

梵高的秘密—vivo NEX 3无界艺术展

广告主：vivo

所属行业：手机通讯

执行时间：2019.09.19-09.22

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

9月16日，vivo 针对中高端人群推出屏占比高达 99.6%的无界瀑布屏智慧旗舰机：vivo NEX 3，将于 9月21日京东 PLUS 大牌日正式开售。

营销目标

作为当时行业内屏占比最高的手机，vivo 希望以直观、可视化的创意形式将 NEX 3 无界瀑布屏的卖点传递给目标用户，建立产品认知，传递 9月21日京东 PLUS 大牌日的活动信息。

策略与创意

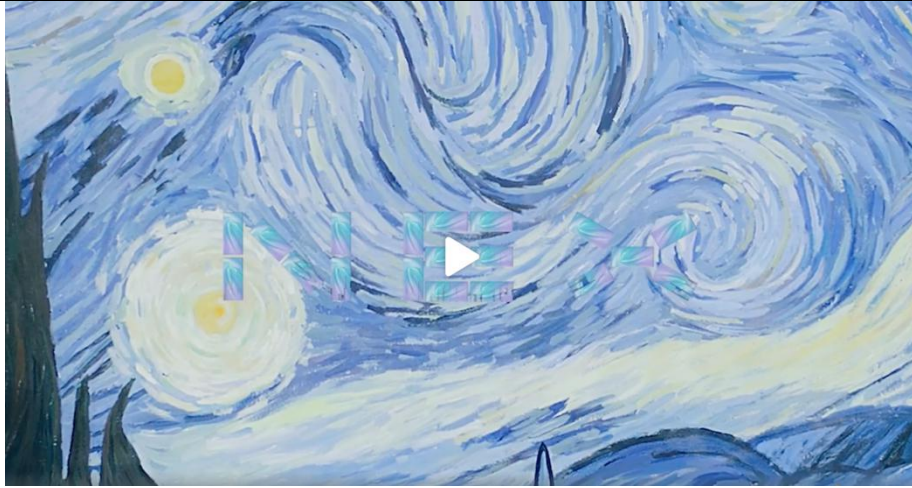
洞察：基于 NEX 3 高知中产的目标受众，我们发现这是一群注重生活品质、崇尚科技创新、追求精神生活的富足，并热衷分享的生活艺术家。他们喜欢艺术，有对艺术的欣赏和品鉴能力。NEX 3 作为一款拥有 99.6%瀑布屏幕的手机，极致的美学价值使其与目标受众喜欢艺术的兴趣点十分契合。

策略：将极具美学价值的 NEX 3 无界瀑布屏与高雅的艺术相结合，打造一场兼具「科技与创新」的艺术展览，创造性的将 NEX 3 无界瀑布屏的产品特点视觉效果最大化，以极具视觉冲击的方式让目标用户直观的感知，从而吸引用户购买。

创意事件：科技的“谎言”：《梵高的秘密》NEX 3 无界艺术展

创意形式：以“藏在名画中的秘密”为核心创意，打造一场有创意、有格调的展览，直观地展示无界瀑布屏的核心卖点。

创意内容：在画展中，选取巨幅（6*5m）梵高名作《星月夜》（复刻品），对画面进行处理，将 NEX 3 无界瀑布屏手机藏于画面之中，利用 NEX3 瀑布屏无边界的特点，使手机屏幕与画面呈现完美融合的效果。同时邀请用户在观展过程中探寻“梵高画作中隐藏的秘密”。点亮藏入画面中的 NEX 3 手机时，捕捉用户了解“梵高的秘密”前后的状态反差。此次创意事件借助科技与艺术的力量，打造一场极具冲击感的视觉盛宴，巧妙地将 NEX 3 无界瀑布屏的卖点传递给受众。

