

vivo数字藏品创新事件营销

- ◆ 品牌名称: vivo
- ◆ 所属行业: 3C类
- ◆ 执行时间: 2022.05.01-08.31
- ◆ 参选类别: 元宇宙营销类-数字藏品营销奖

vivo 数字藏品视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://www.bilibili.com/video/BV1J8411W7Mh/?vd_source=93b100a214212e45ffef4498bf1094fc

vivo X80系列上市，主打专业影像旗舰



蔡司影像 超越所见

蔡司T*光学镜头 | 自研影像芯片V1+ | 天玑9000旗舰芯片

产品信息

4k+价位高端手机
专业影像旗舰
2022Q2发布

主打卖点

蔡司T*光学镜头
自研影像芯片V1+
双电芯 80W闪充

目标人群

Z世代年轻人群
高消费人群
摄影人群

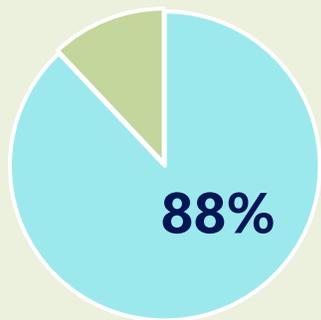
核心竞品

iPhone13系列
华为Mate40/P50系列
OPPO FindX5系列

手机行业进入内卷白热化阶段，X80品牌热度表现低于竞品

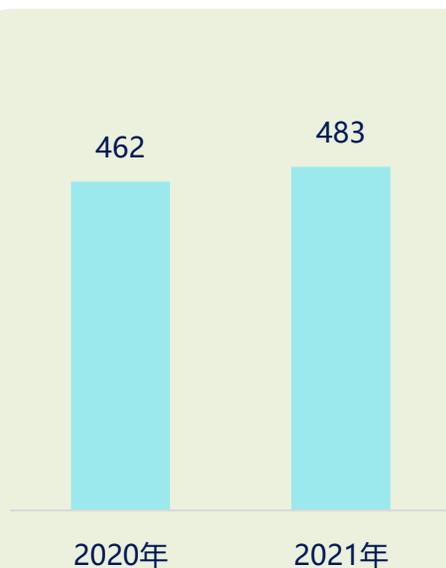
手机行业品牌竞争激烈，信息碎片化用户关注度分散

9成搜索用户有明确品牌偏好



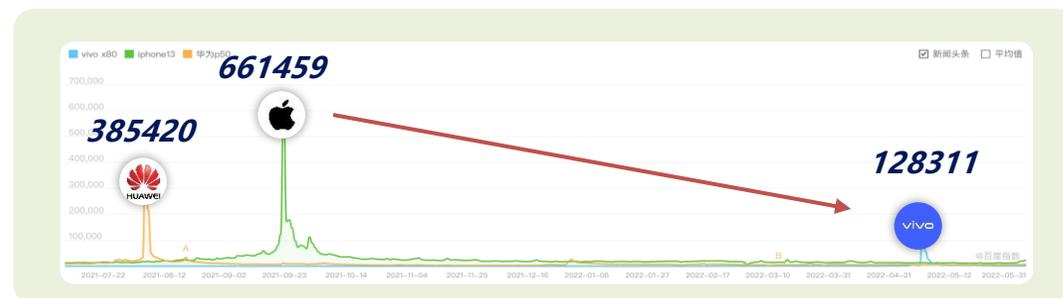
品牌词 通用词

行业每年上市机型400+款



X80在百度热度爆发力与持续性均低于竞品

X80热度脉冲峰值比竞品低3~5倍



X80热度持续天数比竞品短35~50天



vivo消费者决策理性反复比较

品牌资讯有助决策，但X80资讯量与舆情不足

手机消费者决策理性反复比较

近50%手机消费者搜过细节与比较词类，决策理性反复比较



vivo消费者比竞品更为理性，决策周期更长，比较更多

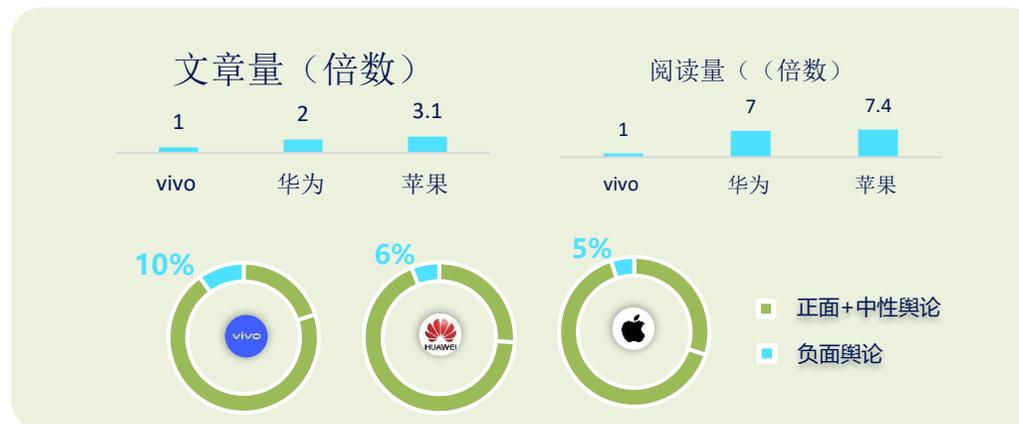


资讯有助决策，而X80资讯量与舆情低于竞品

品牌资讯是核心触点，有助推动消费者决策



vivo资讯量与阅读量低于竞品，舆情负面率较高



X80对Z世代潜在换机人群覆盖不足 创新的营销方式对Z世代更奏效，但X80与竞品同质化严重

