

Vivo×200 Ultra, 寻色河西走廊

- **品牌名称:** vivo
- **所属行业:** 3C
- **执行时间:** 2025.04.16-05.16
- **参选类别:** 视频内容营销类

案例视频

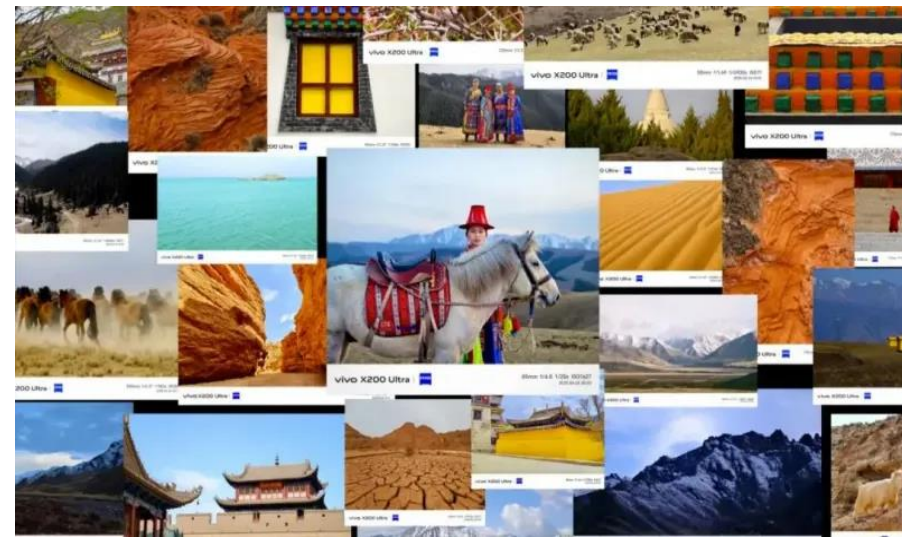
https://www.bilibili.com/video/BV1oqEtziEEk/?spm_id_from=333.1387.upload.video_card.click

当前高端手机市场已进入影像实力白热化竞争阶段，影像表现成为用户决策核心要素与品牌差异化竞争关键。vivo X200 Ultra 以“三主摄全焦段”为核心升级亮点，打破传统影像配置局限，但行业普遍陷入参数堆砌式宣传困境，亟需通过真实场景实测打破壁垒，让全焦段影像实力从纸面参数转化为可感知的实际体验。与此同时，河西走廊作为兼具地貌多样性与深厚文化底蕴的地标性区域，大众认知仍多局限于“苍茫黄沙”的单一标签，其绿洲、丹霞、古迹交融的多元风貌与文化价值存在巨大挖掘空间，为影像产品的真实场景验证与内容创作提供了绝佳载体，可实现产品实力展现与地域文化传播的双向赋能。



产品层面：以河西走廊多元极端地貌为实测场景，全方位凸显 vivo X200 Ultra “三主摄全焦段” 影像画质的极致表现，同步印证产品在长时拍摄场景下的续航实力与便携性优势，让影像硬实力落地为可感知的真实体验；

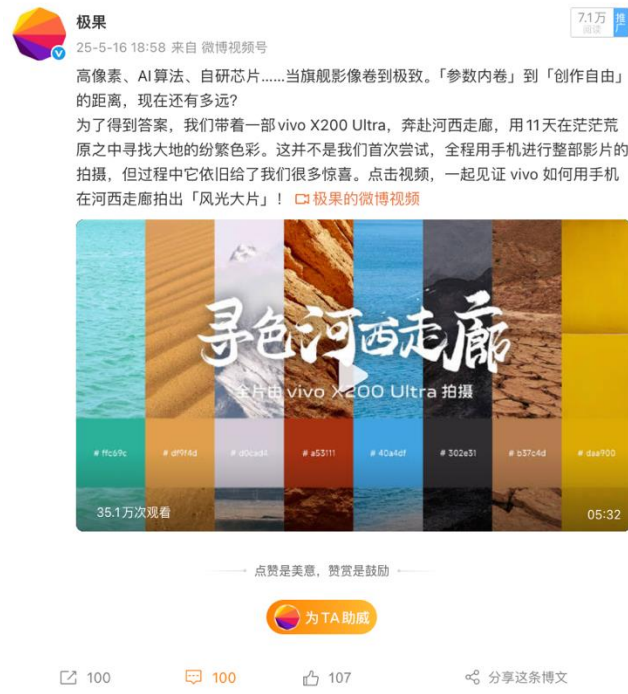
传播层面：借由全焦段镜头捕捉河西走廊超越“苍茫黄沙”的多元风貌，打破地域刻板印象，打造兼具影像质感、文化底蕴与话题传播力的现象级旅行影像内容，精准渗透高端影像、旅行、文化等核心圈层，持续提升 vivo 在高端影像赛道的口碑溢价与行业影响力。



本次策略与创意亮点以“影像实测+文化探索”为核心脉络，策略上深度绑定河西走廊“地貌浓缩带+古迹聚居带”的复杂环境，借真实拍摄挑战印证产品影像、续航与便携性优势；围绕“寻色”主题打造共情内容，用镜头捕捉地域多元色彩，搭配行程中的意外与坚守增强感染力；通过“陪跑拍奔马”“多设备协同监看”等具象化使用细节，将抽象参数转化为可感知的拍摄体验。创意上以“以手机为眼，寻河西走廊万千色彩”为核心主题，摒弃传统测评模式，采用旅行纪实视角呈现完整拍摄过程，让影像实力在自然与人文场景中自然流露，用真实挑战与惊喜瞬间强化产品记忆点。



本次营销内容强势落地全平台矩阵投放策略，精准覆盖视频号、腾讯、B站、微博、今日头条、搜狐、百家号、网易、公众号、小红书等主流内容、社交及资讯平台，构建多维度、广触达的传播布局，实现内容全域曝光。



河西走廊有多少种色彩？我们用一部V单带你看看
3.1万次播放 · 2025年5月16日上传

河西走廊有多少种色彩？我们用一部V单带你看看
播放 2.2万 | 发布于 2025-05-16 19:05

部分数据截图

全渠道投放后内容传播数据表现亮眼，各平台累计播放 + 阅读量突破 103 万，凭借优质内容与精准渠道匹配，达成品牌声量的高效引爆与规模化触达。

依托全平台传播矩阵形成强势市场声量共振，收获海量用户关注与正向市场反馈，充分彰显本次内容营销的精准性、传播力与影响力，品牌曝光度与认知度实现双重提升。



河西走廊有多少种色彩？我们想用一台V单带你看看



4.1万阅读 1评论 2025-05-16 19:51

河西走廊有多少种色彩？我们想用一台V单带你看看

1.1万阅读 1评论 2025年05月16日