

# vivo X300系列舆论战，打造「巨出片」影像心智

- **品牌名称：**vivo
- **所属行业：**3C数码
- **执行时间：**2025.09.20-11.18
- **参选类别：**话题营销类

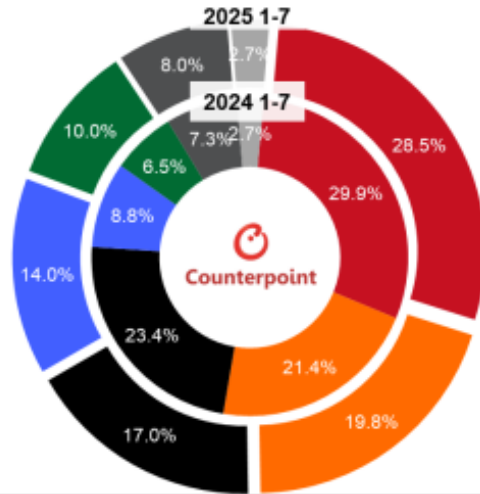
# 案例视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

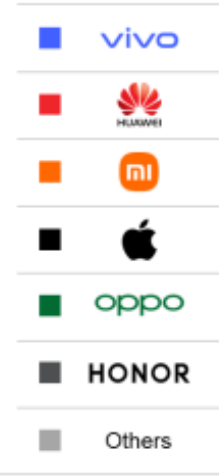
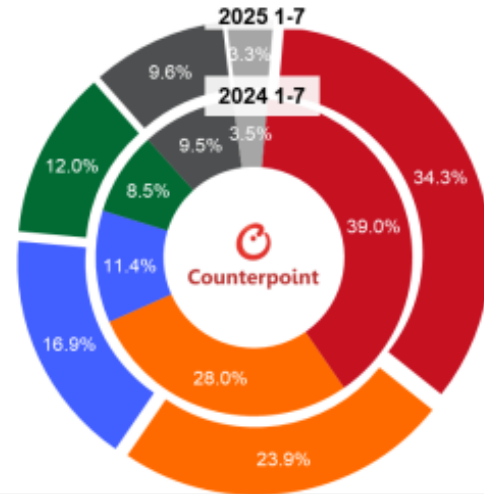
<https://www.bilibili.com/video/BV1254VzeELx/>

# 2025年中国高端手机市场 正式进入“华小v”三强绞杀时代

4000-6000人民币价格段销量的市场份额（含苹果）  
2024年1-7月 VS 2025年1-7月



4000-6000人民币价格段销量的市场份额（不含苹果）  
2024年1-7月 VS 2025年1-7月



Source: Counterpoint Research Market Pulse

# X300系列上市面临双重挑战：

① iPhone 17系列同期发布，舆论场拥挤



② 消费者对vivo的“亿级像素”已产生参数疲劳，单纯的硬件升级难以击穿心智



基于vivo X200 Ultra的用户洞察

## “演唱会神器” 心智有望再升级

vivo X200 Ultra发布后，“演唱会神器”的共识慢慢成形，甚至有歌迷会在演唱会开唱前，特地去租一部vivo，只为了让那一晚不留遗憾。

但随着更多带着vivo水印的高赞照片出现，vivo用户对影像的自发使用场景越来越多元：



vivo X200 Ultra | 50mm f/4.0 1/316s ISO71

旅拍

观鸟



vivo X200 Ultra | 400mm f/2.27 1/100s ISO98



vivo X200 Ultra | 90mm f/1.69 1/2200s ISO71

时尚

人文



vivo X200 Pro | 137mm f/2.07 1/100s ISO63

## 营销目标

穿透碎片化舆论环境，建立vivo X300系列更全能、巨出片的影像心智

### 声量破圈

新品发布声量破圈，发布日声量较日均显著提升，形成现象级爆发。

### 心智突围

在国产竞品市场密集挤压的情况下，实现影像心智赛道的高度占位。

### 人群拓展

人群破圈扩容，较上代兴趣人群呈现明显增长，非垂类圈层渗透深化。

## 核心策略

vivo X300系列借助微博打响了一场“新品舆论战”  
通过**预设热点**、**自然热点**、**热搜IP**，打造立体热点舆论场，  
围绕全周期、波段式的影像话题，层层击穿用户心智



