


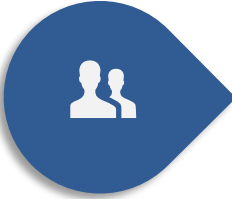
寻找树洞先生 圆月之下，倾听我心声

- ◆ **品牌名称:** 新浪网
- ◆ **所属行业:** 媒体
- ◆ **执行时间:** 2019.09.13-09.17
- ◆ **参选类别:** 创意H5营销类


在这个中秋，打出属于你自己的心灵“净土”， 这里由新浪制造，这一理念和品牌态度




中秋节点怎样做出不一样的温情品牌宣传，主打家、人、情感三大主题，并能实现差异化传播。



普通H5玩法的新创新，不再用看的，更多用“听”的实现更多差异打法。



实现个人的定制化，可以加入，可以录制，可以留存的新方式。



中秋内容点，不是口号，不是宣言，能更打动，更贴近，更普通人一些，因此，我们用讲故事和听故事来讲述。

目标

中秋节点怎样做出不一样的温情品牌宣传，主打家、人、情感三大主题，并能实现差异化传播。

H5玩法的新创新，不再用看的，更多用“听”的，以实现更多差异打法。

中秋内容点，不是口号，能更打动，更贴近，更普通人一些，因此，我们用讲故事和听故事来讲述。



城市人心理压力与心理健康的角度，剖析一个个城市故事，每个人都有的小郁闷与小快乐。

中秋节点的差异化共识，从传统意义上的家人团聚，映射到关注自我内心的故事。



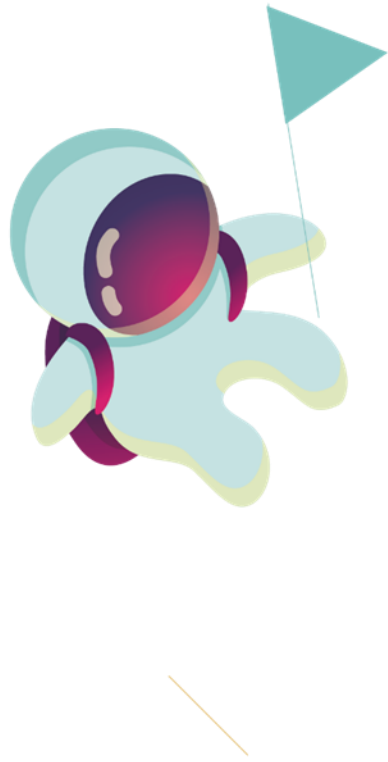
从收集的故事作为传播的内容，而不是主动编写故事，让大众曾为内容的创造者。

中秋人群面相更加年轻的人群，随着通讯和交通技术的发展，传统的赏月、中秋寄语、遥寄相思等家人、亲人的思念主题，已经无法打动新时代人群的意识需求，他们需要的是，更自我，更放松和更隐秘的倾诉。

抓住这一需求，将今年中秋化为一个需拟人物“树洞先生”，他在中秋月圆之夜出现，这是一个电子地址，但也是一个属于你自己的秘密地方，在这里倾诉相思，并保存下来，等待多年以后的你，再来发现。

语音式的方式，也让更多人觉得输入更轻松，同时听别人的悄悄话，也别有“趣味”，形成更多互动与更多参与。





在这个中秋，一个特别的线上礼物，一个可以倾诉的树洞

以语音故事融入H5制作，用音频讲述编制多个来自不同人、不同地域的语音录入的他们自己的故事，这里有成长、有情愫、有苦闷也有感动，讲述生活点点滴滴，成为这个中秋最温情的打动力

同时，增加的趣味城市声音（打造猫、信号波）等一同组成城市狂“响”曲

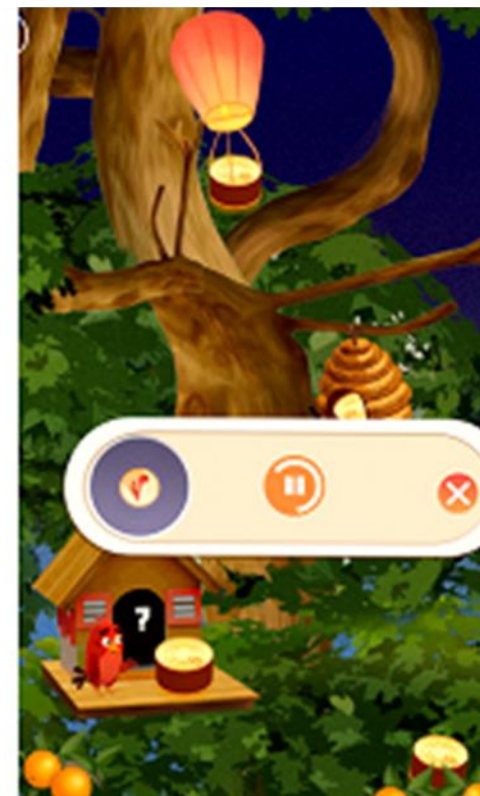
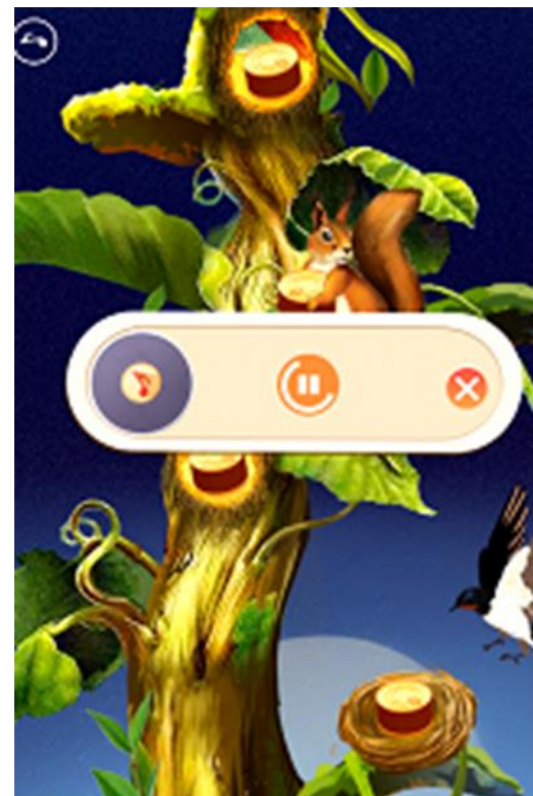
从一首小诗开始，让我们开始旅程




每一个语音“罐头”
都可以点击



这里的每一个语音“罐头”都是一个故事



在大树的顶端
这里有一只“罐头”
是属于你的



H5转发收获至扩散群200+
核心覆盖人群超过30万+
转发海报形成转发量 超过80000次+
在中秋期间，成为社交群、亲友群中转发频
次较高的传播素材之一。



演示视频地址：

https://v.youku.com/v_show/id_XNDQxNTgyMDY4OA==.html?spm=a2hzp.8244740.0.0