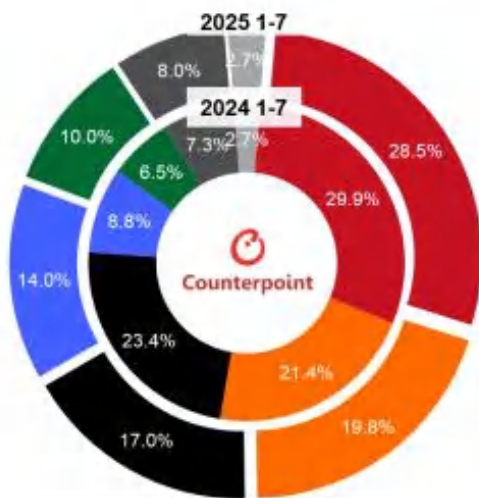




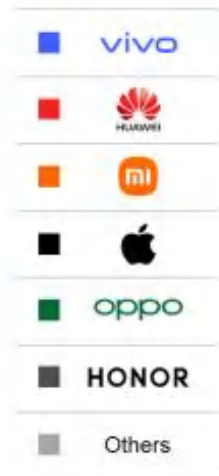
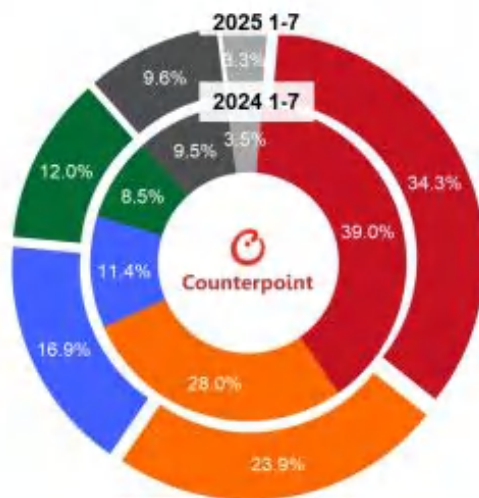
vivo X300 系列舆论战
打造「巨出片」影像心智

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

vivo X300系列影像再升级

三十年来，vivo 一直坚持技术自主研发与全球共研并行。
当联发科技、三星、蔡司等科技六巨头共同站台、强强联合，
新品手握蔡司2亿像素、天玑9500旗舰芯片两张技术王牌。



① iPhone 17系列同期发布，舆论场拥挤



② 消费者对"亿级像素"已产生参数疲劳，
单纯的硬件堆叠难以击穿心智



上市窗口期却面临双重挑战

营销目标

穿透碎片化舆论环境，建立vivo X300系列「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。

营销策略

如何将硬核实力从"实验室跑分"转化为"真实场景出片能力",
让用户有体感、有认同,并能引发自然分享裂变?



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

可预设热点场景 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#

.....

自然热点场景 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#



.....

热搜IP化 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



执行回顾

1. 预热期：热点场景 跟进造势
2. 发布期：高议舆论 集中定调
3. 首销期：用户舆论 放大口碑
4. 长尾期：影像月IP 持续击穿

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一个瞬间，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



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

营造旅拍舆论场，蔡司两亿超清晰，旅拍何必带相机

登榜后承接热度植入品牌信息

带着微博去旅行
25-9-25 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，捧着手持云台又生怕磕碰——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？

但其实在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，人美景也美；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！

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？纯纯是没苦硬吃！难得国庆假期，旅游还是轻装上阵一机走天下的好！vivo X300系列全系标配长焦增距镜，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**

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

影像技术沟通会：#2亿像素是噱头还是真有用#

像素已经进入2亿时代！那么2亿像素到底有用吗？vivo与三星联手打造的HPB是最先进的2亿像素传感器，蔡司2亿APO超级长焦，蔡司2亿超级主摄，蔡司双两亿在蓝厂极致的影像算法搭配下，行业最强的“灭霸”两亿。