不止是“演唱会神器”，也是“旅拍神器”，更是**“巨出片神器”**！

# 热点内容策略 | 从内容到热文再到热点，打造优质内容沟通口径

以心智的达成为目标，通过内容+热点的方式，长周期夯实产品心智及标签

## 预设热点 前置预埋

热点场景：全球时尚焦点巴黎时装周



#巴黎时装周街拍被vivoX300刷屏#

热点场景：谢霆锋演唱会时隔20年回归



#vivo拍到了谢霆锋的少年感#

.....

## 自然热点 快速拦截

热点场景：25年最大最亮的超级月亮



#vivoX300拍到了超级月亮#



搜索超级月亮



前排展示 vivo优质大片

.....

## 热搜IP 持续输出

统一沟通范式强化用户心智记忆

#X300拍到的演唱会舞台巨出片#

#vivoX300拍出了烟火人间#

#vivoX300一张照片裁出电影感#

#X300拍出了非遗里的民族美学#

#vivoX300拍到了川剧绝活#

#vivox300拍到海洋最温柔的巨兽#

.....

## 热点内容管理

锚定机会热点，“打造全周期多个内容节点+多维度KOL的内容加热的小高峰”

科学评估博文表现  
热源抓取

微博热文流  
内容赛马

用户互动发酵  
热文发酵

优质金橙v内容 + 原生信息流  
原生加热

微博热搜榜  
热搜登榜

预热期：热点场景 跟进造势

# 影调审美-演唱会神器：#vivo拍到了谢霆锋的少年感#

通过谢霆锋演唱会实拍等相关素材，强化vivoX300真实自然的影调审美与演唱会神器的心智，vivo的镜头捕捉到了他每个瞬间，皮肤质感、眼神里的光都清晰可见，没有丝毫的模糊和噪点。

@音乐人 17:30首发

20个+娱乐矩阵账号、20+数码/科技/摄影领域博主

大账号首发开启话题

侧重画质细节、色彩还原、防抖效果，突出演唱会神器表现

登榜后承接热度植入品牌信息



预热期：热点场景 跟进造势

# 影像-上城士：#国庆旅游还要带相机吗#

通过旅拍新体验角度，轻装上阵，一机走天下，引出vivo X300系列手机，强调其“年轻人的旅拍神器”定位，以及“2亿人像超清晰，旅拍何必带相机”的宣传点。\*2亿像素超清解析：放大再放大，发丝、山川纹理清晰到像触手可及！

@带着微博去旅行 13:00首发

20个旅游摄影领域博主，20+数码矩阵大账号

## 大账号首发开启话题

**带着微博去旅行** 25-9-28 13:00 来自 微博网页版 发布于 北京

**国庆旅拍进化论：#国庆旅游还要带相机吗#**

倒计时3天解锁国庆长假，你的行李箱还在为“不带相机”内耗吗？扛着专业相机累得不行，捧着手持云台又怕磕碰——本想轻松看风景，却把旅途变成“设备保卫战”，这样的出片焦虑，你是不是也感同身受？

但其现在越来越多人选择把手机当成旅拍主力，不只是因为它省掉了设备重量，更因为手机能精准接住旅途中的“即时美好”——不用掏相机、调参数，举起就能定格；拍好后不用传电脑修图，指尖滑动就能调色，随手发朋友圈就能收获点赞，让“记录”真正融入旅途，而非负担。

