

# 生活面前 没有小众： FindN折叠屏创新种草突围

- ◆ 品牌名称：OPPO
- ◆ 所属行业：3C行业
- ◆ 执行时间：2021.12.15-2022.02.14
- ◆ 参选类别：IP营销类

## 结案视频

<http://xhslink.com/ioRtmk>

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

## OPPOFindN 首款折叠手机：突破小众尝鲜 剑指主力用机

小众品类突破者  
「从尝鲜 到常用」



好产品无小众  
「助力每一个好产品生长」



影响心智 促进决策

折叠机小众赛道  
瞄准潮流先驱用户

生活潮流发源地  
聚合高价值用户

### 种草 让小众新锐崛地而起

#### 产品力传播的品类破局

内容革新：去商务化 强生活化 累积新的内容资产

#### 特定场域人群触达

人群拓新：时尚/运动/艺术类新锐兴趣人群触达

#### 平台种草形式合作全面升级

手段革新：种草的全新方式矩阵

## 打造折叠屏品类**第一个真爆款** 引领潮流 成为主力机全新选择

FindN: 展开无限可能  
**真爆款 新风潮**



- 【品牌产品】强大产品力搭乘东风

从尝鲜到常用 从浅尝到日常

- 【平台内容】平台颠覆性推广机遇

种草升级：生活趋势赋能塑造高端

- 【人群渗透】渗透人群生活潮流趋势引领者

从新锐到泛高端人群扇形覆盖

- 【行业影响】跃升行业先驱

突破格局 赢下年末折叠屏大战



## 打开手机营销新格局 重新定义种草影响力 小众大流行！ 让OPPOFindN顺势造势站内自成行业流量密码

### 真官方赋能

小红书生活趋势与OPPOFindN实现无缝连接，平台特点全面加持，数据洞察导向高贴合度内容，让品牌产品真正搭上官方生活趋势的快车而爆发。

### 真创新种草

既通过IP栏目探索了小红书种草的全新玩法，又一改整个行业的旧有格局，OPPOFindN完成了从产品创新到传播创新的全链路创新任务，找到了准确的目标圈层人群。

### 真行业爆款

完成了“从尝鲜到常用”核心主诉求的传播，在站内热度全面超越头部竞品，线上线下引爆，在首销及618斩获骄人成绩同时，造折叠屏手机品类现象级关注度，定义了品类发展高起点。

## OPPOFindN：一本「实体版」小红书

陪你发现生活  
陪你打开生活

折叠手机=严肃商务？  
折叠手机=土豪品味？  
折叠手机=硬核趣味？

NO!



没有一种理想生活可被折叠

FindN就像一本小红书

是手中的一扇发现生活的窗

融入生活方式去种草

让内容反哺品牌

让更多人一起FindN

## 小红书达人化身新品体验官 携OPPO FindN开启灵感新生活

**STEP1:** 邀请时尚、职场、摄影多领域博主与OPPO FindN探索品质生活 自然种草 优质内容充分激发站内粉丝及用户对新机兴趣

### 更具格调的产品力种草



黄金手感比例

精致办公仪式

### KOL高质感生活方式引领种草



生活就是在折叠中找到最舒展的姿态

不同角度做不同事情

### KOL 视频vlog 记录理想生活



生活值得  
Find生活的N种可能

### 首波评论已初见种草成效

独奏小夜曲  
这个翻盖手机很不错啊 颜值高价格怎么  
12-18

serein  
2021-12-21  
有这么高级的手机！看视频就像高级电影般的感受！  
刘大爆料 (作者): 🍉🍉

柠檬Erielly  
2021-12-30  
这台折叠机好高级！

Eddie  
2021-12-16  
第一张图太美了！！！！顺便夸一下oppo的折叠痕迹蛮不明显  
蘑菇张(作者): 对！我开始也很担心用久了会有折痕来着，但没有！



可忽略的折痕

高效工作学习神器



打开生活奇妙际遇



## 小红书与OPPO共创平台首个趋势生活微综IP 拔升种草新高度

STEP2: 以「场景化内容+体验式种草」的全新模式，打造首个平台微综艺IP《我就要这样生活》，帮助FindN占领平台趋势生活场景

小红书首个平台级生活方式类微综艺IP 与OPPO FindN共创 与你一起发现生活N种可能

2022 勇敢去生活吧 去体验 去尝试 去冒险

我就要这样生活!