@微博数码 14:00首发

40个数码领域博主，10+数码大账号

大账号首发开启话题

营造话题舆论场，如演唱会、体育赛事、旅拍等场景

登榜后承接热度植入品牌信息

微博数码 25-9-26 14:30 发自 微博网页版 发布于 北京

【#2亿像素是噱头还是真有用#】
2亿像素手机逐步走进用户生活，越来越多的用户在购买手机时会关注手机的像素实力。2亿像素究竟是否也有用也成为用户日常讨论的话题之一。从实用场景来看，2亿像素在远距离拍摄（如演唱会、体育赛事）时，能清晰保留舞台细节、运动员动作轨迹，后期裁切构图也不易失真；拍摄静物（如手工艺品、美食）时，可精准呈现纹理、质感，满足细节记录需求。不过2亿像素的局限性依旧存在，如暗光环境下成像速度变慢、单张照片存储空间过大等，因此优秀的2亿像素配置对手机厂商的硬实力仍然要求严苛。vivo X系列蓝图影像技术沟通揭晓了即将发布的vivo X300系列延续蓝厂“灭霸”两亿长焦，从舞台到赛场再到旅拍，都能给用户带来“超清”的成片效果，让2亿像素做到真正好用。完美诠释了不是所有的2亿，都是蓝厂灭霸两亿；一起期待10月13日vivo X300系列新机发布，看蓝厂2亿像素究竟有多强~



飞扬发福 09月26日 14:42
#2亿像素是噱头还是真有用# 前几天就看了vivo的产品经理分享2亿像素放大再放大细节都清晰无比，无论怎样裁切都出片，手握这行业最强的即使坐的离舞台再远也能轻松抓到精彩瞬间，这个绝对是超有用的！

爽心妹妹 09月26日 14:37
前阵子去看演唱会，朋友用手机放大到十倍拍舞台，结果成片糊成一团，突然想到现在很多手机都在宣传2亿像素。这么高的像素到底是不是噱头呢？#2亿像素是噱头还是真有用#

我觉得关键还是要看它能不能解决实际场景中的问题，比如在演唱会、体育赛事或者旅拍时，我们经常需要把远处的画面放大裁切，如果只

羽尘VISION 09月26日 17:25 来自 微博 weibo.com
刚结束的vivo蓝图影像技术沟通会展示了X300系列在移动影像领域与战略布局，这次沟通会不仅仅只是X300系列上的硬件迭代，影像的全面定义，信息量非常大，从中挖出一些重点内容进行解析

薛定谔的英语咕咕 09月26日 23:30 来自 微博 weibo.com
今年是vivo的三十周年，也是vivo开始发力深耕移动影像的十二周年。说一个我观察到的现象：我身边不少摄影师朋友，正从过去一台相机+iPhone的配置，逐渐切换到vivo做主力创作手机。他们为何做出这种改变？这次的vivo蓝图影像技术沟通会和X300系列，正是对这个问题的清晰诠释，也定义了移动影像的下一个



16:44 微博热搜

我的 热搜 社会 文娱 生活 上海 体

- 刘宇被越南明星抄袭 452779
- 向往的生活开播海报 综艺 435727
- 许我耀眼开播 剧集 430959
- 金鸡提名爆冷 电影 427973
- 日本老人冰柜藏女儿尸体20年 418491
- 男子曝妻子出轨博士受害者还有孩子 4131...
- WTT抽签 389629
- 乌萨奇 你是汉族吗 370485
- 南京照相馆鱼贩奥斯卡 电影 361676
- 18 2亿像素是噱头还是真有用**
- 李想揭晓鲨鱼版理想i6 346667
- 当地回应男子雪山滑坠身亡 334001
- 易烊千玺短片氛围感 319022
- 理想i6 313325
- 赴山海第三十一集穿帮镜头 剧集 299581