但要真正成为旅拍神器，就要做到让旅行出片不是难事。vivo即将发布的全新影像旗舰手机vivo X300系列，凭借蔡司双两亿的强大影像实力，支持2亿超清人像，轻松拍出风景人像写真，人美景更美；还支持“AI电影分镜”功能，一键出片，年轻人的旅行朋友圈也轻松搞定。vivo强大的影像实力，丝毫不输专业设备，一样可以拍出和专业摄影师相当水平的旅拍大片，氛围感拉满。

国庆旅拍别再怕负重，用手机把「出片自由」装进口袋！

## 营造旅拍舆论场，蔡司两亿超清晰，旅拍何必带相机

**移动叔叔** 09月28日 14:09 来自 微博网页版

**#国庆旅游还要带相机吗#** 正是人山人海的时候，你跟我说带相机去玩？纯粹是没苦硬吃！难得国庆假期，旅游还是轻装上阵一机走天下的好！vivo X300系列全系标配长焦镜头，再远的美景都能尽收眼底，街拍套上胶片滤镜随手都是朋友圈大片，配合非常好用的AI电影分镜功能，绝对是朋友圈最有故事感的崽！当然 **展开**

**帽帽moer** 09月28日 13:30

**#国庆旅游还要带相机吗#** vivo X300系列让旅拍更轻松 | 朋友圈最近被「一图三裁」刷屏了！试着用同一张高清图原图裁出三个视角，拼接成故事感满满的九宫格，没想到效果这么绝——远景的氛围、中景的互动、特写的细节，居然能在一张照片里同时保留。最近关注到vivo X300系列样张也在玩类似操作，蔡司双两亿 **展开**

## 登榜后承接热度植入品牌信息

15:18 微博热搜

我的 热搜 社会 文娱 生活 上海 体

- 9 惠英红 争气 两字我已经说了多遍 318...
- 10 中秋国庆8天安排 292516
- 11 前妻需连续72小时向李阳公开道歉 2...
- 12 女子结婚4年才发现婚纱照是陌生人
- 13 K签证 277910
- 14 宗馥莉也可能无法用娃哈哈商标 274...
- 15 曝短剧演员抛下剧组哄女友 267691
- 16 肖战彩排 演出 267310
- 17 罗琳拒绝与艾玛沃特森和解 257190
- 18 国庆旅游还要带相机吗**
- 19 张维伊亲了小酒窝脸 248786
- 20 花少马哥澄清 综艺 232675
- 21 官员买500斤散装白酒放单位公务接待 23...
- 22 LV首尔开餐厅3只牛肉饺子243元 231087
- 23 外卖骑手也要缴个税了 217336

发布期：高议舆论 集中定调

# 明星向-代言人：#蒋奇明跨界vivo旅拍摄影师#

看看@蒋奇明微博号 手持#vivoX300系列# 旅拍神器，从街拍人像、旷野户外到烟花夜景，都巨出片，出巨片！一次别开生面的旅拍摄影师面试，蒋奇明用vivo X300系列告诉你：手机也能拍出专业级户外大片！

@新浪娱乐 10:00首发

约35+个娱评团、视频号、氛围粉丝组，20+新闻数码大账号

大账号首发开启话题

vivo的旅拍大使蒋奇明，人像、户外、夜景都不在怕！

上榜后承接热度植入品牌信息



发布期：高议舆论 集中定调

# 故宫百年热点事件-新华社：#用2亿像素接住国宝浪漫#

以“科技+文化”双线叙事为核心，聚焦vivo X300系列联合新华社通过2亿像素技术突破文物拍摄难题，展现数字时代下文化遗产保护的创新实践，传递“用影像守护文明”人文情怀，强化vivo在移动影像领域技术标杆形象。

