

荣耀X70：「硬核之王」暴力美学引爆实力出圈

- ◆ 品牌名称：荣耀终端
- ◆ 所属行业：3C类
- ◆ 执行时间：2025.07.01-07.31
- ◆ 参选类别：3C类



背景&目标

营销背景：破解25年千元机存量市场困局，以硬核卖点突围同质化

老问题：存量市场的双重桎梏

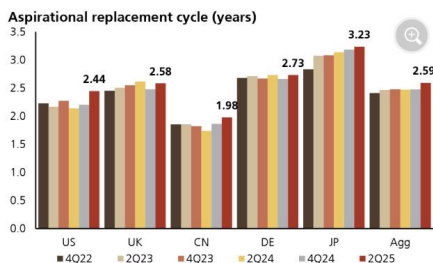
市场环境：2025年手机增速放缓，**换机周期延至3年**，存量竞争难激活购买欲

同质竞争：千元机扎堆 AI 摄影 / 游戏性能，产品无新意、营销撞脸，新品易沉寂

新机会：反直觉的心智蓝海

用户心智：大众固化“手机易碎”认知，碎屏是痛点，“耐用度”成被忽视的购机动因

破局关键：颠覆“易碎”刻板印象，以**荣耀X70“摔不坏”**硬核卖点制造反差，激发传播爆点



The aspirational replacement cycle on aggregate ticked up HoH to 31.1 months (2.6 years).
The expected pace of smartphone replacement ticked up HoH in all regions.

购买动机



使用场景



- SGS金标认证
- 2.5米全角度抗跌落
- IP69K工业级防水



背景&目标

营销目标：如何通过破圈传播实现荣耀X70声量引爆，促成销量增长

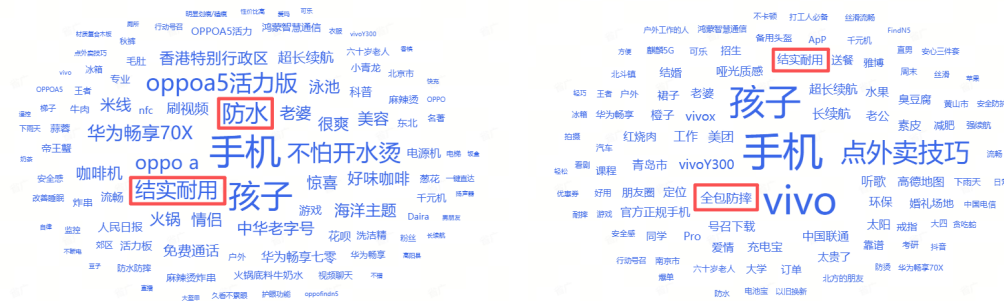
如何通过差异化定位与心智占领，实现品牌破圈与声量裂变

跳出千元机 “AI 摄影、游戏性能” 的同质化内卷

以硬核品质建立独特品牌标签，成为本次传播的核心目标

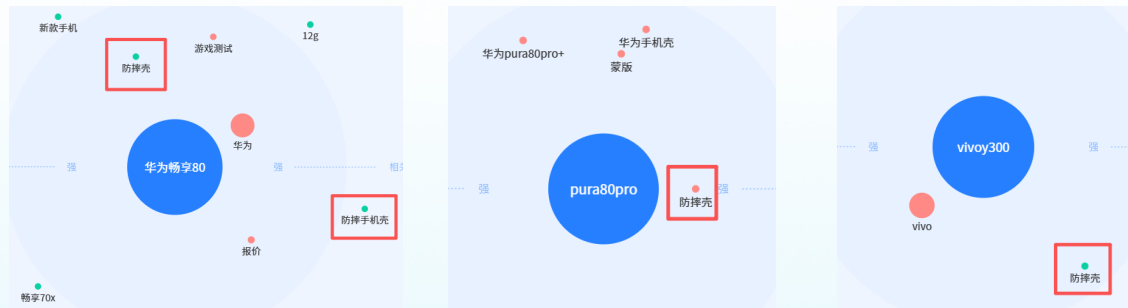
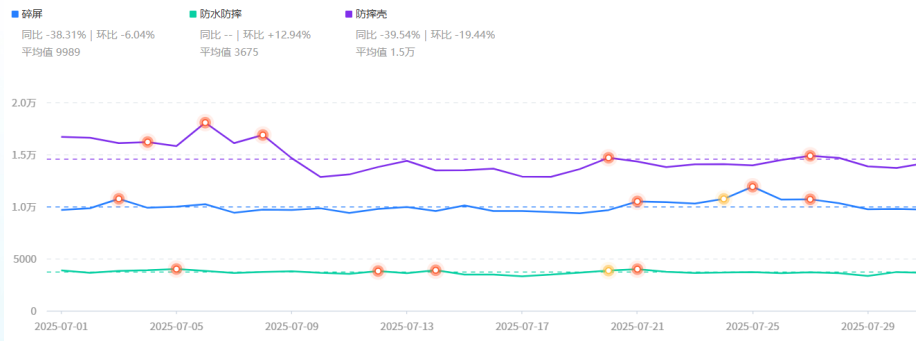
人群消费洞察：用户对屏幕易碎的关注与敏感——“摔不坏” 硬核创意的核心锚点