去把 我想要 变成 我就要

依据站内生活趋势  
打造微综艺正片  
明星+KOL+小红书+FindN  
带你感受  
前沿新锐生活方式

飞盘运动



义工旅行



城市寻宝

## 趋势级生活场景植入呈现 赋能产品传播 为首销深度预热种草

STEP3: 三组明星KOL，带你过一天小红书流行的新生活，运动、艺术、自然...原来生活还有这么多前所未见

正片1: 张钧甯领衔户外+宅家运动生活态度

正片2: 赵小黎带你挖掘城市里的艺术生活

正片3: 侃炅探访云南山林大象保育足迹

小红书出品

我就要这样生活

OPPO Find N  
打开N种新可能

运动  
让我们  
不期而遇



小红书 ID: 张钧甯

首席冠名: OPPO Find N



张钧甯

小红书 ID: 张钧甯

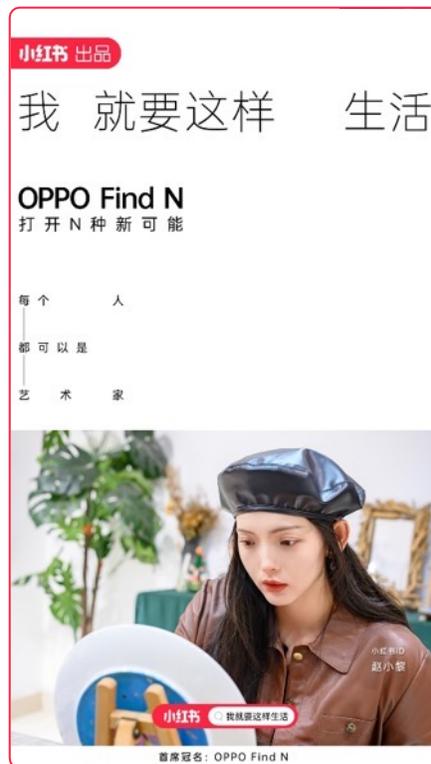
首席冠名: OPPO Find N

小红书出品

我就要这样生活

OPPO Find N  
打开N种新可能

每个人  
都可以是  
艺术家



小红书 ID: 赵小黎

首席冠名: OPPO Find N



赵小黎

小红书 ID: 赵小黎

首席冠名: OPPO Find N

小红书出品

我就要这样生活