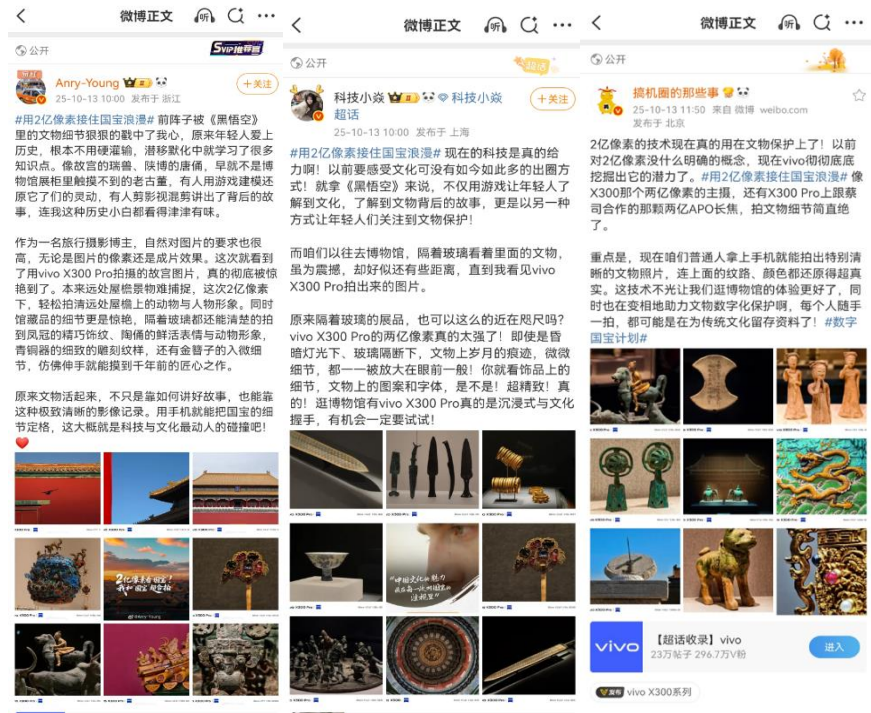
@新华社 首发

10+ 高影响力媒体，20+ 媒体矩阵大账号，20+ 旅游/摄影博主

媒体账号开启话题

从看国宝到拍国宝，vivo X300让文化互动更接地气

登榜后承接热度植入品牌信息



发布期：高议舆论 集中定调

# 热点向-时装周：#巴黎时装周街拍被vivoX300刷屏#

借势全球顶级时尚舞台巴黎时装周，让vivo X300系列成了街拍镜头里最抢眼的“时尚单品”，凭借东方美学的极简设计与蔡司2亿影像系统的双重突破，让科技产品首次以“潮流装备”身份征服时尚圈。

## 时尚大V热点内容刷屏

## 微博媒体时尚海报定制

## 双热点联动打造旅拍神器



### 19 #巴黎时装周街拍被vivoX300刷屏#



### 2026 巴黎时装周



巴黎时装周的街头，镜头向来追逐独特与美感—而这一次，不少目光却转向了潮人手中的那一部 vivo X300。#巴黎时装周街拍被vivoX300 刷屏# 它不只是手机，更像是这一季的时尚单品。无论是极窄边框勾勒出的通透视野，还是灵动配色的轻巧机身，都悄然融进街拍画面，成为造型的一部分。而真正让人忍不住把玩的，是它搭载的蔡司2亿超清主摄。不依赖繁复后期，直出画质就已细腻高级，仿佛每一张都自带“真实自然”的影像语言。于是我们看到，越来越多的时髦面孔主动与X300同框，定格属于自己的时尚瞬间。它不只记录潮流，更悄然定义着新的街拍美学。



首销期：用户舆论 放大口碑

# 迪士尼官方合作事件：#用vivo在上海迪士尼巨出片#

vivo携手上海迪士尼度假区，X300系列以旗舰机的影像实力诠释“巨出片”的真实体验，重点传播两亿像素APO超级长焦+“vivo闪光人像”产品功能点，回应年轻用户“随时记录、轻松出片”的情感需求。

