

OPPO Find N3 携手许知远对话AI，开启新商务时代

- **品牌名称:** OPPO
- **所属行业:** 3C
- **执行时间:** 2023.10
- **参选类别:** 短视频营销类

结案视频

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://m.v.qq.com/x/m/play?cid=mzc0035hus8vvms&vid=x0047543gtz&mobile=1&ptag=v_qq_com%23v.play.adaptor%233

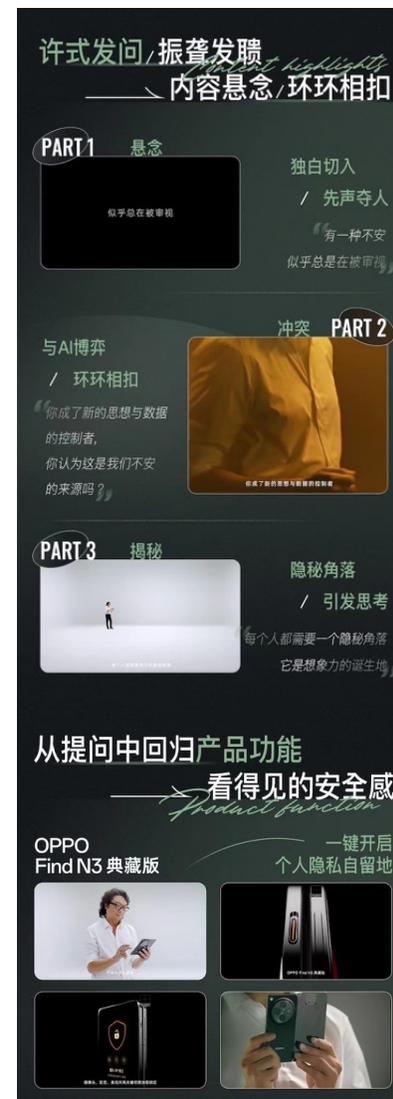
- 不再局限于「性价比赛道」的激烈竞争，近两年手机市场高端化趋势凸显，抢夺高端圈层用户成为各品牌发力重点。
- Find N3作为OPPO品牌23年最重磅的旗舰折叠产品，以影像、效率、安全为三大核心卖点，品牌希望可以借助腾讯优质内容生态以及多平台联动曝光优势，击穿新商务圈层TA，打造新机质感口碑，站稳折叠屏赛道。

此次内容营销，品牌核心关注：

- OPPO Find N3新机在高端人群中的圈层覆盖效率
- 品牌以及产品整体质感口碑搭建
- 新机发布热度声量指标：播放量、互动率等

- 深刻洞察时代背景下每个人的“不安全感”，OPPO携手高知代表许知远从当下最火热的AI话题出发，“许氏发问”引发对于安全隐私的深度思考，强化OPPO Find N3「看得见的安全感」定位。
- “视频深度定制”+“微信全域传播”充分联动两大核心内容场，发挥腾讯视频的优质内容创作力/IP号召力，和视频号的高知用户影响力/社交传播力；许知远名人效应叠加，精准锁定新商务圈层用户，通过内容场景共振，引爆「隐私自留地」视频专属热词，声量口碑双爆发。