X80对Z世代换机人群覆盖低于竞品

Z世代消费者更喜欢创新与差异化

X80的产品和营销与竞品同质化

Z世代品牌搜索人群数 (倍数)



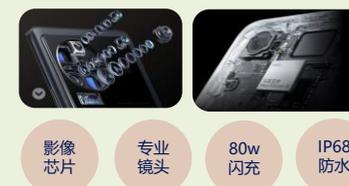
Z世代喜欢创新有趣的话题，激发购买欲



外观同质化



功能点同质化



Z世代不喜欢推送相似内容，审美疲劳



人群定向同质化

- Z世代年轻人群
- 摄影爱好人群
- 段高消费人群

广告类型和内容同质化



行业与品牌洞察发现

X80热度持续性不足

行业新机发布密集消费者关注度分散
X80新机热度爆发力和持续天数低于竞品

持续造势

消费者洞察发现

X80消费者决策周期长反复比较

近50%消费者搜过细节与比较词类
X80消费者周期更长，比较次数更多

资讯有助决策，但X80资讯不足

资讯阅读有助于推动消费者决策
但X80资讯量、阅读量、舆情均低于竞品

反复触达+加强资讯

营销现状洞察发现

X80对Z世代覆盖不足

X80的Z世代搜索人群比竞品低2-3倍

Z世代喜欢创新，但X80同质化严重

创新差异化的形式更能激发Z世代购买欲
但X80的产品和营销均与竞品同质化

扩大Z世代覆盖+创新营销

vivo X80 to do: 通过创新营销方式持续造势&渗透Z世代

营销目标

提高品牌声量

扩大Z世代覆盖

加强购买意图



案例亮点

本次营销百度独家承办vivo数字藏品创新事件活动，整合了百度搜索推荐双场景和多元化产品，以数字藏品为创意主线串联用户认知-认同-认购全链路，为vivo品牌带来超强曝光，快速打开Z世代对品牌的认知，提升了品牌知名度、美誉度，实现品效合一！成为手机行业首个数字藏品showcase。

独家承办

vivo联合百度发起全网独家活动

百度通过大数据洞察发现vivoX80声量偏低与Z世代覆盖不足的营销问题并提供web3.0创新营销解决方案，获得vivo客户高度认可。双方共同发起数字藏品事件，由百度独家承办，包揽创意设计、物料制作、市场传播全部环节。

智能创新

手机行业首个数字藏品案例

Z世代与数字藏品人群高度匹配，本案例采用了百度超级链能力，AI合成vivo全球首款数字藏品呈现vivoX80系列的内部解构，让年轻消费者通过数字化的方式领略vivo高端工艺制造之美，打造手机行业首个数字藏品案例。