@观察者网 首发

30个媒体领域大账号，10+数码博主

热搜最高26位，在榜时长：1小时32分钟

## 大账号首发开启话题

## 集中释放新机价格，硬核产品力×迪士尼场景

## 登榜后承接热度植入品牌信息



长尾期：影像月IP 持续击穿

## 影像-2亿人像巨出片：#X300拍出了非遗里的民族美学#

传播分享X300系列样张，将“2亿像素”这个参数，转化为肉眼可见的、令人震撼的情感样张，借助非遗民族美学，提升用户兴趣度。夯实“旅拍何必带相机”，X300系列巨出片，出巨片，提升拍人像还得是蓝厂的正面口碑。

@大宝甜yam 首发

30个数码领域博主，10+摄影领域博主

优质KOL开启话题

分享非遗民族美学，落脚自然景调、2亿人像旅拍等

登榜后承接热度植入品牌信息



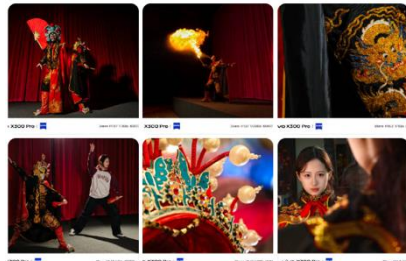
长尾期：影像月IP 持续击穿

## 旅拍：#vivoX300拍到了川剧绝活##拍到海洋最温柔的巨兽#

传播分享使用vivo X300 Pro拍摄短视频和2亿像素样张，记录传承川剧的故事，触达更多的观众。在川剧话题下，视频不仅展示了变脸、喷火的非遗舞台绝活，更聚焦于年轻传承人如何用vivo X300 Pro记录教学、勾脸等幕后细节，讲述了他们从迷茫到坚守的心路历程，让非遗传承的故事更加动人。

2亿像素镜头，1个优质热源，20+数码旅游摄影领域博主

分享非遗民族美学，落脚自然影调、2亿人像旅拍等



微博热搜

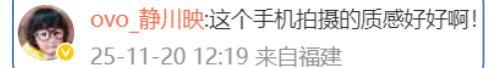


#vivoX300拍到了川剧绝活#

#vivoX300拍到海洋最温柔的巨兽#



vivo X300系列影像能力口碑



#vivoX300拍到了川剧绝活#当川剧变脸的疾如风遇上vivo X300 Pro的快闪拍，每一张样张都彰显了蓝厂的专业影像造诣。毫秒级追焦引擎牢牢锁定脸谱切换瞬间，即使是0.1秒的变脸绝技，也能清晰定格眉间的灵动神采。而且啊，X300系列所搭载的蔡司T\*镀膜能够赋予画面极致纯净感！不信你们看下面... 全文