OPPO Find N  
打开N种新可能

与自然  
交换  
能量



小红书 ID: 侃炅

首席冠名: OPPO Find N



侃炅

小红书 ID: 侃炅

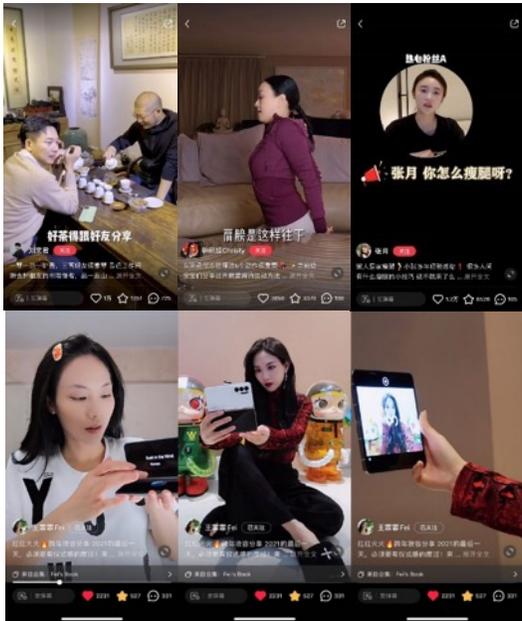
首席冠名: OPPO Find N

## IP内容衍生多圈层群体互动，机型IP同款种草效应全面升温

**STEP4: 层层破圈引爆内容，内容输出搭配产品种草多维渗透用户视线，点燃全站热度**

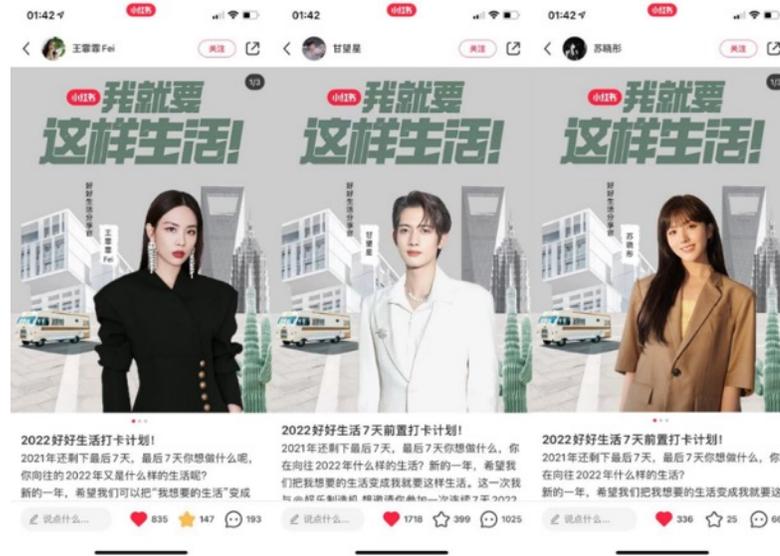
### 明星向

全明星引领用户互动 **30位明星**发布生活态度笔记与OPPO Find N一起“打开N种新可能”，多维凸显产品质感



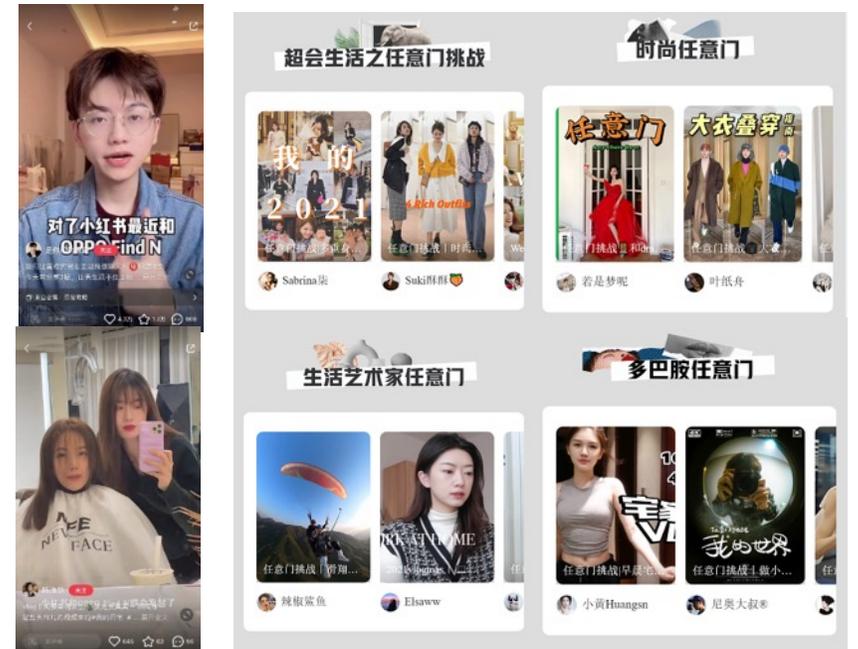
### 粉丝向

结合产品理念 邀请**9位明星**担任2022好好生活分享官，发起2022好好生活基金，号召粉丝为新年目标打卡，**调动粉丝年末情绪 充分扩大粉丝效应**



### 博主向

头腰部博主**号召**粉丝说出每一个人生活态度，扩散“小红书联合OPPO Find N首发 #我就要这样生活”，并基于IP理念制造【任意门挑战】**可裂变挑战，深化OPPO产品理念**



