年度超性感评测！国民校花 PK 百支口红，结果万万没想到

广 告 主：vivo
所属行业：数码 3C
执行时间：2019.09.27-10.23
参选类别：视频内容营销类

营销背景

vivo 作为追求核心科技和潮流的手机品牌，一直致力于为年轻人做手机，品牌也一直积极的通过各种形式和年轻群体沟通、交流。尤其是 2019 年，各大手机厂商的发布会一场接着一场，如何在众多新品中脱颖而出，吸引年轻群体的目光、获取更多的品牌曝光量和声量，成为 vivo 品牌的主要诉求。

营销目标

1、提升目标用户对产品核心功能的认知。

2、以“直男口红辨色”为核心事件，放大产品的功能特点，提升产品曝光量获取更多关注度。

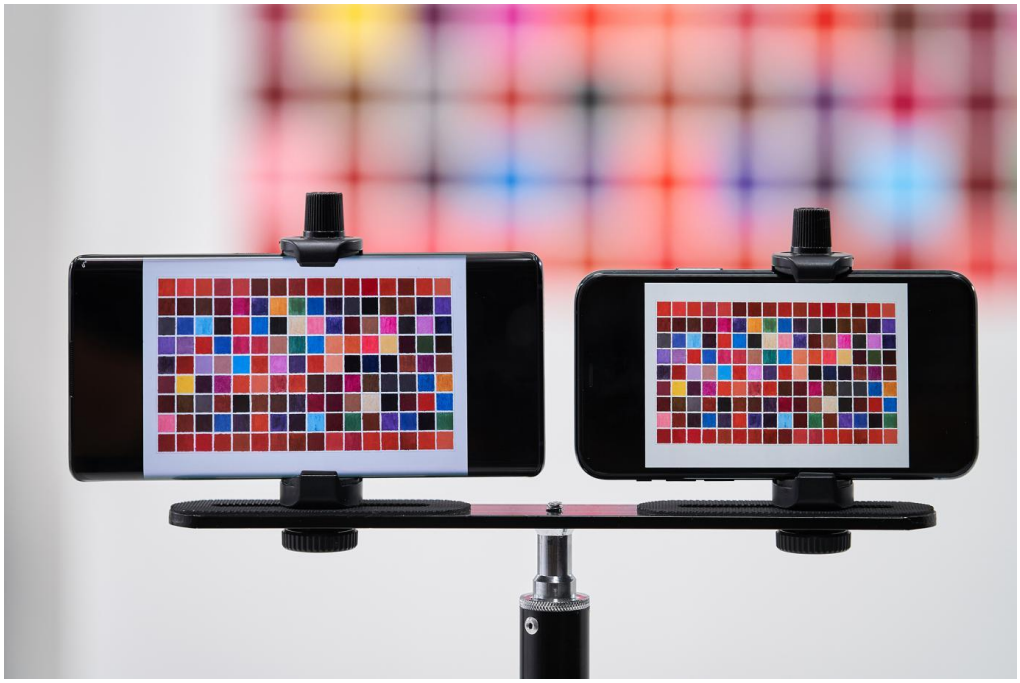
3、将数码和时尚两大领域巧妙结合，为 vivo NEX 3 塑造一个潮流拍照旗舰的形象，引起消费者对 vivo NEX 3 拍照功能的好奇心，从而达到新品造势的目的。

策略与创意

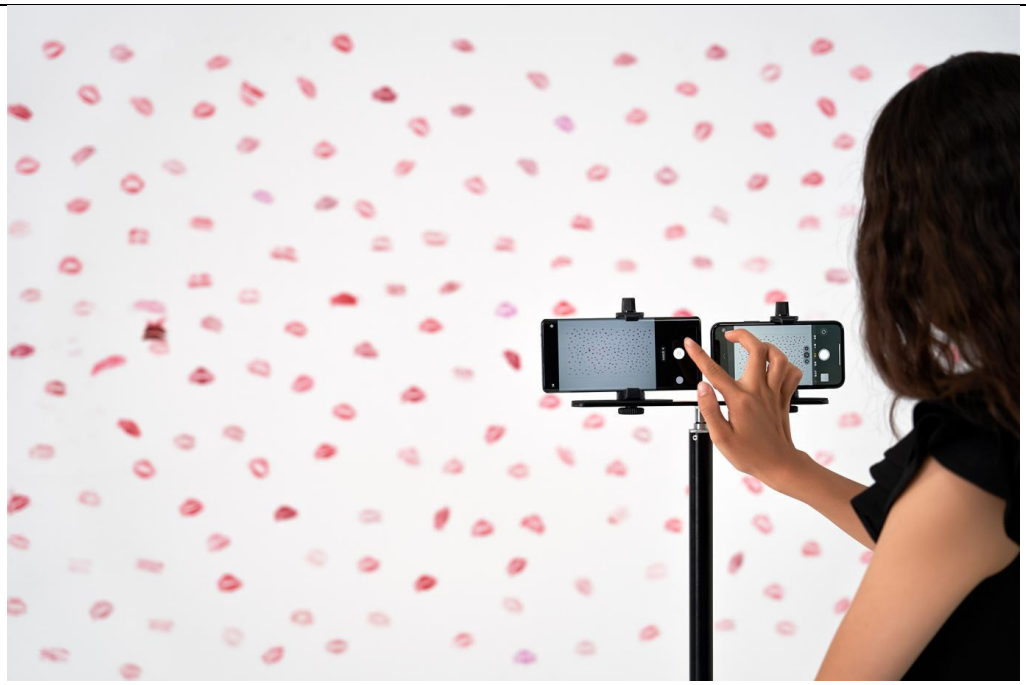
vivo NEX 3 以“未来无界”为口号，在手机屏幕和拍照方面使用多项全球领先的黑科技。vivo NEX 3 使用 E3 屏幕材质，有效减少有害蓝光、降低功耗；100%覆盖 P3 广色域，显示颜色更加