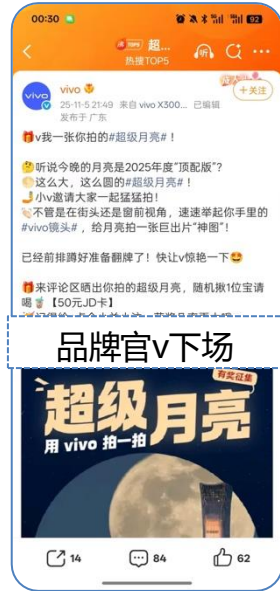
长尾期：影像月IP 持续击穿

# 紧跟热点：#vivoX300拍到了超级月亮# 刷新长焦能力认知

基于热门现象持续跟进，获得专业领域博主认证、围观用户口碑认证、智搜最佳拍月亮设备认证。



现象捕捉：  
超级月亮登陆  
长焦能力展示



品牌官v下场  
超级月亮  
用vivo拍一拍



增距镜物理焦段拍摄效果  
• 天文现象  
• X300 Pro影像优  
距镜拍摄效果



@科技小辛  
数码科技&汽车测评



登陆微博热搜top8  
同步带动超级月亮相关热搜，vivo成为超级月亮热搜前排设备

- 8 vivoX300拍到了超级月亮 273709
- 9 北京 大雾 270748
- 10 超级月亮高清图来了 266130



围观用户追加vivo其他样张



智搜验证：最适合拍月亮的手设备

设备建议：  
手机：开启专业模式（ISO 50-100、快门1/125秒），或使用vivo X300等机型的“超级月亮模式”。 @一点元气酱 52 58

# 营销整体效果

vivo X300携手微博打造全周期热点舆论场，从社交引爆>心智渗透>用户联结>品牌拥护  
全面夯实“影像最强旗舰”出片神器地位，实现品牌与用户的深度联结！

## 社交引爆

41个 88h  
话题霸榜 话题在榜总时长

vivo X300 营销全周期

+3155%

品牌声量提升  
发布日5.13对比发布前日均

## 心智渗透&用户联结

+6%  
对比X200【影像】相关热议浓度提升

NO.1

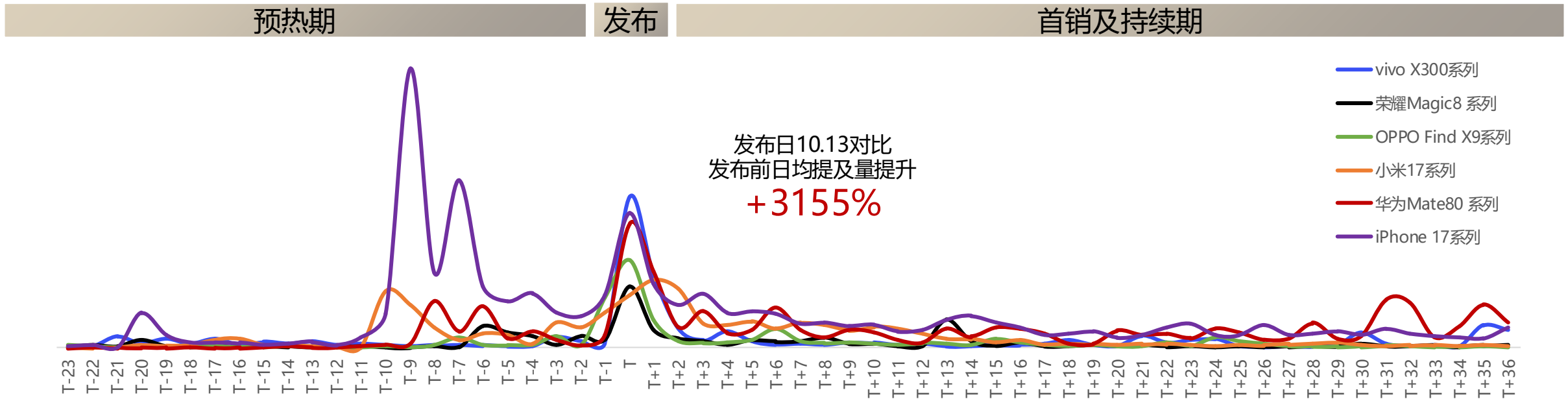
营销期内vivo实现  
【影像】【旅拍】双赛道占位第一

## 品牌拥护

+21.3%  
X300VS X200  
发布周期兴趣人群整体提升

品牌社交声量>>>

## X300系列发布日形成强大的舆论关注势能，后续营销形成多波次声量峰值



品牌社交热度比值	vivo X300系列	荣耀Magic8 系列	OPPO Find X9系列	小米17系列	华为Mate80 系列	iPhone 17系列
全周期品牌社交热度	1	0.60	0.69	1.42	1.88	3.46
预热期 (T-23--T-1)	1	0.94	1.00	2.58	1.59	8.75
bigdayT	1	0.41	0.58	0.35	0.82	0.89
首销长尾期 (T+1--T+36)	1	0.52	0.62	1.14	1.95	2.15

