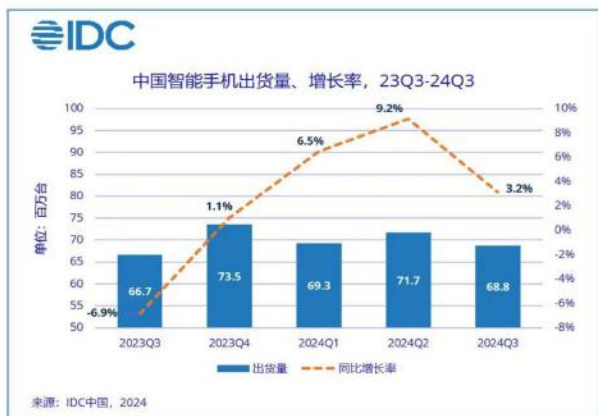


OPPO Reno13以“五大影响力”穿透校园场景的年轻化破局

- ◆ 品牌名称：OPPO
- ◆ 所属行业：3C类
- ◆ 执行时间：2024.11-2025.01
- ◆ 参选类别：全链路营销类

24年Q3跌出市场前五，抢夺年轻消费力成OPPO破局重点

24年Q3中国智能手机市场份额 OPPO首次跌出市场前五位置



2024年第三季度中国前五大智能手机厂商——市场份额、同比增幅

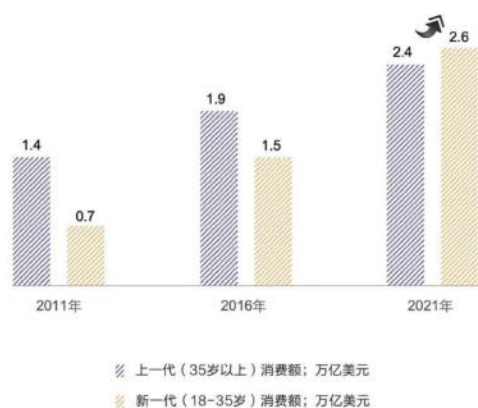
厂商	2024年第三季度 市场份额	2023年第三季度 市场份额	同比增幅
1. vivo	18.6%	15.8%	21.5%
2. Apple	15.6%	16.1%	-0.3%
3. Huawei	15.3%	11.1%	42.0%
4. Xiaomi	14.8%	13.6%	12.8%
5. Honor	14.6%	19.4%	-22.5%
其他	21.1%	23.9%	-9.2%
合计	100.0%	100.0%	3.2%

来源: IDC中国季度手机市场跟踪报告, 2024年第三季度

注1: 数据为初值, 存在变化可能, 数据均为四舍五入后取值。

注2: 如果两家或两家以上厂商的营收份额或出货量相差0.1%或更少, IDC将宣布这些厂商在中国智能手机市场上排名并列。

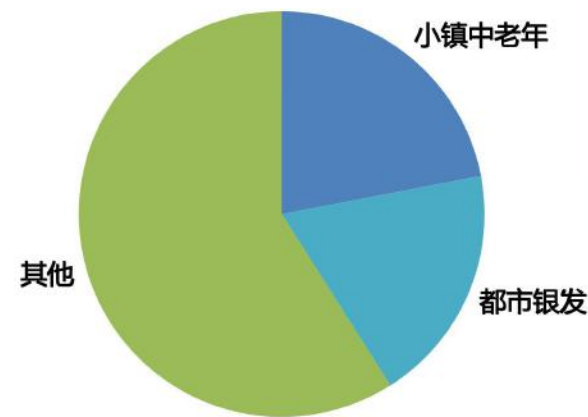
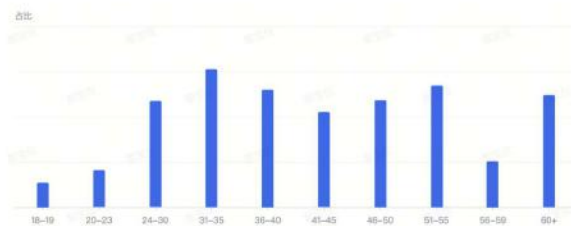
年轻一代成为市场消费主力 新消费模式下带来新挑战