整合营销

整合双场景5大产品，效果1+1>2

以数字藏品为创意主线串联用户认知-认同-认购全链路，通过整合数字藏品、度星选、大搜、热搜榜、品专覆盖搜索资讯双场景，软广硬广相结合方式推进用户决策，实现声量暴涨13倍，Z世代覆盖率提升2倍，购买意图提升2倍！

天时-热点正当时

数字藏品营销风口，多个品牌营销已下场抢占先机

地利-科技硬实力

百度数字藏品技术权威认证，是国内领先数字藏品平台

vivoX百度打造数字藏品创新事件营销

>> 引爆品牌声量-渗透Z世代-提升用户偏好 <<

人和-人群高匹配

数字藏品年轻人受众与X系列Z世代目标人群高度匹配

志同-愿景强赋能

百度强效赋能vivo品牌战略理念拥抱用户，创造惊喜



围绕vivo数字藏品创意主线，打造认知-认同-认购全链路事件营销

总策略：以数字藏品为创意主线串联用户认知-认同-认购全链路，通过双场景覆盖+多元化产品组合推进决策，助力X80实现营销目标



定制数字藏品

第一阶段：预热期

第二阶段：引爆期

第三阶段：持续期

发起“解构实验室”活动，推出vivo全球首款数字藏品

vivo联合百度发起“解构实验室”活动，解读vivo X80系列影像旗舰机



基于活动理念联合百度旗下星际口袋发布vivo首款数字藏品，以动图方式呈现vivoX80系列的内部解构，让消费者通过数字的方式领略vivo高端工艺制造之美



限量20000份

8.17 开始预约

8.19 10:00 正式开抢



定制数字藏品

第一阶段：预热期

第二阶段：引爆期

第三阶段：持续期

超级话题预热蓄水，以数字藏品噱头激发海量达人参与&用户关注

➤ 8.17，上线超级话题预告vivo数字藏品即将发布引发全民热议

话题预告数字藏品，引发全民热议



点击导流
数字藏品活动页

奖金激励
KOL参与话题

达人踊跃参与

百位KOL参与，挂载小程序引导预约NFT

百位KOL参与话题
发布动态挂载数字藏品小程序



热门动态
阅读量高达165万

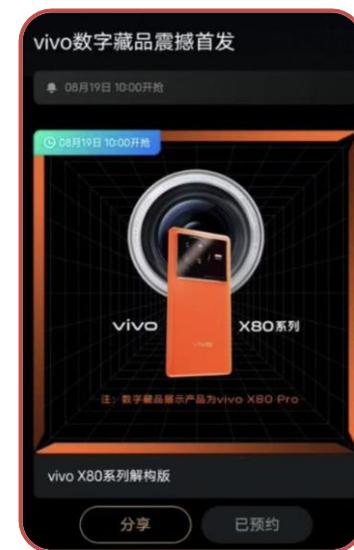


165.4万阅读

行业大咖站台发声



火爆预约
预约量近10万



用户热烈讨论

NFT话题激发Z世代关注，话题讨论量破万



1.3万讨论

“很有科技感”

“已预约”

“我要蹲点抢”

“以前没注意数字藏品，长见识了，期待！”

定制数字藏品

第一阶段：预热期

第二阶段：引爆期

第三阶段：持续期

搜+推场景联合宣发vivo首款数字藏品，打造全网热点事件引爆声量

➤ 8.19，正式发布vivo全球首款数字藏品，搜索+资讯场景强强联合曝光扩大Z世代覆盖引爆声量

百度搜索

vivo数字藏品活动页

一抢而空

朋友圈晒图分享
裂变传播

超级品牌日

百度搜索TOP5打造全网热点事件

上线1小时内抢光!