品牌心智词云>>>

夯实“2亿像素”核心卖点，持续深耕长焦影像，强化影像心智&场景渗透

/vivo X200社交热议/



22%影像相关

长焦, 影像, 拍摄, 镜头, 照片, 人像, 微距, 细节, 拍照, 摄影, 捕捉, 主摄, 焦段, 画质

13%性能卖点

天玑, mini, 性能, 续航, 设计, 电池, 屏幕, 配色, 蓝图, 外观, 颜值, 手感, 边框, 轻薄

7.3%品牌实力

旗舰, 蔡司, 蓝厂, 首发, 灭霸, 实力

6.4%使用场景

摄影, 演唱会, 舞台, 城市, 夜景

3.8%用户感受

体验, 喜欢, 惊喜, 专业, 极致, 领先, 超越, 高级

/vivo X300社交热议/



28%影像相关

影像, 长焦, 手机, 人像, 细节, 2亿, 清晰, 拍摄, 2亿像素, 镜头, 视频, 照片, 相机, 拍照, 神器, 焦段

10.5%使用场景

演唱会, 旅拍, 出片, 记录, 舞台, 摄影, 山顶, 旷野

8%品牌实力

蔡司, 蓝厂, 旗舰, 自研, 实力

5%性能卖点

天玑, 设计, 性能, 蓝图, 手感, 配色, 屏幕, 续航

3.8%用户感受

体验, 质感, 专业, 惊喜, 喜欢

影像相关热议浓度提升6%

场景相关热议浓度提升4.1%

心智赛道占位>>>

通过微博热点舆论战，实现多赛道排名跃升，旅拍、影像跻身TOP1

影像赛道排名占位

排名	营销前	营销期
TOP1	荣耀	<b>vivo</b>
TOP2	<b>vivo</b>	荣耀
TOP3	华为	oppo
TOP4	iphone	华为
TOP5	小米	小米

高15.44%

旅拍赛道排名占位

排名	营销前	营销期
TOP1	华为	<b>vivo</b>
TOP2	<b>vivo</b>	苹果
TOP3	荣耀	oppo
TOP4	iphone	荣耀
TOP5	小米	华为

高80.58%

演唱会赛道排名占位

排名	营销前	营销期
TOP1	苹果	苹果
TOP2	小米	<b>vivo</b>
TOP3	<b>vivo</b>	小米
TOP4	三星	oppo
TOP5	华为	荣耀