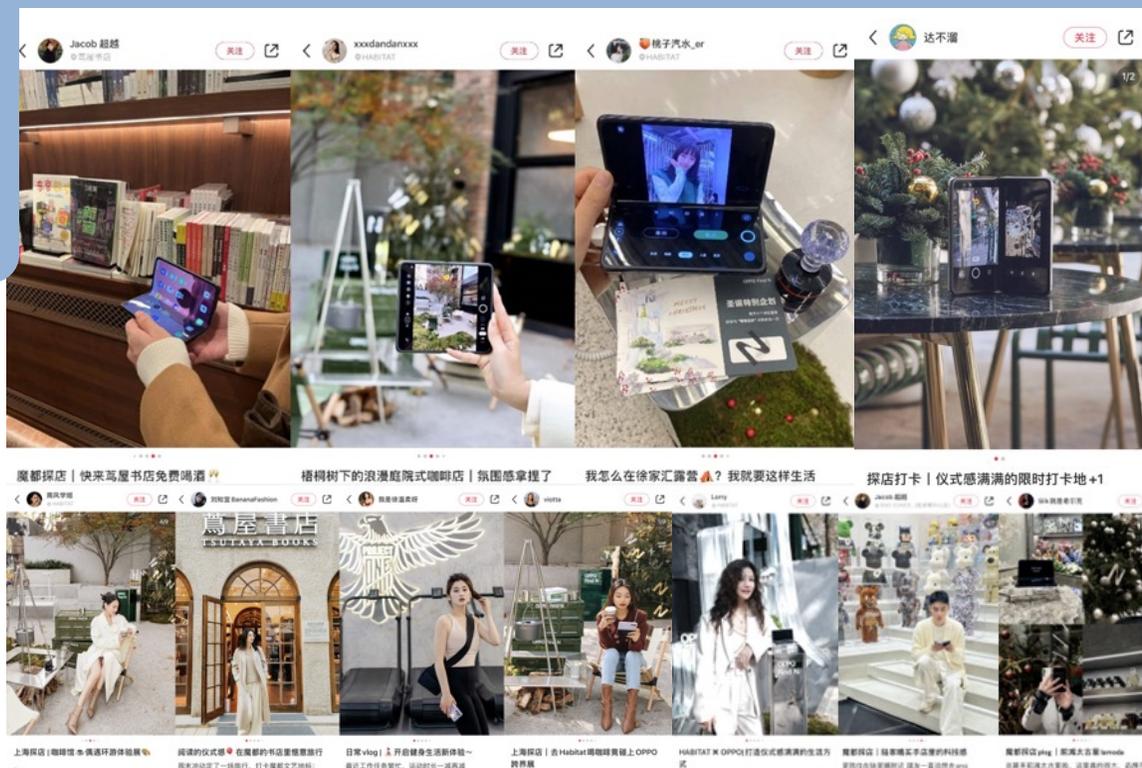
## 城市漫游线下展 呼应微综艺内容 近距离感受FindN魅力

**STEP5: OPPO线下于上海开展跨界快闪活动【都市环游体验展】，五大打卡地呼应IP生活方式，设立同款时尚、自然、健身等生活方式，邀请上百万KOL/KOC来参与打卡，分享城市生活，吸引更多用户Find N种新可能，感受内容氛围，全方位多圈层充实活动效应**



- 莒屋书店
- La Moda花店
- 时尚买手店ENG
- PROJECT ONE健身馆
- Habitat 咖啡馆

都市环游体验展吸引用户线下打卡线上UGC爆发



## FindN化为爱的载体 延续产品热度 打造爆品口碑

STEP6: 抢抓214情人节爱的节点, 让OPPO FindN为爱情/友情见证, 持续延续产品热度, 让机型逐渐成为站内行业流量密码



浪漫情人节|适合送男友的小众高级礼物  
情人节马上就要到了  
提前收到了 npy 送的情人节礼盒 📱



情人节小众礼物推荐|爱情需要仪式感  
姐妹们! 今天收到了我东哥的情人节礼物, 本来以为只是平常的香水、护肤品, 没想到收到了一个情人节礼盒, 打开之后再次被惊喜到了! 最



情人节创意壁纸 | 高甜恩爱壁纸  
- 现在情侣们什么东西都是成双成对的 情侣手机壳 情侣装 情侣鞋 当然! 手机壁纸也要情侣的~ 每次你打开手机都会看到恩爱满满的呀



异地情人节 | 被闺蜜狠狠宠爱了  
大学毕业之后就分开的我们  
这么多年感情都还是超好der~  
小招数就是每次节日都不忘互送惊喜礼物  
异地闺蜜也能一起过情人节

小众高级礼物、被闺蜜狠狠宠爱、爱情的仪式感.....



