

## 《追踪 Neo》vivo 天猫双十一星际迷航大电影番外篇

广告主：vivo

所属行业：手机通讯

执行时间：2019.10.20-11.09

参选类别：创意传播类

### 营销背景

- 1、产品背景：vivo推出iQOO Neo 855版手机，一直向用户传递的形象是内芯无畏，生而强悍。
- 2、IP联合背景：星际迷航最初是一部科幻色彩的电视剧，凭借天马星空的想象，复杂生动的剧情、个性十足的人物形象，风靡世界，吸引了无数热爱科幻探索的星粉，据分析人群画像，星际迷航粉丝与iQOONeo的粉丝高度重合。
- 3、市场背景：在11.11全球购物狂欢的节日热点，vivo联合天猫打造iQOO Neo星际迷航IP手机礼盒，希望借助星际迷航IP展开创意视频内容营销活动，撬动粉丝效应，触达目标受众。

### 营销目标

联合星际迷航 IP，深度绑定手机礼盒，提升品牌形象，撬动粉丝效应。在 11.11 大促期间引导用户上天猫购买星际迷航礼盒。

### 策略与创意

**洞察分析**洞察分析星际迷航的受众的特点，具有勇敢无畏，无限探索未知世界的内心，他们每个人心中都有一个科幻的太空梦，期望探索未知的新世界，勇敢航向前人所未至的领域，我们从这个出发点，以定格动画的形式，以勇敢探索的科幻剧情内容吸引目标受众，打造星际迷航大电影新番《追踪 Neo》。

**Idea**：vivo× 天猫星际迷航大电影番外篇《追踪 Neo》

**创意思法**：

**创意故事线**：围绕“星际迷航 iQOO Neo 礼盒”，脑洞星际迷航寇克船长追踪 Neo 的太空探险，故事以 NEO 失窃追踪案为主线，并以 iQOO Neo 三个产品卖点（骁龙 855、33W 闪充、UFS3.0）为线索，开启一场探险追踪，最后所有的剧情发生在礼盒当中，将礼盒赋予一种故事情怀。

**创意剧情&角色**：故事剧情跌宕起伏，从**疑犯逆转杀局**到**突围丛林迷阵**到**荒原凶兽缠斗**，巧妙在其中植入产品三大卖点，促使整部大电影疑云丛生，紧张刺激，令人印象深刻，剧中人物形象个性丰

富，既有感性的寇克舰长，又有冷静沉着的史波克上校，还有逗趣出彩的小绿娃，在紧张刺激的剧情中还不忘记制造笑料包袱。

本次创意想法基于故事线、角色设定以及定格动画的 IP 人物的创意展现形式，打造了一场定格动画大电影，以整个创意影片激起网友的兴趣，进行自发传播。

## 执行过程/媒体表现

整个执行过程为三大阶段，分层次，有节奏的步步推进，在 11.11 期间将节目的声势推向高潮，引发网友自发传播。

### 1、传播预热期：15s 精彩预告片、预热悬疑海报。

a) 打造《追踪 Neo》星际迷航番外篇大电影精彩预告片，以快节奏、悬疑的方式呈现，为正片制造悬念，吸引网友去看完整版的大电影。



b) 提取视频中精彩画面打造场景化海报 通过场景化海报的形式呈现，直观体现出骁龙 855、33W、UFS 3.0 的 iQOO Neo 手机卖点，并辅以悬疑取向文案，在微博大 V-会火，以电影宣传的方式，互动量达 4309，为视频传播做预热引流。



## 2、传播爆发期：知名流量 KOL 广泛曝光星际迷航大电影新番《追踪 Neo》，引全网热议自发传播。

- a) 11 月 7 日-8 日，微博端-谷大白话、小野妹子学吐槽；微信端-吐槽星君,知名流量级 KOL 对视频广泛曝光。

腾讯视频正片连接：

<https://m.v.qq.com/x/page/i/8/g/i3018d2l38g.html?coverid=&from=timeline>

## 3、传播收官期：承接视频爆发期热度，将电影剧照高清美图广泛传播。

- a) 11 月 7 日-8 日，为承接视频爆发热度，打造电影高清剧照，供网友自发广泛传播。



**成果展示：短时间高水准作业，在项目时间短的情况下，制作输出高质量的视频作品**

77 个镜头，约 4360 张照片；

三个内景、一座荒原、两个太空外景、一个桌面置景；

14 个人偶、70 个五官表情组件、12 把拼装武器、3 个能量块模型、16 棵树、200 朵花、30 块能量晶体、4 架主星舰、7 架附星舰、1 头怪兽、6 个神像；

拼装了 133 套各种规格的格纳库组件。

## 营销效果与市场反馈

**内容维度：**

- 1、电影在微博、微信、腾讯、等平台上映，受到网友的一直好评，引网友直呼炫酷，有创意，网友在微博中纷纷表示被种草视频中的礼盒。



**传播维度：**

- 1、事件微博曝光量全网达 **3850 万**；2、「追踪 NEO」视频全网播放量达 **150W+**。
- 3、流量级 KOL 吐槽星君曝光星际迷航大电影《追踪 Neo》视频微信稿件阅读量达 **10 万+**。



4、星际迷航礼盒【iQOO Neo 855 版 × 《星际迷航：发现号》】天猫独家礼盒惊艳双十一，定制款礼盒现场全部售罄。

