

vivo x 影视飓风《3000年前的“神兽”长什么样？》

- **品牌名称:** vivo
- **所属行业:** 3C数码-手机
- **执行时间:** 2024.06.14-06.21
- **参选类别:** 视频内容营销类

1. 品牌传播及营销背景

vivo的品牌定位：vivo一直以“影像科技”为核心卖点，尤其是在手机摄影领域，通过与蔡司合作、自研影像芯片V系列等技术，打造高端影像旗舰形象。

近年来，vivo希望通过更具创意和影响力的内容营销，强化其“科技与人文结合”的品牌形象，吸引年轻用户和高端用户群体。

影视飓风是B站头部UP主，以高质量的视频制作、专业的影像技术和广泛的粉丝基础著称，其内容风格与vivo的影像科技定位高度契合。

通过影视飓风的创意内容，vivo可以更自然地展示其手机影像能力，同时借助UP主的专业性和影响力，提升品牌在年轻用户中的认知度。

2. 行业发展背景

手机行业的竞争态势：

智能手机市场进入存量竞争阶段，各大品牌纷纷通过技术创新和差异化营销争夺用户。

影像功能成为高端手机的核心卖点之一，华为、苹果、小米等品牌都在影像技术上投入大量资源。

内容营销的趋势：

传统的硬广模式效果逐渐减弱，品牌更倾向于通过创意内容、UP主合作等方式与用户建立情感连接。

B站作为年轻人聚集的内容平台，成为品牌营销的重要阵地，尤其是通过UP主的专业内容，能够更自然地传递品牌价值。

3. 面临的营销困境及挑战

用户审美疲劳：手机影像功能的宣传同质化严重，用户对传统的“参数对比”“样张展示”等内容逐渐失去兴趣。

品牌认知固化：vivo在年轻用户中的品牌认知度较高，但在高端用户群体中的影响力仍需提升。

内容创意门槛高：如何在展示产品功能的同时，避免硬广植入，打造既有创意又能引发用户共鸣的内容，是品牌面临的主要挑战。

B站：登上平台热门、热搜、全站排行Top1和每周必看、破千万播放

微博：自然热搜Top10，阅读总量破亿

知乎：双提问热榜Top10

平台结果

B站

- 1、全站排行榜第一，top10蝉联一周
- 2、单内容双热搜top10
- 3、蝉联科技区第一长达一周

微博

- 1、自然热搜top10，发布会项目外自然热搜最高
- 2、阅读总量3.3亿+，微博播放量破千万

知乎

双提问进入全站热榜top10，最高全站第四，热度均超百万

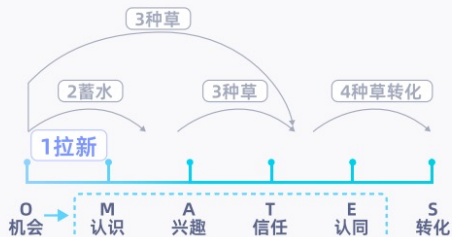
- 内容创意：
- 视频以“复原3000年前神兽形象”为主题，结合考古、科技和影像技术，展示了vivo手机在影像拍摄、色彩还原、细节捕捉等方面的强大能力。
- 通过影视飓风的专业制作，将vivo的影像功能与历史文化结合，赋予内容更深层次的文化价值和情感共鸣。
- 品牌植入方式：
- vivo的影像功能自然融入视频内容中，例如使用vivo手机拍摄考古现场、记录复原过程等，避免了硬广的生硬感。
- 通过UP主的专业讲解，突出vivo手机在影像技术上的优势，如色彩还原、夜景拍摄、长焦微距等。

关键策略1：通过新品发布事件，利用平台全量资源为发布会时段内入站用户进行全量拦截，抢夺用户第一视野

关键策略2：首销期以大热内容《山海经》为首，通过多类UP主内容为新品背书，产品力心智强渗透。

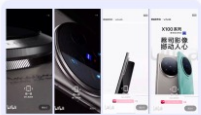
营销实践

关键链路



关键策略1：
大曝光硬广覆盖全链路，抢占用户第一视野

toplive全屏视频



新品直播发布会



直播首页焦点图



MATES价值

近3,000万

MATES人群资产拉新

+43%

人群资产总数

有效周期：首销期T+90内

营销效果

登顶

发布会当天热搜

登顶

影视飓风合作商单
全站排行榜

登顶

影视飓风合作商单
每周必看

关键策略2：
硬核科技/开箱类UP主为新品背书

大热内容播放破千万，产品力心智强渗透



1000万+播放量

200万+互动量

大姐姐爱吃青椒么 (10)

把用X100Ultra拍摄的那几张高清照片发出来呀，这不当壁纸都可惜

2024-06-14 13:52 18423 回复

产品好评收获2万赞

B站传播总览

vivo

行业在B站的首个「大满贯」荣誉内容

● 全站排行榜第一

● 最长时长、最久热度的全站第一

■ 双热搜登榜B站

■ B站官方高度认可站内现象级内容

• 播放量**破千万三连量150万+**
• 近一季**B站视频top10**
• 影视飓风频道继卫星/残疾人之后首次登顶第一，**创号以来热度前三的原创内容**



最长时长的全站第一！
在短视频、二次元、搞笑当道的环境却依旧斩获最多关注

科技区第一 持续一周
全站Top10 持续一周



最久热度-排行榜霸占！
霸榜时间超长，热度持久打破vivo内容记录

“影视飓风复刻山海经”
“B站画质最好的动物百科”
双双登榜 B 站热搜



最热话题-双热搜轰炸！
超强传播势能形成巨量热度

知识区、生活区、娱乐区
三大热门榜单曝光



最强支持-官方主动加大曝光
B站平台对商业内容支持力度最大的一次

B站官方号当案例，转发原片



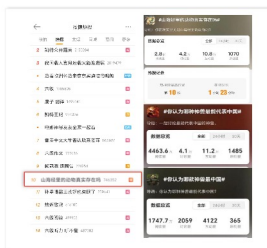
影视飓风的新视频，又惊艳到我了
阅读量 9242 赞 6.5 4个朋友赞过

微博传播总览

vivo

微博突破自然热搜top10，发布会外最高热度的内容话题

全国榜、地方榜多点开花



• 主话题全国榜在榜时长**83分钟**；累计在榜时长**42h+**；阅读总量**3.3亿+**，讨论量破**8万**。

最大规模的党央、蓝v矩阵背书



新华社、中国日报、央广网等**超130家**党央及地方媒体参与讨论

跨平台的热度事件



内容上线后即涌现大量素人用户讨论
标杆级的产品创意内容

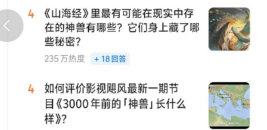
知乎传播总览

vivo

平台曝光超2000w，创作者深度参与的整合内容传播

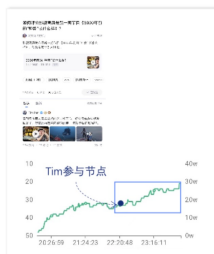
双话题登上top10

2个话题全部冲上热搜榜前10，最高排名Top4，在榜时长长达**13.8 h**



全场景讨论指数高达**3242w**，声量指数达到**412w**，高于3c数码品类行业均值

创作者Tim亲自参与，完美闭环



Tim知乎账号亲自下场参与讨论，为话题提供了正向背书，且延续了流量拉伸，自然流量和参与度显著提高。

强关联产品功能，定制品牌影响力



大量文学、生物学、博物馆学等多领域大咖联合科技PU进行深度解读定调，拓展vivo影像科技的传播广度