年轻化、个性化、多元化

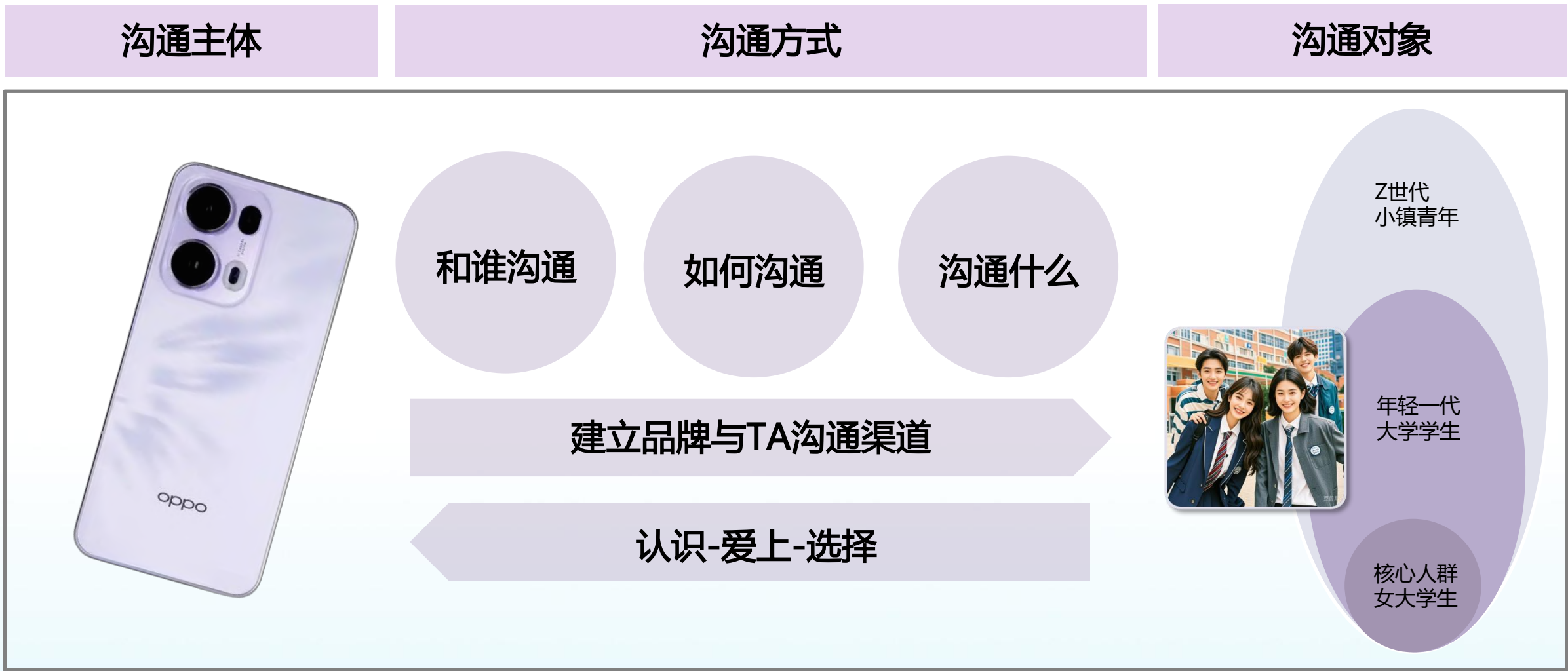


品牌中老年人群占比高 抢夺年轻消费力革新人群资产





品牌战略：锚定年轻一代建立品牌与TA沟通渠道，抢占年轻心智





产品定位升级

从数码宣传硬件参数竞争转换为打出“安卓首款live图神机”

