

《听声音 猜城市》H5引爆朋友圈新玩法

- ◆ **广告主**：华晨宝马汽车有限公司
- ◆ **所属行业**：汽车
- ◆ **执行时间**：2016.12.21-2017.01.10
- ◆ **参选类别**：互动体验类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频
<https://v.qq.com/x/page/z05183upwa8.html>

或者
扫一扫看视频

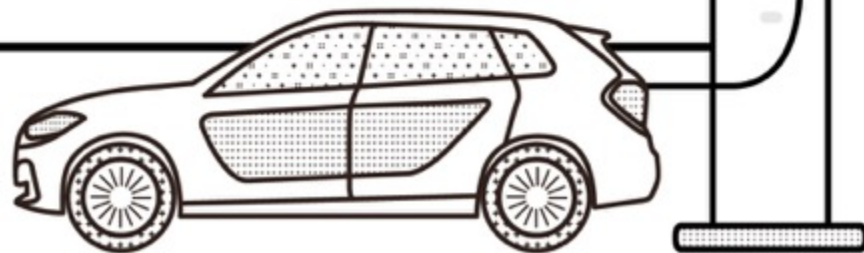


项目背景

之诺60H是一款即将上市的插电式混合动力SUV，作为一个华晨宝马旗下的新能源品牌，之诺知名度并不高。

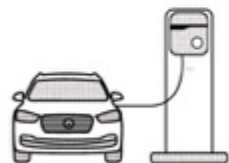
面临挑战

- ▶ 引发关注，为品牌制造声量
- ▶ 传达“致城市”的品牌理念
- ▶ 使受众了解60H新能源车的产品特性



解决方案

立足产品特性
油电混动



针对品牌理念
致城市

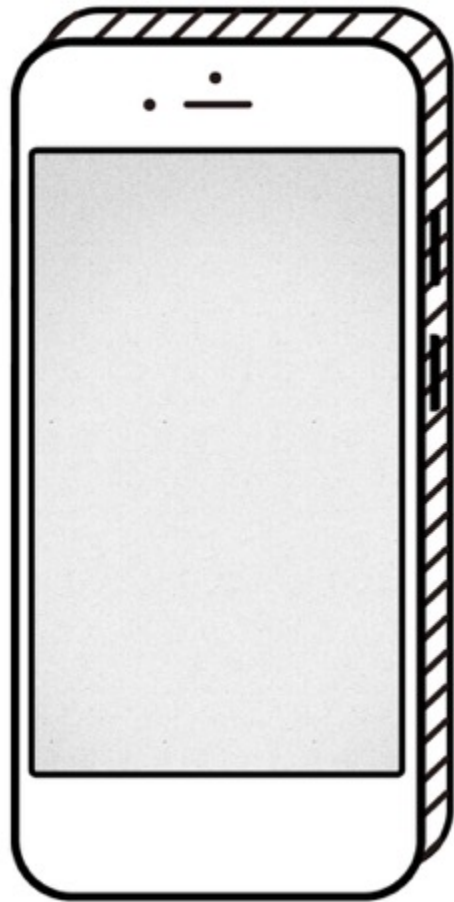


选择沟通方式
轻松互动



制定传播创意
听声音 猜城市H5





画面展示

城市的声音，往往被相同的汽车和混凝土的嘈杂所掩盖。正是这些常常被遮盖的声音决定着这个城市的底色，静下心来，认真聆听，你还可以认出他们么？



北京

咕哨

咕哨是鸽哨，一种系在鸽子身上的发声装置，鸽子飞翔时空气流动过哨眼发出声响。北京鸽哨八旗子同时吹响，小腔和哨音一丁字响。



上海

便利店门铃

上海是全球便利店密度最高的城市，便利店以100米为一圈，像蜜蜂进入蜂巢一样，便利便利渗透到每家，生活需求24小时不打烊。



西安

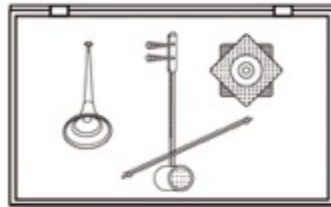
秦腔

秦腔始于西周，流传千年，是北方古老的剧种，唱腔中蕴含着的韵味，精神为戏曲中的灵魂。关公入华阴，曹操喊杀声。

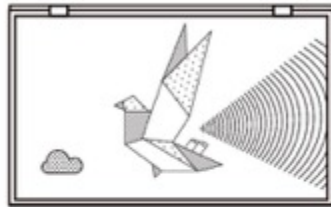




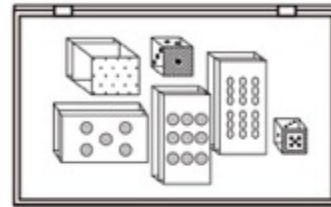
好友上线-深圳



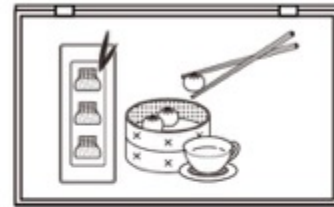
二人转-沈阳



鸽哨-北京



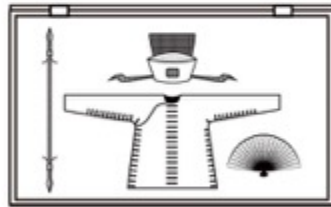
麻将-成都



早茶-广州



呼麦-内蒙古



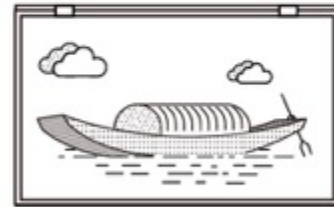
秦腔-西安



便利店门铃-上海



闽南语-厦门



乌篷船-绍兴

切入角度独具一格，引发好奇

我们发现，人们往往容易关注自己所看到的東西，而忽视听到的声音。之诺60H在纯电模式下，能够为驾驶者提供更安静的环境，来聆听城市声音。在城市环境问题日趋激烈的今天，从不易被关注的声音角度切入，更新鲜，也更容易引发好奇，唤起用户对于人与城市相处之道的思考。



人文底蕴丰厚，唤起共鸣

我们选择了10种有代表性的城市声音，搭配插画，让用户来猜这些声音属于哪个城市。

不同声音传递出各地独特的地域文化，用户在玩过H5后会发现原来自己没注意到的声音一直都在，对城市的感情和记忆也因此被唤醒。



互动简单，细节设计刺激分享

- ▶ “你的耳朵认识几座城？”的提问式标题激发了用户的点击欲
- ▶ 游戏结束时的成绩展示，利用竞争心理，刺激用户分享
- ▶ 简洁的画风，简单的操作，在炫视效炫特技的大潮中别具一格



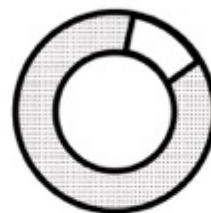
传播效果

现象级超高PV



总浏览量
超过**3000万**
前21天日均
浏览量近**40万**

自主传播程度高



由朋友圈转发、好友、
微信群这三种渠道产
生的浏览量，占总浏
览量的**95%**以上

传播周期长



上线21天
日均浏览量近**40万**
上线4个月
仍有用户不断访问

深受业内外认可



被行业媒体收录进**年度
最佳H5**。

小结

《听声音，猜城市》H5的广泛传播，不仅大大提高了之诺品牌曝光量，同时用户久未被唤醒的城市情感和记忆，也得到一次全面的释放。

正如H5所传递的，之诺希望随着新能源车的推广，人们可以更加关注我们生活的城市，Saluting the City!