

“发现新的美”

vivo X23&天猫小黑盒上新项目

- ◆ 广告主: vivo
- ◆ 所属行业: 数码3C
- ◆ 执行时间: 2018.09.07-2018.09.14
- ◆ 参选类别: 电商营销类

在众多新机发布的节点
x23的上市需要找准核心卖点
强调手机本身最大卖点

流光色时尚外观

呼吸灯指纹解锁

AI摄影超广角超逆光

将最大卖点放大给消费者
并结合天猫小黑盒进行引爆新机销售

INSIGHT 洞察

“时尚手机”

还没玩透时尚

众多手机品牌加入时尚圈跨界
时尚明星为品牌标签“时尚人设”
以国潮手机走向国际为卖点
然而玩透时尚圈
远不止于此

“Ai摄影”

到底是什么？

大部分人对Ai摄影认知
仍停留在
类似美图秀秀摄影效果的阶段
品牌传递信息不够直观
消费者易产生认知偏差

电商平台

进军时尚

天猫京东纷纷铺展
在时尚界的国际布局
高端时尚手机踩准节奏
借势节点占位时尚界
重新定义时尚手机

#发现新的美#

功能 利益点

- vivo X23超广角超逆光的拍照功能让消费者通过镜头发现新的美，
- 发现X23后背流光、屏幕指纹和水滴屏幕的手机新的美

情感 利益点

- 生活有很多美，我们用心会发现生活更多新的美
- 呼吁消费带着X23换种角度看世界，发现生活中那些平凡有意义的小确幸

×电商 利益点

- vivo X23&天猫小黑盒联合上新，尊享纽约时装周跨界合作款
- 到天猫购买X23天猫小黑盒，抢先预购vivo X23

#发现新的美#

传播重点

美到极致

科技感与时尚感的融合

X23席卷纽约时装周
限量款天猫小黑盒抢先发售



Way In

结合产品时尚、美到极致的外观卖点，产品发布初期通过新品发布会、新机测评直播及线下主题快闪店，带出产品美到极致的时尚外观

X23科技与时尚的非凡融合，对标产品科技与时尚的碰撞，通过知名KOL深度合作，体验产品超强摄影功能，带出卖点

结合Angel Chen跨界合作，刘雯抢先开盒体验，强调时尚+摄影的融合，为天猫小黑盒新品发售攒足流量

主推卖点

时尚外观

时尚外观及AI智慧拍照

时尚外观及天猫小黑盒发售

X23发布 (Awareness) 9/7-9/9

传播物料：

新品发布会+测评直播



NEW 尚新品鉴会



Social assets:



X23预售 (Interest) 9/10-9/13

传播物料：

“发现新的美”故事传播

深度合作KOL



外围传播KOL



纽约时装周“天猫中国日”现场图



产品及天猫小黑盒超级新品日海报



Social assets:



X23 天猫小黑盒发售 (Purchase) 9/14

传播物料：

天猫小黑盒刘雯开箱视频



Social assets:



打造尚新品鉴会大型快闪店开幕 线下时尚大事件引爆，掀开首销阶段帷幕

线下快闪店现场图片



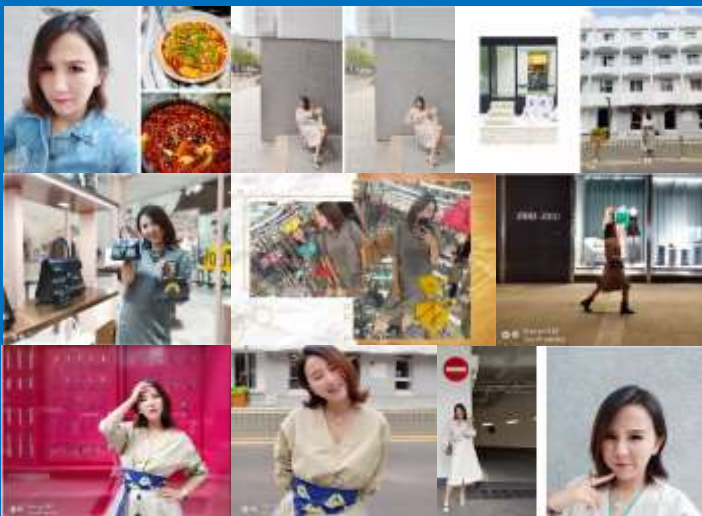
天猫小黑盒超级新品计划签约仪式



三个领域领袖KOL联合发声 亲身安利产品卖点，深度诠释“发现新的美”主题

Miss蜜的美好事物集中营（时尚）

- 时尚博主的时尚日志，用X23记录23个不用情绪的自我，发现自己新的美



IMOK莫梵稀（旅游）

- 旅游博主的城市游记；用X23记录不同角度的23个上海瞬间，发现城市新



Moon文子（摄影）

- 摄影博主的摄影作业；用X23记录23对情侣的瞬间，发现情侣相处的情绪



纽约时装周 X 刘雯站台打Call X23打造成时尚界新宠，彰显时尚体质



- 本次活动以**#发现新的美#**为主题，以X23的产品卖点作为传播内容点，在首销阶段举办线下尚新品鉴会，引爆活动，随后通过**三大领域KOL**深度合作，一优质内容软性带出外观、摄影功能等卖点，深受消费者喜爱，纷纷种草X23；在新品首发阶段借助**纽约时装周特别合作周边**、**刘雯开箱视频**等顶级资源物料进行传播，打响天猫首发头炮；强化消费者对**#发现新的美#**活动以及产品功能心智，有效引流到天猫旗舰店进行购买
- **Social Media表现**
 - ✓ 微博话题**#发现新的美#**获**949.4万次**阅读；
 - ✓ 微博平台互动量达**93,638次**，有效引流**194,331人次**访问天猫官方旗舰店；
 - ✓ 微信KOL文章总阅读量达**217,646次**，
 - ✓ 全平台视频播放量达**308W+次**