鲜艳准确。搭载了 6400 万超高像素主摄，配合算法优化，在画面细节的处理和感光能力再次实现进阶，能够轻松捕捉更多细节，提升画面质感，实现“所见即所得”！

「极果潮玩实验室」基于 vivo NEX 3 的主打功能与亮点，使用上百根不同色号的口红涂抹出“口红色块墙”，并邀请到了时尚小姐姐，献吻口红唇印倾心打造出 “百色口红唇印墙”，使用 vivo NEX 3 手机和 iPhone 11 Pro 手机进行口红色号大挑战！



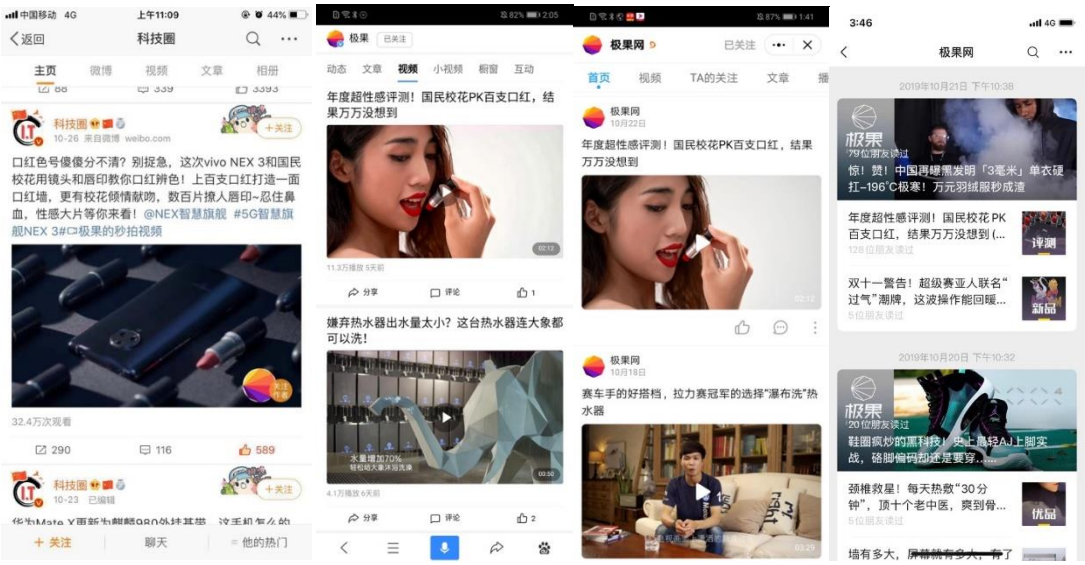
整体视频通过口红色号墙和百种唇印墙，和其他手机的的拍摄对比，多方面体现了 vivo NEX 3 在拍摄色彩还原和效果等各方面的优势；口红色号和校花，与手机对比视频的结合，让整个项目更具话题性，同时可以覆盖到对手机拍摄有要求的男女用户。



视频连接：https://v.qq.com/x/page/a30111pyywv.html

执行过程/媒体表现

10 月 22 日以“vivo NEX 3 手机和 iPhone 11 Pro 手机进行口红色号大挑战！”为热点事件，比拼手机屏幕显示的色彩还原度以及 6400 万像素的拍照技术。上线《年度超性感评测！国民校花 PK 百支口红，结果万万没想到》短视频和相关文章，并在全网头部资讯平台和视频平台发布，并邀请科技数码领域微博大 V 转发造势。



营销效果与市场反馈

玩法跨界，多领域自媒体发声、挑战直男口红辨色、优质内容产出、全网头部平台传播，成功引起强烈的话题讨论，并使得部分用户重新认识 vivo 品牌，放大产品优势打动消费者。

数据统计截至 2019 年 10 月 31 日：

1、频内容投放腾讯、优酷、爱奇艺等十一个平台，文章内容投放极果全平台，一点资讯、今日头条、搜狐新闻等十大平台，全网头部平台全覆盖。

2、邀请微博大 V（互联网科技君、科技圈）在微博造势、传播。

3、项目可供统计阅读量 433W+，项目覆盖量达 1515W+。