用户搜数字藏品关键词置顶展现大卡



vivo全球首款数字藏品

推



搜



定制数字藏品

第一阶段：预热期

第二阶段：引爆期

第三阶段：持续期

KOL输出优质文章持续发酵与种草用户，影响心智引导购买

➤ 8.20-9.1，数码和摄影垂类KOL以数字藏品和X80测评方向输出口碑文章，内容挂载购物链接实现种草到拔草全链路闭环

主题征文多角度解读，铺设海量口碑内容

面向数码和摄影类KOL发布征文活动



驱动销售

内容挂载商品链接
用户一键直达完成购买



甄选数码+摄影头部KOL，定制专业测评内容

数码KOL

全面解读X80参数配置与上手体验

摄影KOL

聚焦摄影卖点对比相机深度测评

影像天花板，全能旗舰机——vivo X80 Pro评测报告

数码评测 2022-08-29 10:40

今年各家的旗舰机型或多或少都给人一种敷衍了事的感觉。整体的配置相较于上一代产品也存在缩水的情况。这可能是各厂商对骁龙处理器了解后做出的一种取舍行为。不过另类总是有的，vivo就以一种“虽千万人吾往矣”的气势，对今年的旗舰系列进行了大量的升级，成就了如今备受好评的vivo X80系列。

vivo X80 Pro上手测评：全面发展的专业影像旗舰来了！

评测语录 2022-08-29 11:27

近期vivo将联合百度推出#vivoX80系列解构实验室#活动，大家积极参与这项活动将有一定几率获得vivo X80系列的数字藏品。该活动已于8月19日10:00正式上线，有兴趣的小伙伴可以关注起来了。

摄影发烧友的福利来啦！vivo X80 Pro值得买！可媲美单反的手机

苏丹卿 2022-08-29 20:04

面对山川湖海，置身林深谷幽，大自然的千变万化让我们意识到保留当下这一刻是多么重要。于是，“随手拍”成为一种新的摄影潮流。便捷、快速的“随手拍”更成为大众的首选条件。

比起相机，我更喜欢用vivo X80 Pro记录生活！

摄影师麦子 2022-08-26 18:27

作为一个摄影师，我经常用镜头拍下山川越岭后看到的风景，还有梦幻光影中美丽的人物。但在非工作状态下，比起用相机记录生活，我更偏爱灵巧精致的手机，更加方便，也更能捕捉一闪即逝的短暂美好，而vivo X80 Pro就这么推进了我的心灵！