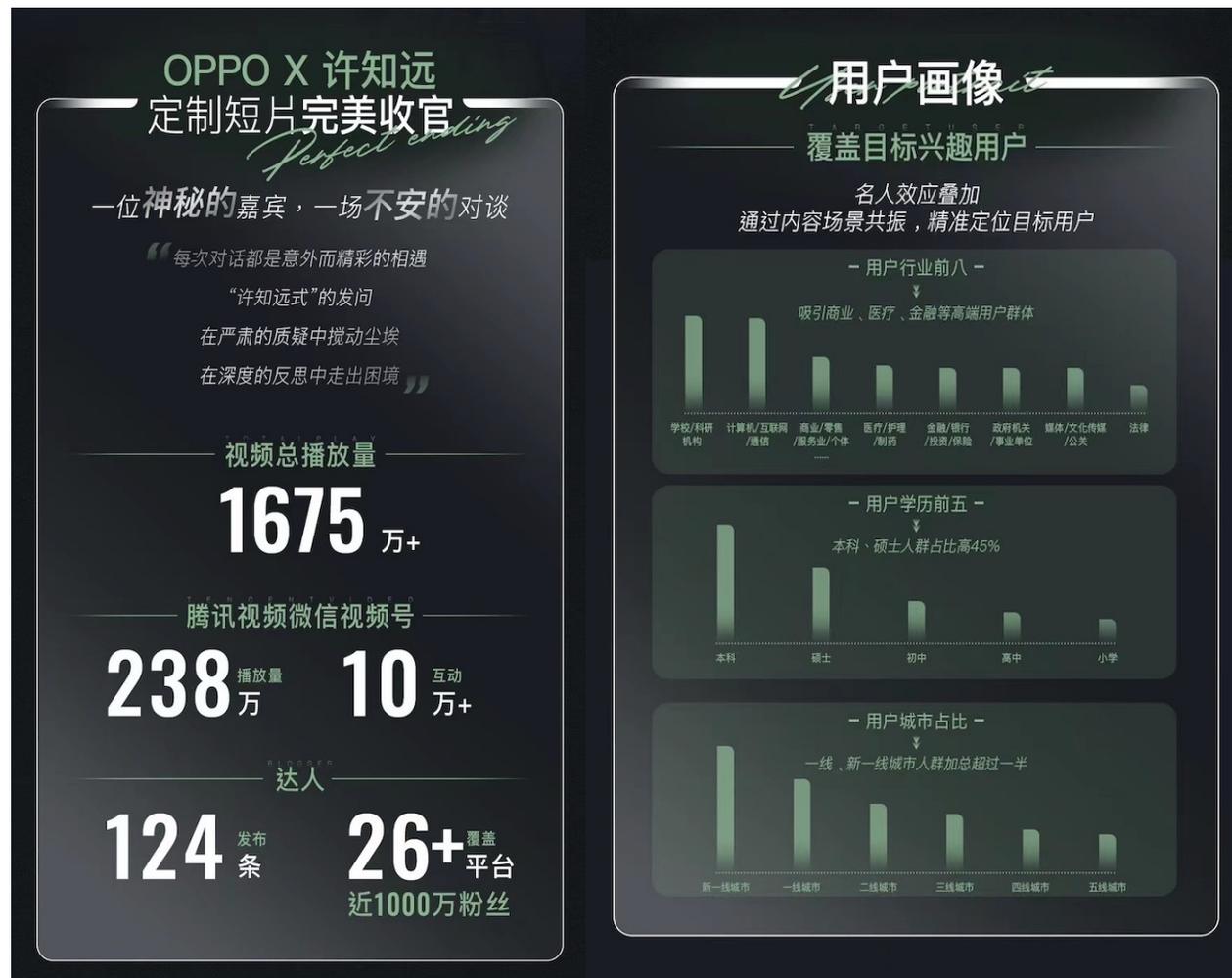
- 【深度内容定制】**：深刻洞察时代背景下每个人的“不安全感”，让腾讯系高知代表许知远从当下最火热的AI话题出发，用对话与AI博弈，激发冲突感，引起受众对于隐私安全的深度思考，从而加深受众对于OPPO Find N3的安全感定位
- 【内容营销1+1模式创新】**：充分联动两大核心内容场，发挥腾讯视频的优质内容创作力/IP号召力，和微信视频号的高知用户影响力/社交传播力，开创了“视频深度定制”+“微信全域传播”的内容合作新模式
- 【短视频话题营销】**：充分联动视频号中OPPO官号+腾讯视频频道官号+许知远+KOL达人号四大账号矩阵，从上到下让核心话题“隐私自留地”一举成为微信话题热词，为“短视频如何创造爆款话题”提供了成功样本



通过微信私域发酵，带动用户搜索分享。
推动品牌微信热搜指数提升，
从0至1构建“隐私自留地”专属视频热度词

营销效果:

- 视频总播放量超1675w+
- 腾讯视频微信视频号238w播放量&10w+互动热度
- OPPO品牌&许知远&专属视频热度词「隐私自留地」微信热搜指数大幅提升，并实现话题成功破圈至全网26个平台，渗透近千万粉丝
- 精准定位目标用户，一线新一线城市人群过半，本硕圈层占比高达45%，吸引到大量商业、医疗、金融等高端用户群体

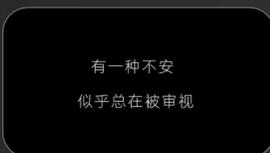


OPPO Find N3 携手许知远对话AI，深度内容场景共振，开启新商务时代

视频深度定制

许式发问 / 振聋发聩

»» 内容悬念 / 环环相扣



独白切入 / 先声夺人

与AI博弈 / 激发冲突



隐秘角落 / 引发思考

开启隐私自留地 / 回归产品

爆款话题营销

OPPO+ 腾讯+许知远+达人 / 四大视频号矩阵打造爆款话题



腾讯视频八大频道扩散圈层 / 榜单热搜排面



1675W+

视频总播放量



238W

腾讯视频视频号播放量



10W+

腾讯视频视频号互动



124条

达人发布内容



26+平台

达人覆盖近千万粉丝