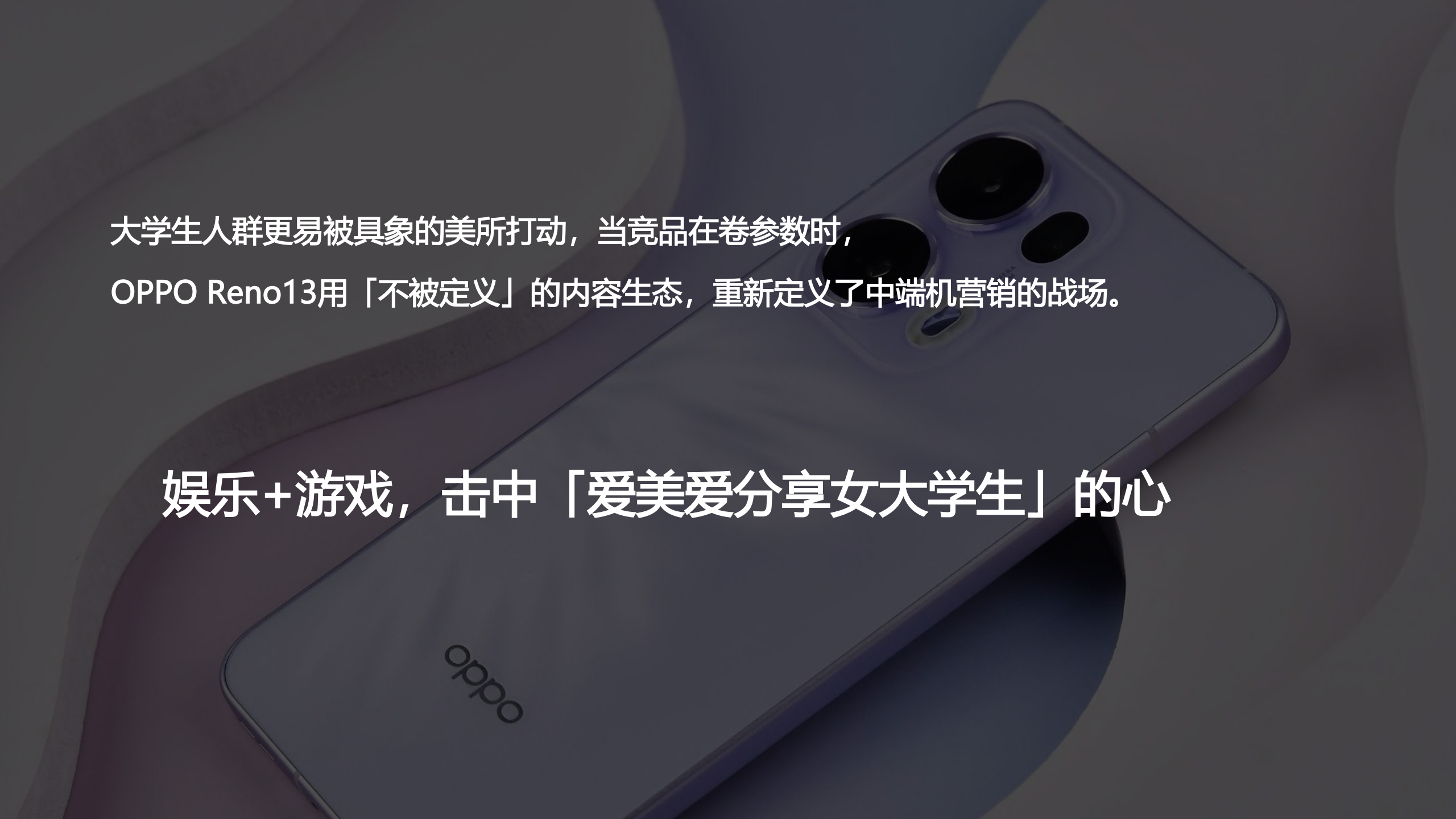
核心人群渗透

整体项目要z世代&女大学生人群渗透率对比上一代有提升

销量成果提升

对比上一代新品销量提升，且通过自造抖音内容型直播间大场拉升大场销量膨胀



A dark blue OPPO Reno13 smartphone is shown from a top-down perspective, slightly angled. The back of the phone is visible, featuring a camera module with three lenses and a flash. The OPPO logo is printed on the lower part of the back. The background is a dark, textured surface with soft lighting.