评论区

评论区

评论区

评论区

定制数字藏品

第一阶段：预热期

第二阶段：引爆期

第三阶段：持续期

口碑文章搜索+Feed双引擎分发，全方位触发Z世代目标人群

➤ 合作内容在搜索和Feed双引擎智能分发实现千万级超强曝光，同时搜索结果享受高权重优先分发实现SEO优化

搜索触发



Feed分发



搜索结果高优展现实现SEO优化

Q=vivoX80Pro值得买吗



Q=vivoX80Pro参数配置



定制数字藏品

第一阶段：预热期

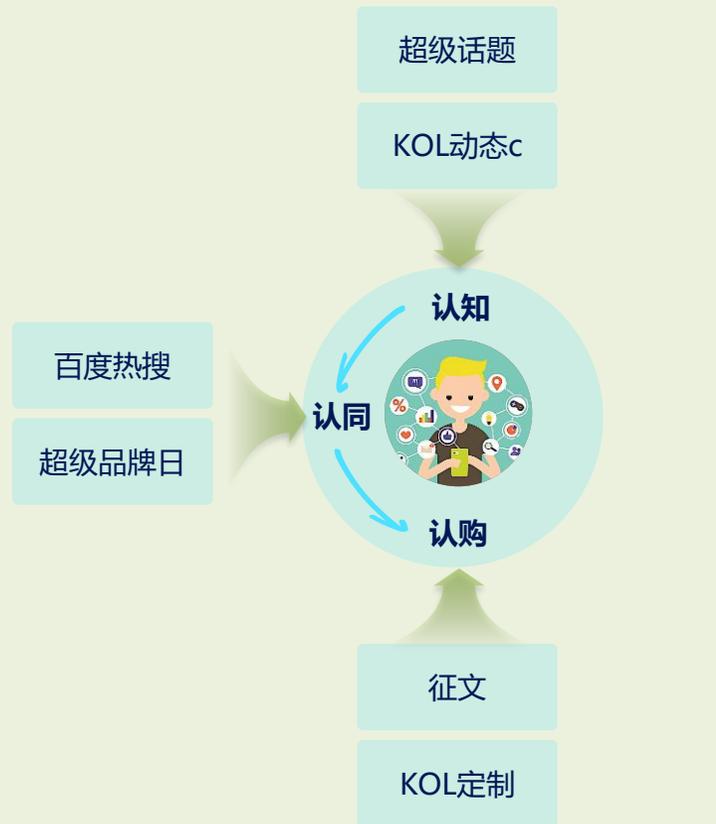
第二阶段：引爆期

第三阶段：持续期

全程：产品组合反复触达Z世代，品专+SEM高效收割回搜人群

➤ 数字藏品事件全程，通过三个阶段的产品组合从认知到认购逐步提升用户品牌偏好，当高意向用户回搜vivo时通过品专和SEM引流官网完成购买闭环

从认知到认购逐步提升用户品牌偏好



回搜vivo

品专+SEM高效收割回搜人群

品牌专区100%置顶收口

当用户搜索vivo核心词



品专CTR
数字藏品事件期间比日常

提升20%

SEM根据检索差异化输出卖点

当用户搜索vivo长尾需求词

影像芯片

vivo X80系列,蔡司专业影像,第二代双芯旗舰!
vivo X80系列,搭载自研芯片V1+与骁龙8旗舰芯片,影像性能突破,全面强大!vivo蔡司联合研发,拍什么都专业!官方商城购机享更多权益优惠,立即点击了解!

高帧低耗

vivo X80 Pro,高帧低耗,影像再跃升!
搭载自研芯片V1+,更低功耗动态插帧,画面更流畅;实时精准降噪,夜景更纯净.既是影像芯,也是显示芯,全面更强大...

蔡司影像

vivo X80 Pro,蔡司联合研发,拍出电影感人像效果!
全新蔡司人像微云台,新增蔡司Cinematic风格虚化,拍人更有“电影感”!官方商城购机享更多权益优惠,立即点击了解!



数字藏品创新事件为vivo带来巨大商业价值

1.1亿

项目总曝光量

449

累计产出文章篇数

678万

累计点击量/阅读量

10万+

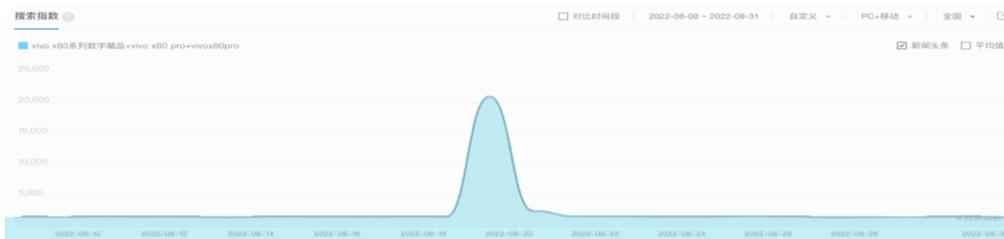
数字藏品活动参与用户

1.3万

话题累计讨论量

vivoX80系列百度搜索指数/资讯指数双增长

搜索指数: 环比 **+1299%**



资讯指数: 环比 **+75%**, 热度持续性 **+30天**



vivo数字藏品创新事件火爆出圈 主流媒体争先报道，广泛覆盖全网人群

搜狐新闻

vivo高端成了？X80 Pro成为数字藏品，很强悍

知心数码 数码领域优质创作者 2022-08-30 14:24

近几年来，冲击高端市场几乎是每个手机厂商的目标，自从华为陷入困境之后，小米、vivo、OPPO试图夺取高端市场份额，其中vivo的市场份额达到了第二名，并且已经在高端市场扎根，特别是vivo X80系列的成功。

为了进一步证明vivo X80系列的魅力，vivo开始迈向元宇宙行列，并且联合百度推出了vivo X80系列解构实验室活动，发布了vivo X80 Pro为主的vivo X80系列解构版数字藏品，限量20000份也是一抢而空，很强悍。



