

中国移动 N5 手机上市广告创意项目

广告主：移动终端

所属行业：通信

执行时间：2018.10.15-12.06

参选类别：创意传播类

营销背景

任务：中国移动 N5 手机上市之际，为手机制定产品定位、传播主题、创意表现等

需求：

1、平面创意物料设计（包括主视觉设计、系列延展物料设计、产品卖点 H5 & 电商页面&销售手册、产品图&场景图）

2、产品创意 TVC 拍摄制作

市场洞察

市场现状

千元机市场经过激烈的价格战，为了避免这种恶性循环的加剧，各大厂商纷纷对千元机进行提档；与此同时千元机配置了更加全面的功能

品牌现状

1、基础信息：中国移动 N5 手机分线上线下版本，线下版命名 N5，线上版命名 W1。N5 于 2018 年 11 月 26 日上市，W1 于 2018 年 12 月 6 日上市。两版产品卖点无差异，差异仅在手机后盖材质和销售渠道上。

2、产品卖点

- ①新一代刘海全面屏，超高屏占比
- ②亚克力绚彩光栅后盖，闪耀出众
- ③前置柔光自拍，实时美颜，暗光自拍也倾心
- ④后置 AI 智能双摄，人像、夜景随心拍
- ⑤指纹+人脸识别，解锁升级
- ⑥3400mAH 大电池，续航持久
- ⑦智能相机：支持翻译、识物、搜题功能（特有）
- ⑧简单易用：一键换机、远程协助（特有）
- ⑨Native 掌厅：快速查询套餐详情、一键业务办理（特有）

3、目标受众

N5 具备多功能利益点，受众覆盖年轻人群+年长人群，受众对产品的期待非常多元化。

营销目标

明确产品传播方向，精准制定传播主题，有效提升新品上市效果，吸引用户关注提高市场销量

策略与创意

策略概述

以“有实力，自出色”的传播主题自信、直接地进行创意传达，让消费者真切认识到我们的产品力在选择千元机时将我们作为首选，并向消费者传达移动 N5 手机是一款满足各类人群期待的综合实力强劲的旗舰机。

亮点解析

“



精准市场环境，提炼产品亮点
贴近目标受众，契合产品特色

摒弃传统手机品牌惯用套路，独树一帜



产品创意视频解析

在传播中更贴近用户、深入消费者洞察
基于不同人群对手机的期待

以拟人的手法与消费者进行**情感交互**

通过快问快答的方式使视频的节奏轻快，有趣生动

进一步放大产品利益点，**引起共鸣**



平面创意物料解析

承袭移动国企形象，传播主题从产品力&受众属性出发，**双重阐述**

画面主视觉将蜂鸟形象和手机结合，美观灵动

物料类型**丰富多样**，统一又各具特色

执行过程/媒体表现

1、平面创意设计

主视觉一



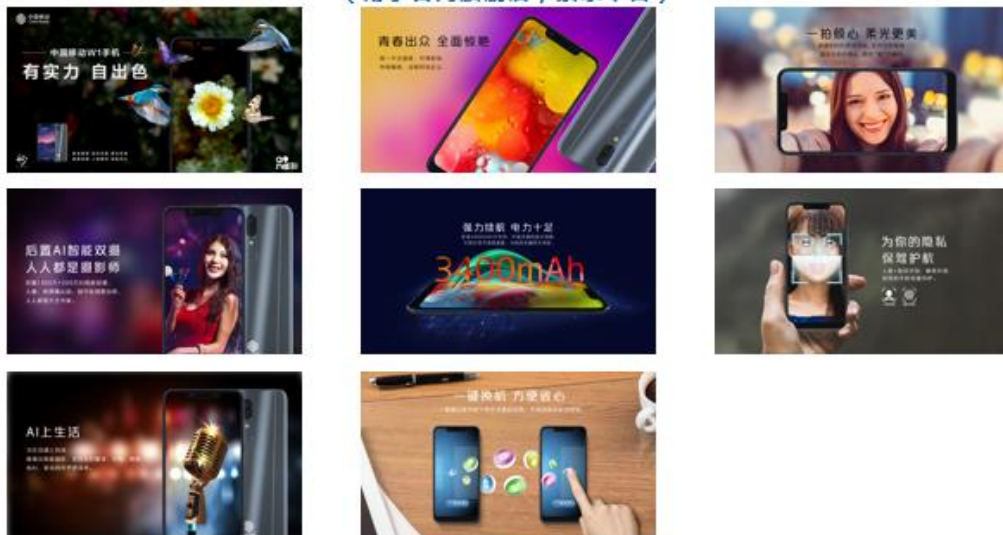
主视觉二



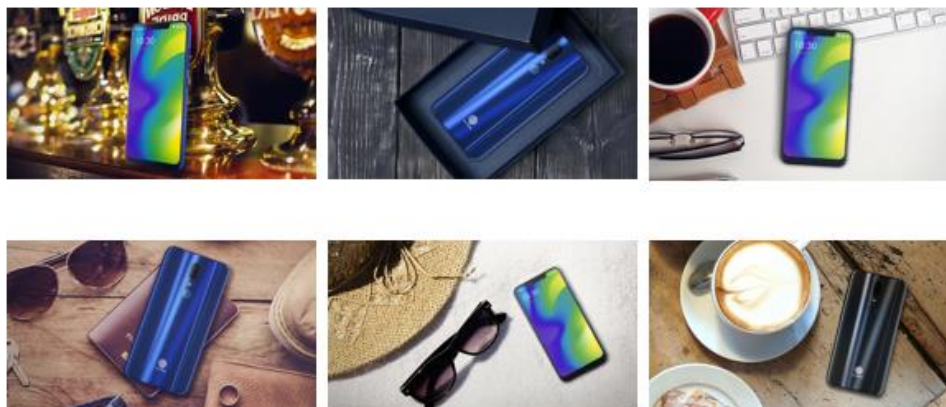
电商页面一
(用于官网旗舰店, 京东平台)



电商页面二
(用于官网旗舰店, 京东平台)



场景图
(用于公关稿配图)



线下物料
(用于移动店面内宣传)



爆炸贴



海报

中国移动N5手机
搭配全新时尚全
面屏 柔光双摄
AI智能更出众 有
实力 自出色

彩铃文案

2、产品创意 TVC 拍摄制作

视频链接:

https://v.youku.com/v_show/id_XNDAXmJY0MTc5Mg==.html?spm=a2h0k.11417342.sore_sults.dtitle

营销效果与市场反馈

本项目为纯创意设计，所有素材用于京东商城、移动官网、移动线下营业厅、订货厂商自有渠道、移动自媒体等平台。创意素材一经露出，通过自来水产出的 UGC 内容在手机受众中引发了不小的关注。成功助力移动下半年旗舰新机 N5 重磅上市。移动客户对整个项目的创意产出及执行结果都非常满意，认为平面创意素材大气简洁，在充分展示产品功能点的同时，结合受众属性引发情感共鸣。创意 TVC 形式新颖，场景化演绎产品力，节奏欢快，抓人眼球。从创意到执行，三人行都展示了专业广告人的能力和素养。（此评论来自移动内部员工及高层反馈）。