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！

登榜后承接热度植入品牌信息



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。

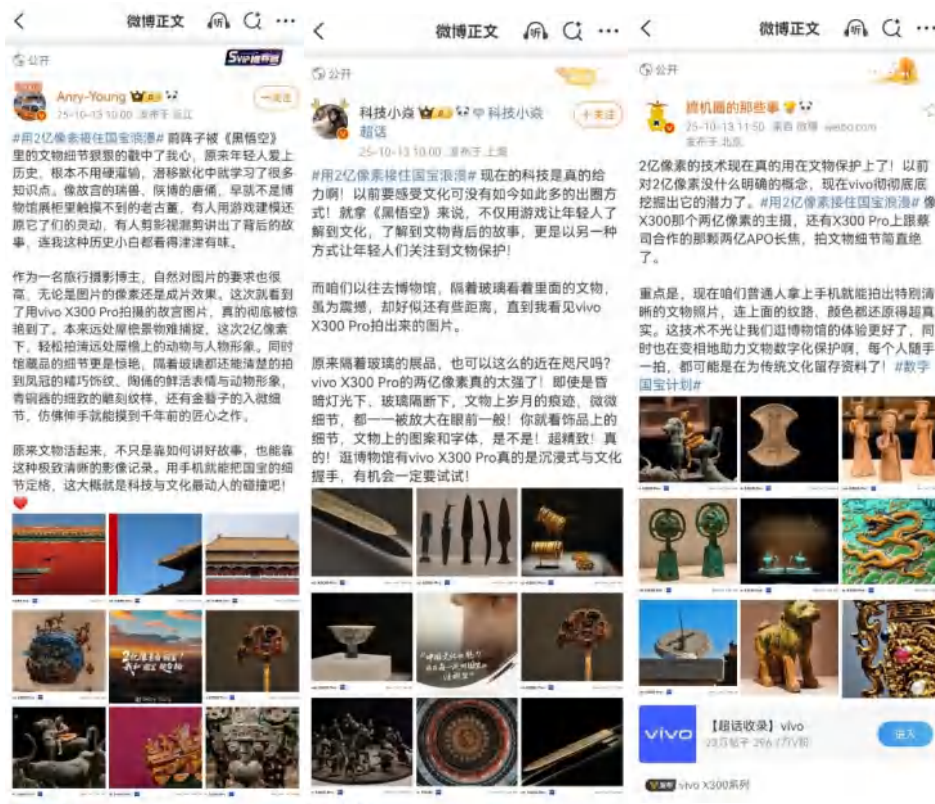
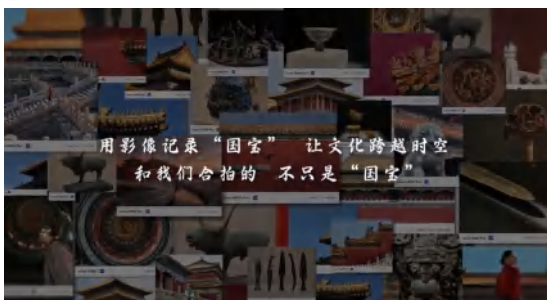
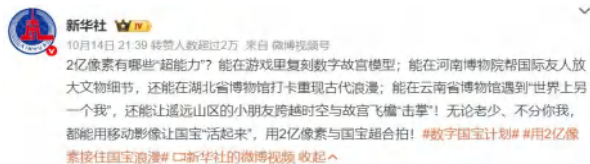
@新华社 首发

