的联结正逐渐变得模糊，但人们仍希望被自然治愈**

因为受生活方式、工作节奏、所在区域等的影响——我们只能在屏幕里看山川湖海，却很少俯身听一朵花的绽放；我们能精准报出城市的 PM2.5 数值，却对窗外鸟鸣的种类一无所知……这种与大自然的“脱节”，恰恰是当代人内心深处的隐性需求痛点，其实，人人都渴望被自然治愈；

- **公益洞察-从“环保理念”到“环保行动”难转化的困境依然存在，需结合产品特性找到突破口**

大多数人都有“保护地球”的意识，却常常因“觉得自己的力量太渺小”而止步于“口头支持”。他们不缺环保的认知，缺的是一个简单、低门槛的参与入口。当人们能通过一部手机，就能“听见”自然的美好，就能直观感受到生态保护的意义——原来守护一片湿地，就是守护这阵潮声、这群鸟鸣。这种“听觉共情”，能打破“环保是遥不可及的大工程”的刻板印象，让人们从“被动认知”转向“主动行动”，哪怕只是一次转发、一句分享，都是参与的开始。

- **产品洞察-科技如何为环保行动赋能，既不喧宾夺主，又能承担公益桥梁的作用，这是众多品牌都在探索的方向**

华为音乐依托领先的超高清&空间音频，成为公众聆听自然之声、与地球和鸣的绝佳平台。每一个音符都是对自然之美的精准还原，每一次聆听都是对环保的关注和参与。

公益目标

世界地球日来临之际，希望以声之名助力唤醒公众环保意识，倡导人与自然和谐共处

产品目标

强化鸿蒙应用华为音乐全曲库超高清&空间音频功能认知

吸引更多用户使用华为音乐

重要成果

《与地球和鸣》专辑上线后，迅速超越一众热门音乐作品，登录华为音乐端内的热搜榜第二位

-营销打法-以声动人，公益种草

「与地球和鸣」特别企划

以自然之声打造公益短片及端内专辑，用“与地球和鸣”的主题唤起公众环保意识，实现价值传递和端内引流



官方矩阵联动

官微及端内

全渠道官宣

权威媒体合作

制作到解读

全链路跟进

博主跟进话题

扩散+种草

扩大影响力

打造一支公益短片、一张专辑，以声为名引人入胜



在城市用户的向往之地取景，收集自然面貌下最真实地球之鸣制作作品集，引流华为音乐