## Step1

新机预热-发布节点  
新锐生活种草启动

小红书达人紧接发布会热度  
场景化创新种草新机FindN  
优质PGC触发用户兴趣触点



## Step2

爆发-首度发售节点  
小红书生活微综艺

首度平台品牌共创IP微综艺  
小红书官方+明星+达人+品牌  
点燃爆款效应 达到种草新高度



## Step3

持续传播期节点  
城市漫游线下展

OPPO【都市环游体验展】  
上海五大地标线上线下跨界联动  
科技新机全面掀起人文时尚风潮



## Step4

长尾传播节点  
情人节礼物种草

情人节节点FindN化为爱的载体  
延续产品热度 打造爆品口碑  
618热度不减 斩获销量桂冠

OPPOFindN全面深度绑定IP内容输出 点赞、收藏、搜索全爆发  
借平台战略内容之势造行业与品类首个真爆款



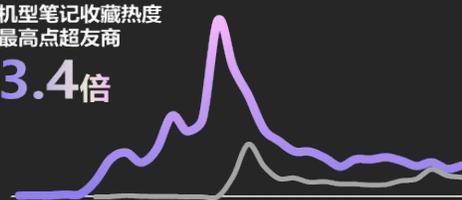
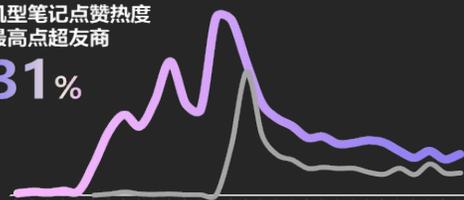
**爆**

OPPO机型相关内容热度浓度与浓度大幅超越头部友商新品  
机型相关笔记点赞收藏指数皆大幅超越 展现行业爆品风范

机型笔记点赞热度  
最高点超友商  
**31%**

机型笔记收藏热度  
最高点超友商  
**3.4倍**

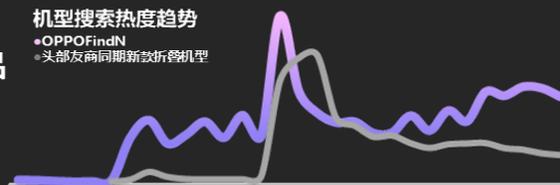
机型相关笔记  
点赞与收藏指数  
●OPPOFindN  
●头部友商同期新款折叠机型



**超**

准确激发机型搜索兴趣热度  
推广期总量超越头部友商新品  
**近1倍**

机型搜索热度趋势  
●OPPOFindN  
●头部友商同期新款折叠机型



**准**

官方效应准确命中目标人群  
机型兴趣用户画像  
与推广计划高度匹配

OPPOFindN搜索人群画像TGI

24-28岁人群 **157** 一线城市人群 **158** iOS人群 **138**

\*数据截至2022年1月15日

我就要这样生活!  
**6亿+**  
站内外活动总曝光

主话题浏览量 (前台数据) **5508万** 话题笔记投稿量 **2.4万**

站外话题浏览量 **7000万** 品牌总留资数 **30760**

IP站内外总播放量 **1350万** 明星参与量 **30位**

微博热搜娱乐榜 **TOP41** 头腰部博主参与量 **120位**

## 帮助首度发售创造品类历史 品牌站内热度冲上行业巅峰 销售热度持久高涨 从小众到爆款 从爆款到经典

首销突破品类  
销量记录



活动一举增粉3万+  
手机品牌粉丝数之冠



\*数据截至2022年1月10日

2022年618节点  
6个月后依然稳站品类冠军

