

| 3000年前的“神兽”长什么样？

- ◆ 品牌名称：vivo
- ◆ 所属行业：3C数码
- ◆ 执行时间：2024.06.14
- ◆ 参选类别：内容营销类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://www.bilibili.com/video/BV1bw4m1v7pk/?spm_id_from=333.337.search-card.all.click

● 背景&目标

项目背景

vivo X100 Ultra

蔡司联合研发



- vivo X100 Ultra 新机上市
- 需要构建产品长焦影像顶尖的心智认知
- 主要竞争对手已有成熟ultra系列产品



● 背景&目标



产品发布时间晚

市场上已有多款Ultra机型，通过早期的宣传与推广，已经较稳固地占据了一定的用户心智和市场地位。用户期待值也不断提升。



拍摄与后期难度大

《山海经》记录稀奇动物众多，遍布全球各地，野生动物习性差异大，危险性高，难以拍摄；后期以样张进行手绘，书籍描绘想象力丰富，手绘还原书中神兽形态，难度极高。



内容传播壁垒高

单平台输出内容必须精准定位目标受众，同时又能吸引更广泛。跨平台传播过程中，也需要充分制定差异化的传播策略。

● 背景&目标

营销目标

以 创 意 内 容 破 圈 ， 跨 平 台 深 度 传 播

产品
热度

新品有效曝光 引起全民热度

用户
共鸣

内容打动用户 提升品牌认同

效果
转化

链接情绪价值 提升流量转化

洞察&策略

人群洞察

对高质量内容要求高

- B站18-30岁用户占比达到78%，年轻人占比高，用户粘性强
- 见识宽广，对多领域内容都有着浓厚的兴趣
- 受教育程度高，付费意愿强，对高质量内容需求高

对传统文化的自豪与热爱

- 从“China travel”再到国产3A大作的爆火，讲述中国故事，了解中国文化，已是趋势
- 各平台用户对于传统文化相关的内容，需求都十分高，通过对经典的解构，用新方式演绎，在观众中能产生不错的传播效果

用户需要一个更具稀缺性的创意内容
对传统文化有天然的好感

如何用影像的方式，讲好一个中国故事
让观众有新意、有共鸣？



洞察&策略



以《山海经》为载体，用现代影像找寻书中神兽
一览曾经神奇瑰丽的中华大地！

通过X100 Ultra优秀的影像能力，尤其是其极为突出的长焦拍摄体验，从《山海经》出发，去到全球各地，捕捉各地与书中描述相近的动物，并利用手绘方式，呈现书中神兽的模样，从现代影像与艺术绘画中，感受《山海经》所描绘的上古神话世界！