拍摄地：黄河三角洲国家级自然保护区



将收录的自然声音制作成超高清&空间音频：「与地球和鸣」专辑

官方聚势：从预热拉满期待到官宣释放短片&专辑，官方社媒持续蓄热

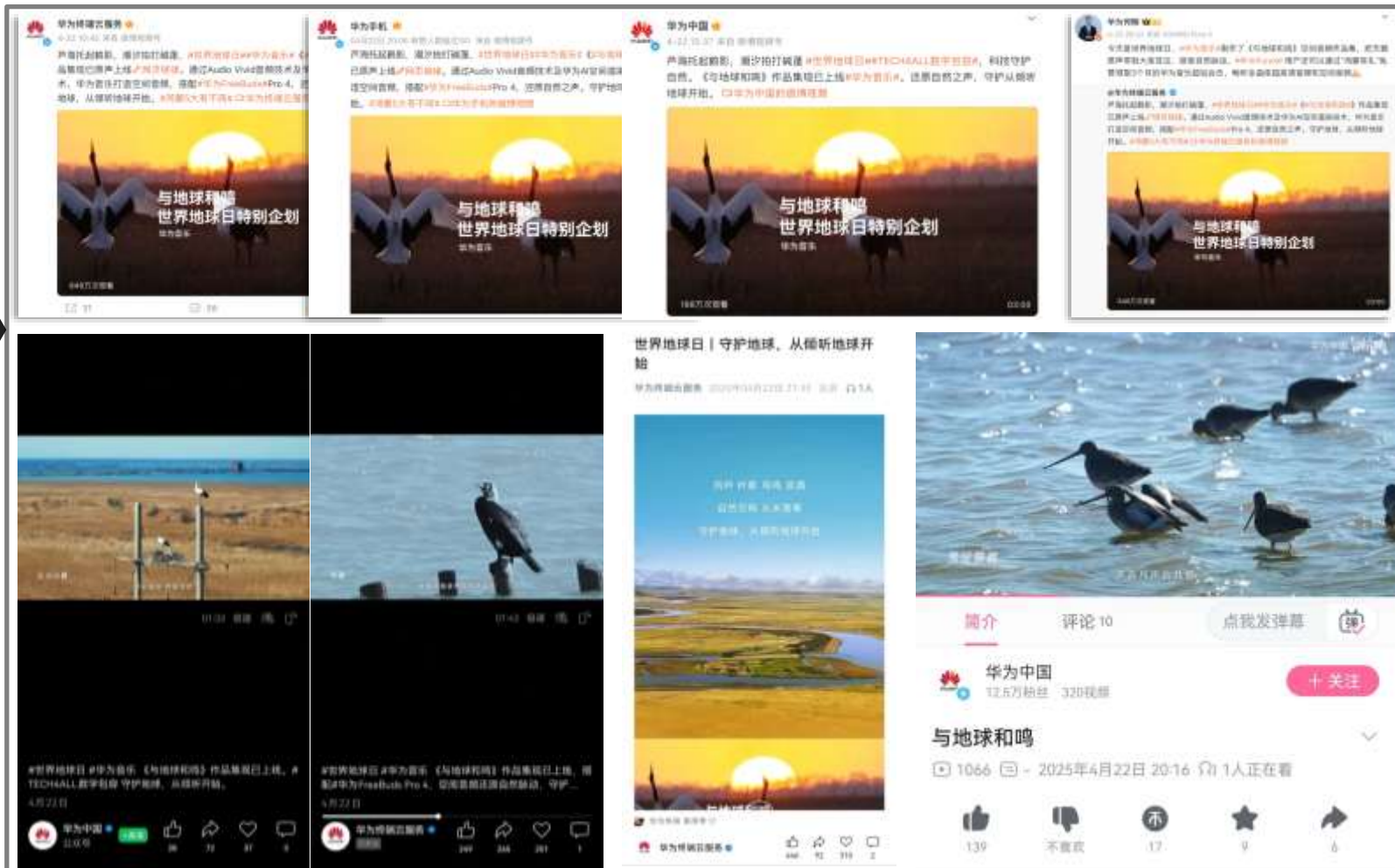
氛围海报预热

华为终端云服务
4-21 16:32 来自 华为

微风回旋，柳林生长，芦苇轻摇，群鸟对鸣。#华为音乐#《与地球和鸣》空间音频作品集将于4月22日#世界地球日#原声上线，用科技将远方自然的低语带到耳边，守护地球。从倾听地球开始。



官方矩阵齐发



媒体合作扩大影响力：与南方周末共创、发布主题片，全资源曝光、解读提升声量

微博、视频号、抖音等全渠道发布主题纪录片引流端内

文章解读公益事件



同步发起#与地球和鸣#话题



博主跟进种草：微博+小红书双平台博主跟进话题，种草、引流、激活用户讨论



耳机党狂喜！用空间音频感受自然的音符
何碧源日记 900



4.22世界地球日，让我们「与地球和鸣」
耳机五典 10



镜头不止记录美景，更想守护它们
西西美美 267



《与世界和鸣》的空间音频，太让我破防了！
Steven谢长廷 567



“你要不要问我去听听野的风”
智慧seven 326



Wendy谢长廷 376



今天是世界地球日一起为地球做点小事吧！
一只炸鸡牛 374



你听过地球的声音吗？听了再也忘不掉
陈海雷Leo 484



公益视频多平台曝光引发全网热议，公益专辑华为音乐端内热门搜索第二



世界地球日 | 守护地球，从倾听地球开始



多平台扩散曝光

在远方，还有这样的声音：它们来自天、来自海、来自鸟、来自自然里的万物……无论人类发展的步伐多快，它们始终遵循四季的韵律，在鲜有人处响起。守护地球，从倾听地球开始。今天是#世界地球日#，点击视频，一起聆听来自大自然的声音，在耳畔，#与地球和鸣#……
[南方周末的微博视频](#)



「与地球和鸣」专辑上线后 端内关键词热搜第二