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



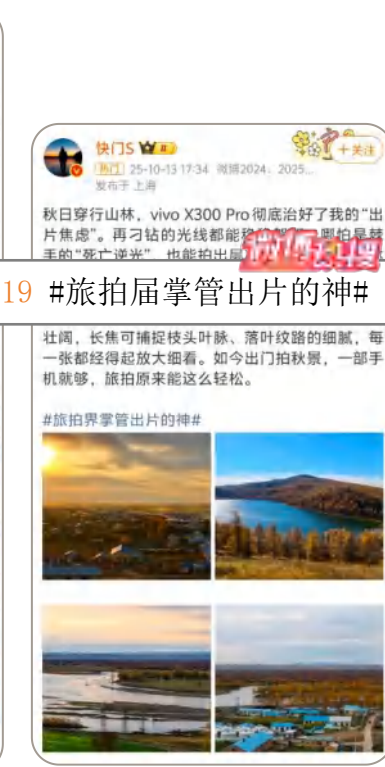
热点向-时装周：#巴黎时装周街拍被vivoX300刷屏# #旅拍届掌管出片的神#

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



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



这次联名太成功了，已经计划带X300二刷迪士尼

25-10-23 19:10 来自天津



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

优质KOL开启话题



30个数码领域博主，10+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



登榜后承接热度植入品牌信息



单条热源：#vivoX300拍到了川剧绝活# #vivoX300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

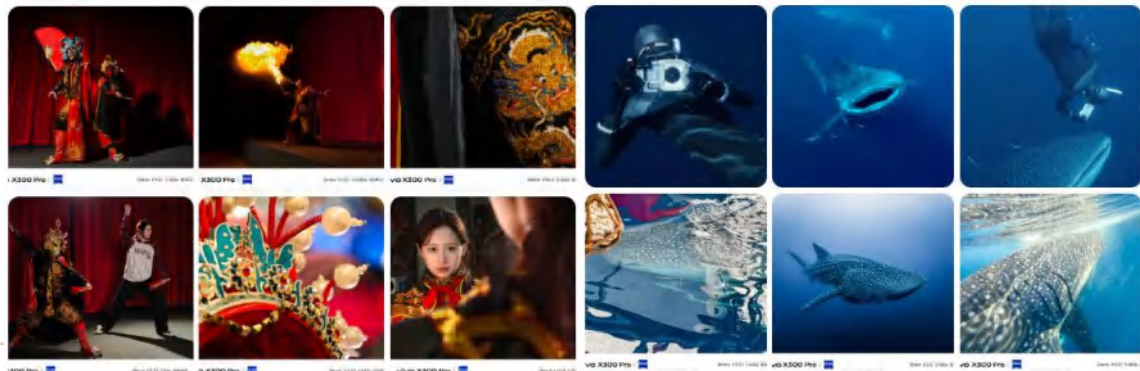
分享非遗民族美学，落脚自然影调、2亿人像旅拍等

vivo X300系列影像能力口碑



#vivoX300拍到了川剧绝活#

#vivoX300拍到海洋最温柔的巨兽#



Ellen西西：vivo拍照是真的厉害
11月17日 19:54

Hello奇迹：拍的真好，细节到位
11月17日 15:16

ovo_静川映：这个手机拍摄的质感好好啊！
25-11-20 12:19 来自福建

下雨天淋湿双眼：科技让我们拥有更多可能
25-11-17 20:10 来自山东

牛丸科技：数码测评师
#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，也能清晰定格眉眼间的灵动神采。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

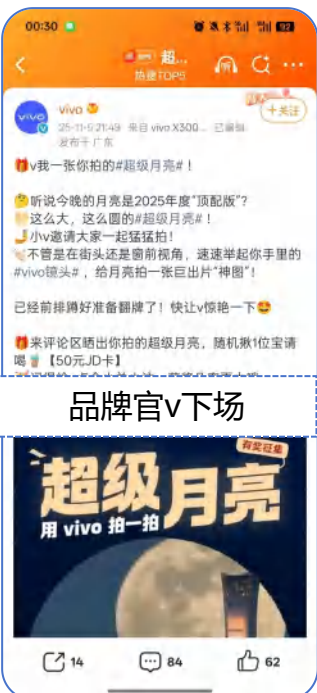
紧跟热点：#vivoX300拍到了超级月亮# 刷新长焦能力认知

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。



@王鹏鹏ken
《手机摄影大师》

现象捕捉：
超级月亮登陆
长焦能力展示



品牌官v下场



@琳时出发Travel_Lin
全球旅游、新闻从业者



@科技小辛
数码科技&汽车测评

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



@摄影师阿星ing
“用镜头记录美好故事”