大学生人群更易被具象的美所打动，当竞品在卷参数时，
OPPO Reno13用「不被定义」的内容生态，重新定义了中端机营销的战场。

娱乐+游戏，击中「爱美爱分享女大学生」的心

与年轻人共创紫色浪漫风潮，多圈层引爆新机发布热度



明星营销抢关注

【OPPO Reno13新品发布会】
宋雨琦空降现场，率先引爆粉丝圈层

- 内容共创-蝴蝶妆cos
- 发布会-《freak》演绎
- 直播间-定制礼盒
- 明星TVC-内容热推
- Topview-强势曝光
-



产品升级

外观预热

明星引爆发布会

话题发酵

场景种草&传播

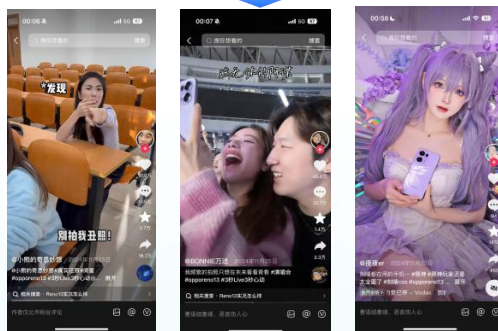
校园活动



多圈层达人种草

【整合多圈层达人种草】
覆盖大学生人群全触点

- 校园场景
- 生活场景
- 二次元场景



游戏跨界引爆

【蛋仔派对共创特效大赛】
在游戏场景下培养使用习惯

- 抖音特效师征集
- 定制AIGC特效
- 品牌任务升级



明星营销—围绕宋雨琦线上×线下全链路营销，极致渗透粉丝心智

【OPPO Reno13新品发布会】

宋雨琦空降现场，倾情演绎《freak》



Reno13 “潮流蝶蝶紫色” 配色
我的翅膀，会带我前往
演绎年轻一代的
“不被定义的生命力”