洞察&策略



三大营销亮点助力内容破圈

1、产品与传统文化的完美结合

创意亮

精准挖掘《山海经》中引人入胜的神兽元素，巧妙结合产品卖点，利用长焦性能探寻、发现书中奇珍异兽，用产品的影像再现《山海经》的恢弘。

2、特殊资源加码内容曝光

传播准

首次单个商业内容，拥有B站全平台资源支持一平台通栏、官号、视频号等等，通过B站官方各渠道合力曝光，实现对用户的精准的传播

3、优秀的用户UGC运营

互动好

以内容的文化属性为基点，在知乎、微博话题、视频号等平台，联手各平台kol参与内容讨论，分享感受，让创意内容不断发酵

影像+艺术的完美结合，重现古人眼中的山海宇宙

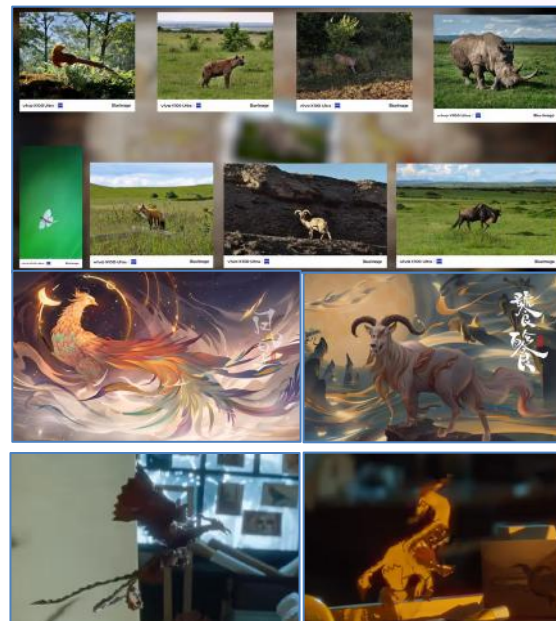
专家背书 了解山海经背景，找寻与现实动物相近或有其原型的动物，确认拍摄名单。



全球拍摄 影视飓风团队联合外部摄影师，出发各地拍摄。



艺术重绘 同步与央美合作，以手绘方式重现山海经神兽，并以动态+定格动画形式呈现书中所述。



站内全面曝光，B站官方积极联运

B站平台对商业内容支持力度最大的一次，主站、商业化、社区部门全程参与

平台三大分区通栏曝光



官方视频号推广



官方公众号专栏



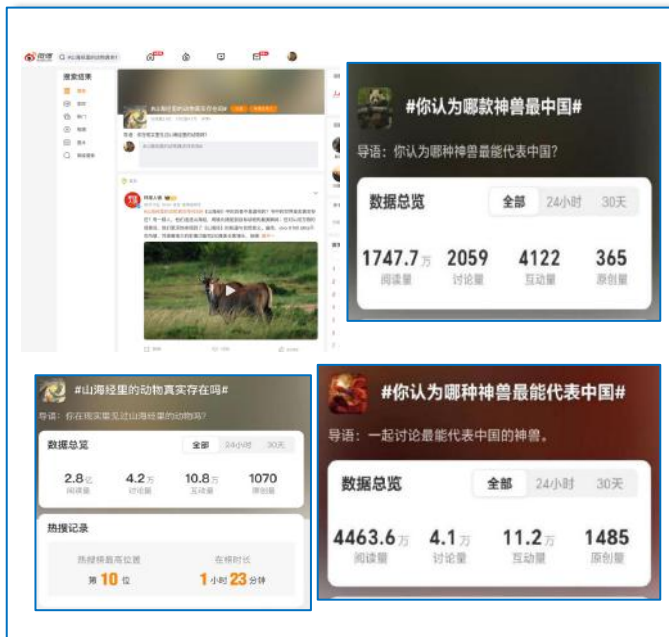
站外承接流量，热门平台积极运营

联合各大热门平台kol/koc，积极造势营造话题，促进内容裂变

• 知乎发起专题问答

• 微博发起话题

• 微博央视等媒体参与转发



全网用户共热议，内容热度不断

站内用户踊跃热评
轰炸弹幕+评论区

标杆级的产品创意内容
微博大量素人用户讨论

内容话题不断延伸
知乎各类用户参与解答



效果&反馈

B站平台千万量级爆款视频，获行业首个「大满贯」荣誉

● 全站排行榜第一

播放量**破千万**
三连量**150万+**
近一季度B站**视频top10**
影视飓风频道历史最佳之一



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

● 持续热度霸榜B站

科技区第一 持续一周
全站Top10 持续一周

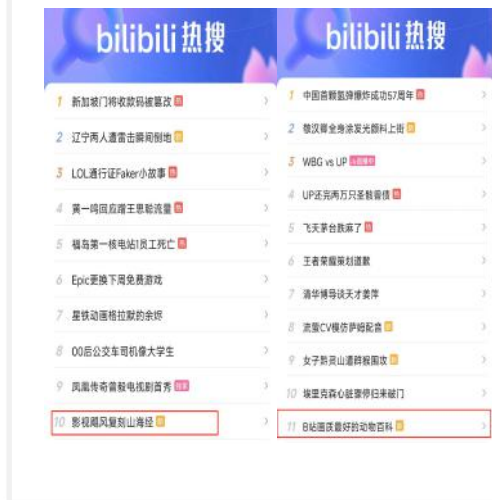


最久热度-排行榜霸占！

霸榜时间超长，热度持久

■ 双热搜登榜B站

“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

效果&反馈

一次成功的跨平台传播事件，为产品打造长尾效应

• 微博自然热搜top10，最大规模的党央、蓝v矩阵背书



• 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**。



新华网、中国日报、央广网、人民视频等
超130家党央媒体参与讨论

• 双话题冲上知乎热榜top4

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

4 《山海经》里最有可能在现实中存在的神兽有哪些？它们身上藏了哪些秘密？

235万热度 +18回答

4 如何评价影视飓风最新一期节目《3000年前的「神兽」长什么样》？

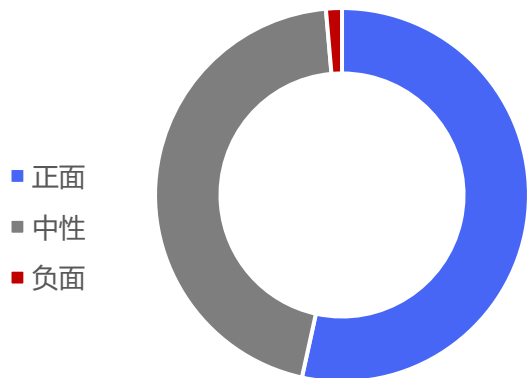
219万热度

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**1341.7%**。

效果&反馈

vivo影像科技的集中体现，**全网难得的优质商业内容曝光**

全网舆论情感比例



● 良好口碑触动

全网舆论情感非负比例达98.6%。
高品质深度内容不断触达用户，良好口碑不断扩散发酵，打透新品认知。



● 强品牌、产品感知

全网词云分布、各平台讨论端跟vivo品牌关联紧密。在全网引发千万级热度情况下，有效传递产品心智。



● 业内外一致好评

吸引行业、媒体、竞品一众关注，大量问询并给予高度认可，行业优质内容标杆