阅读更多

搜狐好物

阅读更多

直播好物

网易新闻

网易新闻 | 有态度

打开

vivo X80为何能卖得贵，销量又好？总结三大原因，最后一个很重要

TASTER科技 2022-09-02 22:45 山东

+关注

如今各个手机品牌都在冲击高端，说起国产手机高端品牌，很多人第一时间想到的就是华为，如今的华为P和Mate系列受限于芯片，出货量大受影响；而小米的数字系列，包括标准版、Pro和Ultra；OPPO的Find系列，vivo的X系列以及荣耀的Magic系列都想要在高端市场分一杯羹，那么哪款产品更受欢迎呢？



今日头条

今日头条 看见更大的世界

打开 App

vivoX80Pro使用三个月，评选国产“高端”机皇，我认为它很有资格

北境不忘TNR 原创 2周前

关注

国产手机这些年的进步速度很快，从当年落后到如今反超，国产手机也拥有自己的核心技术了，比如影像体验方面vivo就已经走在行业前列，而且vivo手机的销量在国内也很高。根据公布的2022年Q2季度国内手机销量排名来看，vivo依然排名行业第一的位置。而今年上半年vivo面向高端市场推出的vivoX80Pro，不管是从横向配置体验，还是纵向影像体验，我认为vivoX80Pro都无愧国产高端机皇的称号。



写评论

复制链接

知乎专栏

知乎

搜索

打开 App



解构vivo X80 Pro：都说那么好，值不值得买？

4天前 · 来自专栏 萝卜科技说

刘三好 科技数码领域答主

+关注

疫情这几年，改变了许多人的生活，相信你在空闲的时间，也会去思考人生和生命的意义，去活出精彩不凡的人生，追求心中向往的事情。这其中手机作为重要的角色，可以帮助你记录生活中的点滴，拍下令人难忘的瞬间和亲友分享，人生就这么短短几十年，手机陪伴你一段不长不短的时间。

解构vivo X80 Pro：都说那... 刘三好的文章

打开

赞同 添加评论

返回 搜索历史

B站专栏

当之无愧的旗舰首选！凭这些特性vivo X80 Pro满足你的所有需求

i科技Fashion

关注

对于智能手机这款产品来讲，其也是很多人在日常生活中不可或缺的一部分。尤其是在如今的国产手机市场上，为了能给用户带来更好的体验它们也是在自家产品上下足了功夫。而要说起如今旗舰价位段上最值得我们考虑产品的的话，那么当属有着超全面旗舰特性加持的vivo X80 Pro莫属了。



为什么这么说呢？其实如果我们从产品硬件角度来看的话vivo X80 Pro也是有着高通骁龙 8Gen1旗舰芯片以及天玑9000旗舰芯片的双版本设计，

旗舰芯片以及天玑9000旗舰芯片的双版本设计！

AIA-GROW精细化度量数字藏品创新事件营销效果

Gain 用户触达

React 用户互动

Obtain 用户转化

全场景覆盖-多形式扩大触达

活动运营-强互动夯实心智

内容营销-深度种草引导购买

针对Z世代目标人群

触达率+188%

触达强度+132%

数字藏品活动

预约用户 10万

话题互动 1.3万

文章阅读率 5%

用户阅读文章后回搜vivo

搜索次数+223%

品专点击率+20%



话题场景

热搜场景

搜索场景



活动页面

领取数字藏品

分享海报

朋友圈晒图



百家号文章

文章挂载商品链接

品牌专区

Weigh
资产管理

2124W, +515%

Awareness 认知人群

1998W, +106%

Intention 意图人群

172W, +58%

Action 行动人群



vivo数字藏品创新事件营销高效达成目标

01. 提高vivoX80品牌声量

搜索指数环比 +1299%

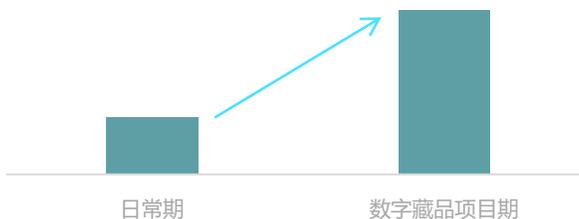


资讯指数环比 +75%，热度天数 +30天



02. 扩大Z世代人群覆盖

触达率环比 +188%



人均触达频次环比 +132%



03. 加强用户购买意图

触达用户搜索vivo次数环比 +223%

触达用户搜索vivo品牌份额环比 +272%



(内圈投前, 外圈投后)