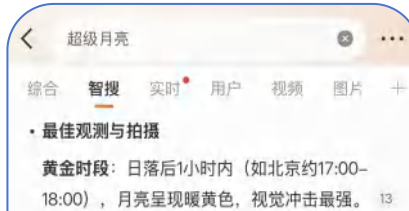


登陆微博热搜top8
同步带动超级月亮相关热搜，
vivo成为超级月亮热搜前排设备

8 vivoX300拍到了超级月亮 273709



围观用户追加vivo其他样张



智搜验证：最适合拍月亮的
手机设备

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”。@一点元气器 52 58

文旅向：#旅行裁出片# 话题阅读量上线三周达4442.5万，摄影师500+

通过vivo “一图三裁”的核心功能，结合秋季旅游高峰，打造一场线上旅拍内容盛宴。深度联动北京文旅，将其作为核心示范城市，并联合四川、云南、吉林、山西等多地文旅蓝V，形成传播矩阵。

洞察卖点 定制势

裁出人间色彩

裁出人生镜头

裁出城市美学

浙江文旅-翻牌

浙江文旅蓝V 25-11-11 12:00 发布微博

夜游俱乐部梦外滩，当霓虹在夜幕中流淌，漫步于霓虹般的街角，无数经典镜头在脑海中闪现，跟随这篇夜游出片指南一起捕捉心动瞬间。#旅行裁出片# #浙江一定很美#

「夜游出片指南」
1 仰拍霓虹与天际线
让灯光在镜头中晕染成星海，或虚化成朦胧光斑，背景瞬间跌入梦幻维度。
2 借框穿越短促瞬间
动态瞬间更显故事感。

江苏文旅-翻牌

江苏文旅蓝V 25-11-16 15:34 发布微博

【秘境系列】#冬日旅行in水韵江苏#
【关注+转发此条，23号中午12点抽一位送出户外折叠桌椅套装】
【互动有礼】苏州的秋天，是天平山层林尽染的枫红似火，是金鸡湖畔柔波依旧的垂柳如烟，是古巷深处银杏叶飘落的碎金时光——每一处风景，都像被时光浸染的古典诗行，温柔而又深刻。#旅行裁出片#
● 取景推荐：天平山风景名胜景区
入门不远，即成画卷，红枫、曲径、亭台相映，随手一拍就是江南秋景。#旅行裁出片#

重庆文旅-翻牌

重庆文旅蓝V 25-11-14 11:25 发布微博

【互动有奖】在重庆，每一次取景都是与时空的对话。这套用“一图三裁”取景方式，带大家解析传统与现代的美感碰撞。#旅行裁出片#
+ 上方裁切：聚焦橙红钢构与摩天楼，是“工业碰撞都市灰”的现代张力，冷硬桥身裹着江风，把高楼盖成了背景里的竖线诗。
+ 中间裁切：古瓦压着桥影，是“真灰旧楼吻新楼”的时空对折，老屋顶的褶皱里，藏着新大桥的金光，像山城把过去和现在缝在了一起。
+ 下方裁切：提取桥拱与对岸楼，是“摩登霓虹”的骨，是“老重庆”的魂，是“重庆”的灵魂。#旅行裁出片#