Topview

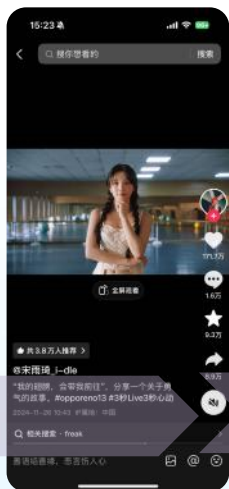
官宣新机配色
宋雨琦为新机打call



「爆点」

明星TVC×内容热推

宋雨琦演绎情感TVC
一个关于勇气的故事



达人内容-蝴蝶妆cos

释放海量达人内容
cos宋雨琦蝶蝶紫妆造



「放大器」

线上H5投票活动

发起宋雨琦海报投票
辐射线下十城地广



达人内容-线下打卡

线下打卡内容线上发布
即送宋雨琦限定周边



「全民热点」

直播间打造

宋雨琦限定礼盒
打造蝶蝶紫直播间



「转化购买」

达人营销—构建内容场景矩阵，种草覆盖大学生日常生活场景

校园场景



0011



良田



小熊的奇思妙想



东曦



超级露露子



黄泡泡

生活场景



BONNIE万洁



李嬌嬌



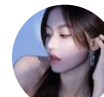
嘻嘻格



摔机报告pro



赵鹏皓和姐姐



caro赖赖

二次元场景



柠好不好



小绿绿绿



好梦一日游



夜夜儿



长谷川小圆



肉哥三缺一



量爆

质爆

校园营销—抖音校园×中青报联合背书，助力OPPO强势打入校园圈层

抖音校园×中青报联合背书
OPPO影像活动开启，15所高校发声



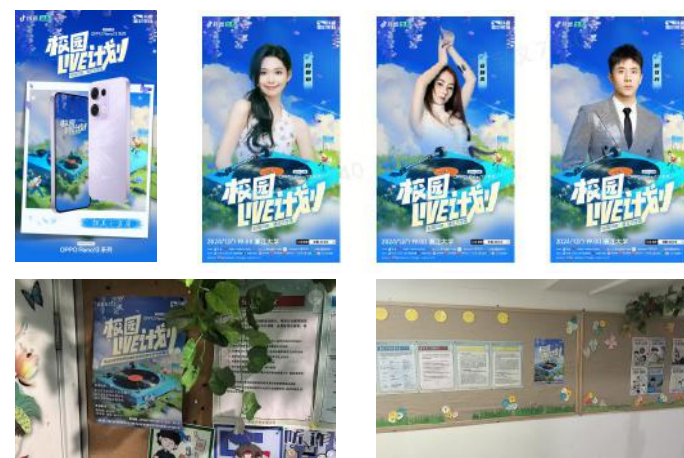
抖音校园×中青报联合背书开启大赏

明星周也加入活动引发关注
校园KOL加入挑战带动学生UGC发酵



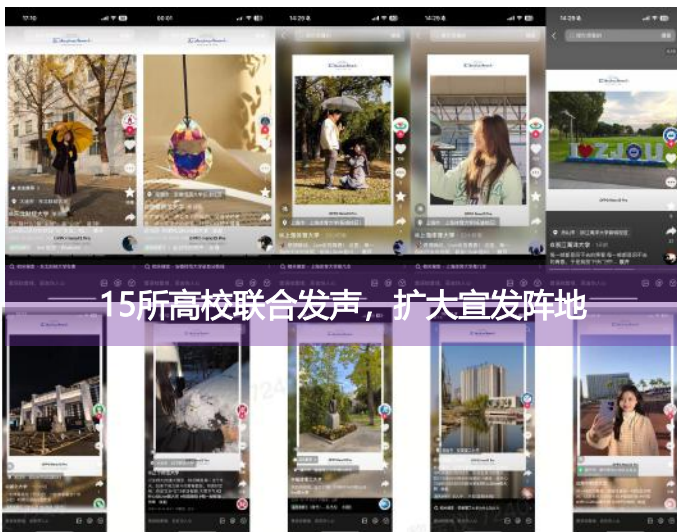
明星周也加入挑战赛，引发海量TA关注

OPPO打入浙大校园，获中青报强推
演唱会×live图快闪全方位渗透TA



OPPO打入浙大校园落地live演唱会

15所高校联合发声，扩大宣发阵地



校园KOL加入挑战，带动学生UGC发酵



live图大赏线下落位，中青报强势背书



跨界联动—OPPO×蛋仔派对共创特效大赛，扩大范围渗透年轻一代