需求剖析：面向潜在购机用户卖点的分析及洞察，呈现用户对手机耐用、防水防摔性能需求突出



用户定势：手机=“易碎品”，默认需要“贴膜+壳手机，防摔防水需求及相关手机配件搜索需求呈正相关

竞品洞察：针对荣耀X70市场上竞品关联内容的研究，防摔成为用户高度关注及敏感点





创意主张：「硬核品质，摔不碎的手机」

聚焦硬核卖点——不是防摔，是“拒绝碎屏”

提炼“硬核品质，摔不碎的手机”
主题，将手机从“易碎品”重塑为
“折腾不坏的神器”，打造**差异化**
标签



以**SGS金标认证**为背书——**2.5**
米全角度抗摔、IP69K级防水，
让“摔不碎”有权威支撑

以**真实权威背书**，支撑**极限演绎**



—— 营销策略 ——

步步引爆，链路闭环

以“**硬核品质，摔不碎的手机**”为创意主题，**通过极限测试，反常规的演绎**突出荣耀X70的实用耐久特性，巧妙避开了同行竞品的同质化竞争，实现销量突破

/创意
战术/

短视频轮番造势
预热



抓住吸睛点
引爆



直播间现场实
测挑战
转化

在社交平台建立“硬核认知”

二次创作与升级挑战，延长热度半衰期

直播互动打消顾虑，实现高效转化

人群X素材：预热铺段素材精准锚定用户聚焦功能，与目标人群痛点形成高效共振

触达“痛点敏感型”

聚焦对手机耐用性敏感的大众消费者
摆脱“时刻小心保护”的焦虑

打造“自带传播力”

素材紧扣“耐用性”的强需求
用“不可能完好”的预期与“实际无损”的结果形成强烈反差

适配社交平台“短平快”的传播特性

荣耀&竞品
兴趣人群

荣耀&竞品
持机待换机
人群

手机卖点兴
趣人群

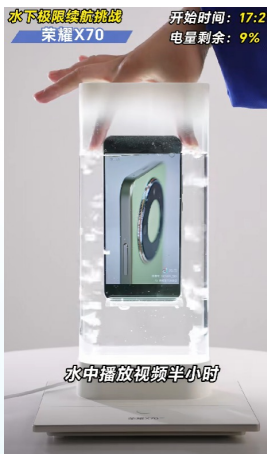
有机结合

相互协同

完了，你的火锅掉手机里了！#荣耀X70



水下极限续航挑战#荣耀X70



第一视角带你爽，一起砸手机#荣耀X70



核心创意——

以荣耀 X70 的硬核品质为底气，用极限测试直面用户对“手机脆弱”的敏感

1

「场景演绎，一秒吸睛」

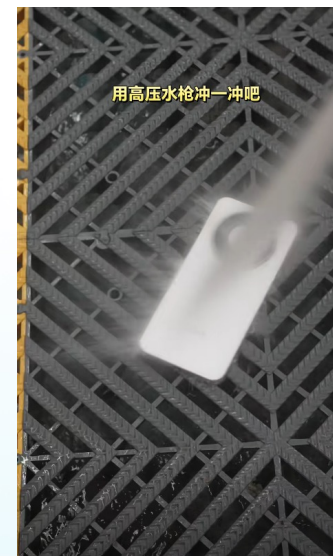
通过**户外工作者及日常生活**的背景设置，以贴近生活场景的演绎方式，突显设备核心**防水防摔、结实耐用**的硬核卖点，一秒抓住用户眼球



2

「意外引爆，挑战升级」

防水防摔性能话题讨论热度增加，顺势升级挑战：从“**水枪喷射**”验证防水极限，到“**汽车碾压**”突破耐用想象，持续吊足用户胃口，实现心智穿透



销量收割——

依托抖音巨量千川，以创意视频引流直播间，通过现场实测互动实现“看播即下单”的高效转化



荣耀X70
种草用户



抖音短视频

X



巨量千川



进入品牌直播间，
完成转化

创意素材引流，精准撬动直播间流量

现场实测互动，直播场景加速销量转化

直播中由主播现场演示摔机等耐用测试，与观众实时互动，以直观证明打消顾虑，并通过“一边看直播一边下单”的形式转化销量