微博大曝光资源 热点视窗助推征集



一图三裁精选图集





营销效果

有效强化产品和品牌心智占位

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

话题霸榜

88h

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



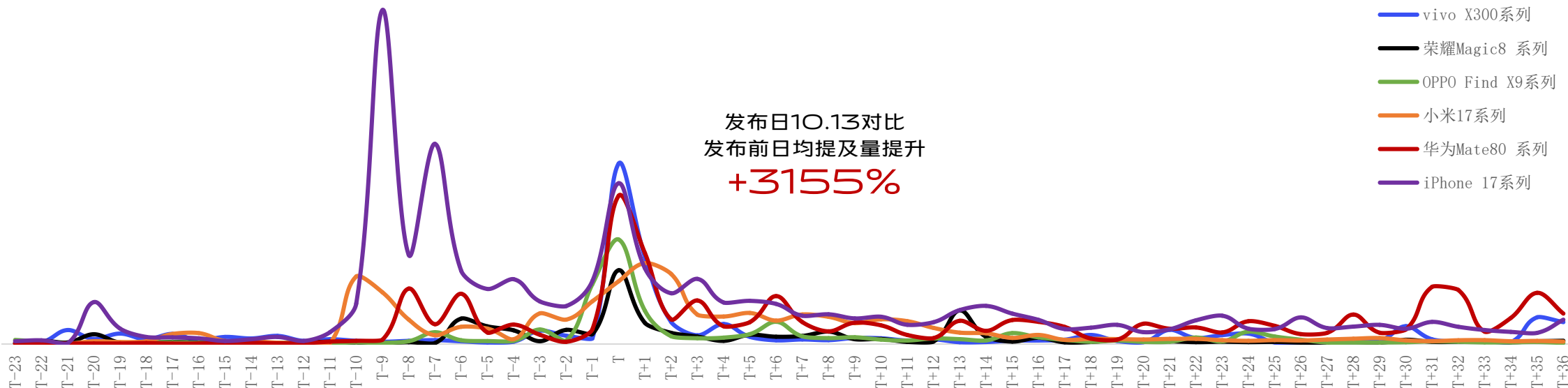
品牌社交声量

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

预热期

发布

首销及持续期



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

*Source: 微博圆点CIRCLE社交大数据平台, 时间: T-23 - T+36; vivoX300 系列: 2025.09.20-11.18; 荣耀Magic8 系列: 2025.09.22-2025.11.20; OPPO Find X9系列: 2025.09.23-11.21; 小米17系列: 2025.09.02-10.31; 华为Mate80 系列: 2025. 11.02-12.31; iPhone 17系列: 2025.08.08-10.16



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	vivo
TOP2	vivo	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	vivo
TOP2	vivo	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	vivo
TOP3	vivo	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%

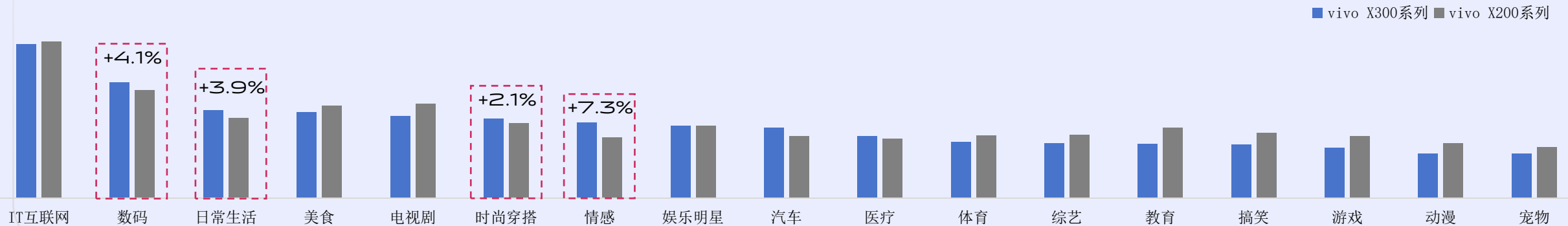
用户年龄核心分布在90-00后
平均年龄维持31岁



人群分布一线城市占比更高
兴趣用户人群显著提升



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



*Source: 微博圆点CIRCLE社交大数据平台, 时间: T-23 - T+36; vivoX300 系列: 2025.09.20-11.18; vivoX200 系列: 2024.09.21-2024.11.19



THANKS !