面向全抖音特效师征集投稿



涵盖美妆、3D、通用特效、小游戏等多种样式



联名AIGC特效掀起模仿风潮



联名AIGC特效总使用量近 30万 超大盘3.7倍

主会场品牌任务互动升级



多元特色资源助力活动传播



抖音动态开屏

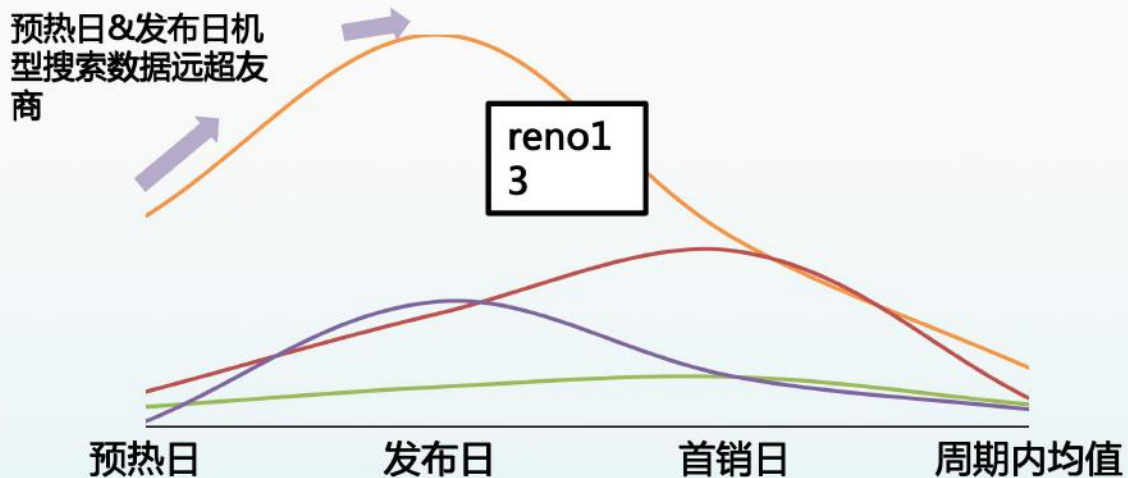
全民任务列表页BANNER

爆款诞生：Reno13 抖音全域引爆，Z世代渗透翻倍，心智搜索全面飙升！

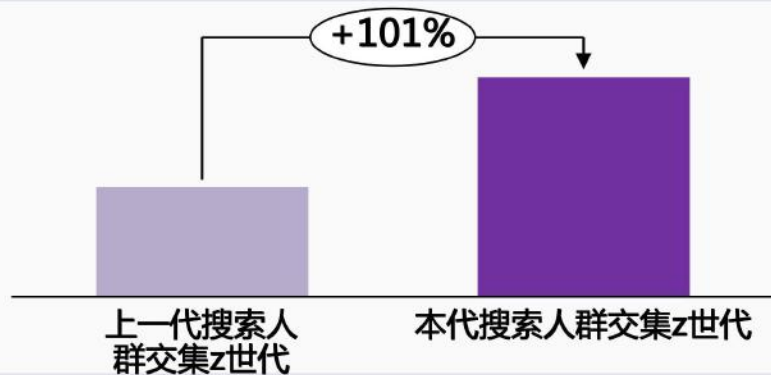
抖音平台声量全面膨胀



全阶段搜索数据远超友商



Z世代目标人群渗透超上一代一倍



「实况照片」品牌心智 显著提升



行业联想份额提升12%



效果&反馈

宋雨琦限量礼盒上线即抢购一空，新机销量超竞品同系列2倍+

A3品牌流量模型

场景创新

主题场景
生活多切面 内容人设创新

差异化场景
特色体验打造

新品上新

高调性氛围拉满

实景测评击穿痛点

紧跟热点

热门综艺，名场面搬进直播间

总裁/明星，宠粉福利发不停

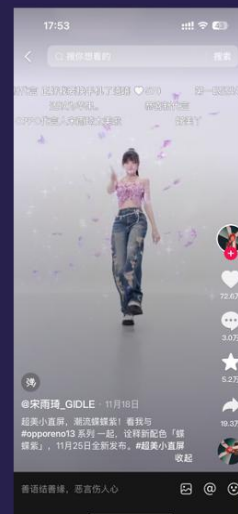
热门话题，引发用户共鸣

新品支付GMV 突破1亿

电商意图搜索PV 超过290w

01 新品全网独家搭赠ccd相机，网红产品经理空降直播间带动当日M1 vv爆发

02 全域种草，搜索干预承接活动及新品关键词总搜索PV 292万+





效果&反馈

明星说

TA喜欢的明星



围绕宋雨琦线上×线下全链路营销
极致渗透粉丝心智



校园说

TA生活的场景

抖音校园×中青报联合背书
助力OPPO强势打入校园圈层



当代大学生圈层

游戏说

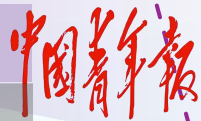
TA喜欢的游戏



OPPO×蛋仔派对共创特效大赛
扩大范围渗透年轻一代

媒体说

TA信任的媒体



中青报全程强势背书，助力品牌打入年轻圈层

达人说

TA喜欢的达人



构建内容场景矩阵，种草覆盖大学生日常生活场景