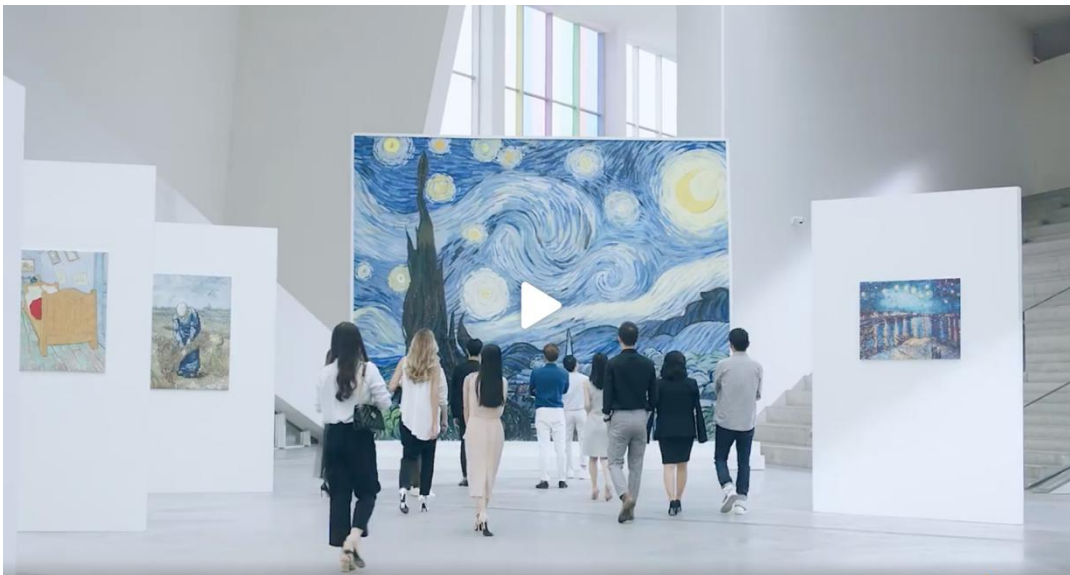


执行过程/媒体表现

围绕《梵高的秘密》艺术展及vivo京东PLUS大牌日专属权益，将执行过程分为三个阶段，有节奏、有层次的推进，逐步完成NEX 3卖点认知与活动信息告知的目标。

预热期：9月19日-9月20日

1、无界展览 造悬念：通过对多家美术馆的筛选，选择极具设计感与未来科技感的北京民生现代美术馆举办《梵高的秘密》vivo NEX 3无界艺术展。展览选取多幅梵高作品（复刻版）进行展出，在对其中一幅巨幅画作（6*5m）《星月夜》的画面进行处理后，将NEX 3无边瀑布屏手机藏于其中，凭借NEX 3无界瀑布屏的特性，使其与画面完美融合。同时邀请观展用户探寻“梵高的秘密”。

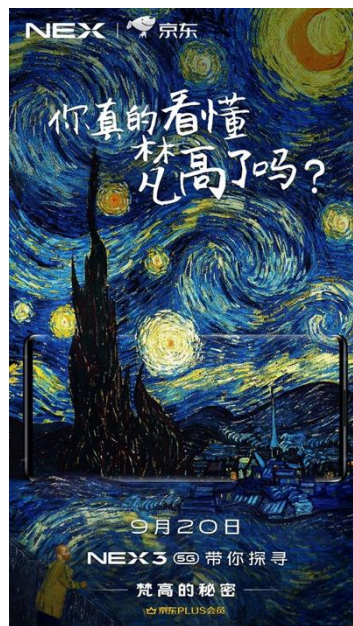


2、创意事件视频 巧揭秘：通过创意事件视频记录展览全过程，借助名画藏入手机前后的画面效果对比，以及点亮手机屏幕后，观展用户了解“梵高的秘密”前后的反差对比，凸出「无界」的核心卖点。通过记录观展用户真实的反应：“这绝对不可能”、“这根本看不出来”，表现NEX 3无界瀑布屏带给他们的震撼，巧妙的传递产品卖点。

视频链接：<https://weibo.com/tv/v/I7YD318om?>



3、话题打造 引关注：官方发起#梵高的秘密#话题，围绕科技打破艺术的边界，引发目标受众围观。



爆发期：9月21日

1、精准触达，升热度：借助【任子墨 Crystal】、【IT 小莫】等艺术、科技类 KOL 传播《梵高的秘密：NEX 3 无界艺术展》创意事件视频，凭借新颖的创意形式，引发目标受众关注和热议。



任子墨Crystal 9月21日 19:50 来自 微博 weibo.com

你知道无边界的极限在哪里吗？NEX 3用无界瀑布屏告诉你！#5G智慧旗舰NEX 3# 悄悄潜入复刻版梵高《星月夜》，完全突破边界的概念，与画幅完美契合。原来#梵高的秘密#竟然是黑科技。9.21 vivo京东PLUS大牌日 vivo NEX 3 深空流光 8GB+256GB 无界瀑布屏 ...，NEX 3了解一下！最重要的是瀑布屏超大画幅，看视频超爽！ vivo官方旗舰店的微博视频

无界瀑布屏设计 打破未来边界

1:21/1:38 高清 微博

☆ 收藏 558 3543 6005

周若m: 就是要让我换手机的节奏吗 9月22日 14:09 回复 赞

小宝信可: 这款手机的像素也很不错，很适合我。 9月22日 09:26 回复 赞

les杰克研: 真心感觉是非常高科技的，好想去买。👍 9月21日 23:59 回复 赞

Cainnie: 这款手机真的很棒。👍 9月21日 23:46 回复 赞

花花世界里的小帅哥: 没用过，不知这产品好不好? 10月21日 21:33 回复 赞

SuperCurrys: vivo这个手机颜值好高呀 性价比也挺不错的 可以考虑一下 10月21日 21:19 回复 赞

车馬、龍: 10月21日 21:19 回复 赞

棉兮蒙: 国货崛起👍👍 9月22日 21:46 回复 赞

毅zss1638: vivo nex正面颜值说得说 用料也很扎实 9月22日 21:46 回复 赞

考拉是我鸭: 这广告简直就是视觉盛宴，还有真的被诱感到了 vivo NEX 3 牛爆了！上京东买买吧 9月22日 21:43 回复 赞



2、创意海报，强告知：官微发布梵高名画为主题的系列海报，直观展示NEX 3核心卖点，延续活动热度，传递vivo京东PLUS大牌日活动信息。



收尾期：9月22日

活动信息，促转化：今日头条、百家号、天天快报、一点资讯等聚合媒体；凤凰网科技、TechWeb、站长之家等共计 28 家新闻媒体，发布活动信息新闻稿件，传递 vivo 京东 PLUS 大牌日活动信息的同时，再次强化 NEX 3 无界瀑布屏的核心卖点。

营销效果与市场反馈

传播维度：

- 1、Social端覆盖量达**4947万**，引发**互动及讨论3.7万**。
- 2、《梵高的秘密》NEX 3无界艺术展创意事件视频全网播放量**破641万**。

销售维度：

- 1、NEX 3 5G版开售当天斩获京东手机5k+价位段5G手机销量&销售额双冠军。
- 2、vivo京东自营官方旗舰店累计增粉20万，vivo品牌累计粉丝突破1750万。
- 3、NEX3开售当天UV突破82万，vivo京东自营官方旗舰店流量环比增长12%。