高132.26%

人群资产扩容>>>

vivoX300系列同比上一代扩容21.3%，数码、日常及情感等圈层渗透度提升

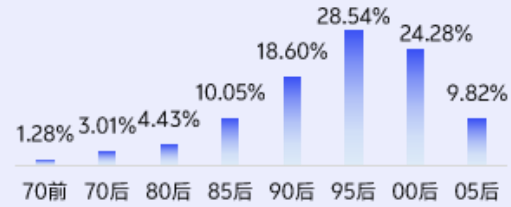
新机兴趣人群量级  
较上一代显著提升

vivoX300系列兴趣  
人群同比上一代扩容  
**21.3%**

新机兴趣用户性别占比  
较上一代基本一致

女性用户  
占比**43.20%**  
女性占比提升1.27%

用户年龄核心分布在90~00后  
平均年龄维持31岁



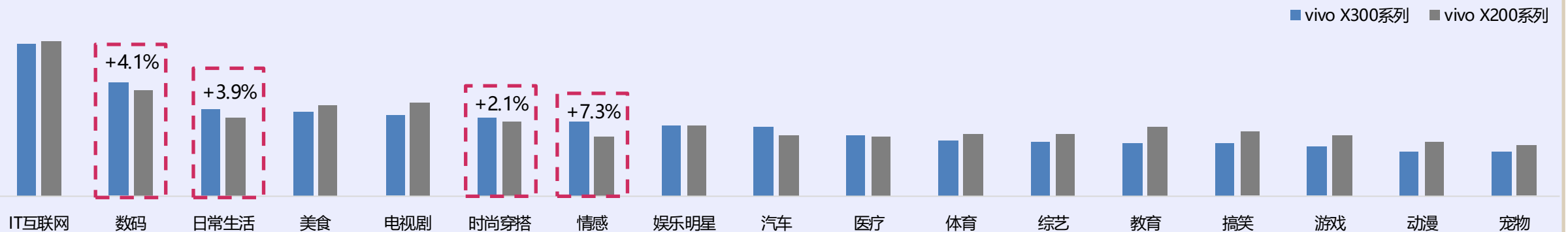
平均年龄31岁

人群分布一线城市占比更高  
兴趣用户人群显著提升



一线城市占比35.44%

兴趣人群标签：vivo X300系列兴趣人群在数码、日常生活及情感等圈层渗透度同样高于上一代



市场反馈-销售数据>>>

# vivoX300系列首销两个月破百万，亮眼成绩代表着用户的持续认可与支持

双两亿像素打造手机影像天花板

上市首销期表现出强劲的增长势头

X300 pro成为年度旗舰市场黑马

今日头条 关注 推荐 北京 视频 财经 科技 热点 国际 更多

## vivo X300系列为什么卖得这么好？答案藏在体验里

2025-12-22 17:29 · 观科技情报

根据Counterpoint Research近期更新的市场数据，2025年第三季度vivo以18.5%的份额继续领跑中国智能手机市场。与此同时，vivo X300系列在上市后的销量反馈也非常积极：开售15天内全球出货量接近50万台，整体销量达到上代同期约160%。

亮眼的市场成绩代表着用户的持续认可和支持，这背后当然离不开vivo X300系列的全面满分产品力。vivo X300系列Pro版拥有蔡司2亿APO超级长焦，标准版拥有蔡司2亿超级主摄，双两亿搭配打造了今年的手机影像天花板，性能上搭载天玑9500，让影像旗舰同样拥有巅峰性能和杰出能效，把游戏体验也同样拉满。



## vivo X300系列两个月销量破百万：Pro版更火

驱动之家 的内容 · 1 个月 · 阅读时长 1 分钟

快科技12月21日消息，据行业人士“智慧芯片案内人”披露的数据显示，vivo X300系列上市以来销量已超过100万台。

**vivo X300系列涵盖标准版与Pro版两大机型，销量占比分别为47%和53%。**

细分到配置层面，标准版中12GB+512GB版本最受消费者青睐，而Pro版的销量主力则是16GB+512GB。

**智慧芯片案内人**  
25-12-20 14:46 发布于上海  
63天超100w

标准：Pro = 47% : 53%

标准12+512卖得最好，Pro 16+512卖得最好。

今年的安卓Pro版本普遍都比去年卖得好。

## vivo X300系列销量破百万，Pro版成主力带动高端市场增长

2025-12-21 11:40:54 [ 中关村在线 原创 ] 作者：两三杯可乐

2025年12月21日，据行业人士“智慧芯片案内人”透露，vivo X300系列自上市以来整体销量已突破100万台，市场反响热烈。该系列产品包含标准版与Pro版两款机型，其中标准版占总销量的47%，Pro版则以53%的占比略占上风。

从具体配置销售情况来看，消费者偏好呈现明显分化：标准版中最受欢迎的是12GB+512GB版本，而Pro版的主力销售型号则集中于16GB+512GB高配组合。数据显示，相较去年同期，今年安卓阵营旗舰机型中Pro版本的销量占比普遍呈现上升趋势，反映出用户对高端配置和进阶功能的需求持续增强。

vivo X300系列于2025年10月中旬正式发布并开启销售，作为品牌年度旗舰产品，其首销表现尤为亮眼。上市当日，线上渠道仅用5分钟即实现销售额超5亿元，部分配置在线下门店出现供不应求、迅速售罄的情况，显示出强劲的市场热度。

这一销售势头与其产品力密不可分。影像系统方面，Pro版搭载由5000万像素主摄、4800

年货消费热潮将至，春节的到来或将推动vivo X300系列销量再攀新高！