



梦想 · 勇敢 · 真我



门永存

——XPPen营销策划案

团队成员：赖依萍、郭玉菱、王佳怡、吴佳慧

指导老师：卢维林

主题阐释

此次营销策划以“**X门永存**”为主题，“X门”是指网友针对某一事物或事件表达自己的强烈情感的**新交流暗语**，以“一个喜欢xx的人，再坏能坏到哪里去，这就是我的善恶观，x门”为句式。

“X门”背后还反映了人们对于“我懂你”的渴望——在高速发展的社会中，如原子般离散的个人，更为**渴望群体认同感与归属感**。此次策划以**Z世代年轻人**为主要群体，鼓励他们在生活中**勇于表达自己，突破自己**。

围绕“X门”文学展开一系列活动，积极表明XPPen品牌鼓舞大家积聚勇气，表达真我的品牌态度，**让品牌形成自己的“X门”**，与用户自由地发生故事、说出故事、传递故事，让“X门永存”。



目录

01 BRIEF解读

02 市场洞察

03 营销策略

04 媒介排期及预算

05 团队介绍

Part 01

BRIEF 解读



BRIEF解读

XPPen数位屏具有技术实力与质价比，但由于步入国内市场较晚，知名度不够，需要打造**自带传播力**的内容，深入**开发年轻群体**，**促进销售转化**

圈层
营销

X3芯片技术加持



销 售
转 化

Part 02

市场洞察



产品分析

核心优势：全球首创X3芯片数字笔技术

更快

3克起始压感，
提高灵敏度10倍

更稳

强大的抗电磁干扰能力

更准

无延时断触
精准定位

消费者对数位屏产品的体验追求

@玉子

在我用了10台数位屏下，比较多数的痛点都是压感级不够



@瞞心书生

我们老师叫我们不要浪费时间去控笔

@爱吃炸鸡

数位板用了很久，最近想换数位屏，希望能有笔尖畅出线条的感觉

小结：

xppen的芯片数字笔技术具有快、稳、准的优势，能够满足消费者对灵敏度的追求，品牌主不仅要抓住X3芯片技术向消费者灌输内容，更要抓住内容传播与消费者反馈持续碰撞下形成舆论场，从而展现产品的独特价值

目标消费者洞察

目标消费者：Z世代数字艺术从业者及爱好人群

爱好群体 45%

兼职画师 16%

职业画师 8%

逐渐
大众化

数据来源：凯度xTMICxXPPen|专业绘画平板电脑趋势白皮书2024

关键词

- Xi门文化盛行
- 情感寄托
- 追求自我表达和突破
- 轻社交形式



注：Xi门文化（广义）是有着相同爱好的年轻人在网络上隔空集结的一种“门派”

小结：

Z世代作为互联网原生代，在契合人们**偏爱分类天性**的同时，倾向于维系简单实用的**轻社交**方式，因此品牌在营销的同时需要以社交为起点，与年轻人真正建立关系。随着“Xi门”文化的出现，XPPen可以抓住时机，**围绕“Xi门”展开活动**，让消费者因此**汇聚成圈层**，勾连起社交，抓住消费者决策的关键节点，实现销售转化。

目标消费者画像

现阶段主要
消费人群

18-35岁的年轻人群

多为专业画师

有绘画基础的人群

产品目标消
费人群



18岁，女，新传类

关键词：乐门、猫门

ta说：我想在创意方面脱颖而出，但总是没准备好

阶段特征：初入大学，专业对绘画有一定的需求

——挖掘自身能力的X



22岁，男，艺术类

关键词：饭门、反翟门

ta说：大佬好多，我对自己的专业水平不太自信

阶段特征：即将步入职场，想通过数字绘画提升自己的竞争力

——提高竞争力的X



26岁，女，宣传部

关键词：我门、卷门

ta说：我想接触新事物，跳出舒适圈，但一直秉持着惯性思维

阶段特征：职场待了好几年，感觉自己技能有点落后了

——想要提高能力的X

竞品分析

	产品	价格	定位	核心卖点	情感营销	媒介渠道
	XPPen Aritist Pro 16	4099	进阶级数位屏	X3 pro芯片数字笔	自我突破	  
	Kamvas Pro 19	6776		超高清屏幕	个性化表达	B端业务站+C端独立站店铺
	高漫 G16	1580		轻薄便携	自由情感	  

小结

xppen近几年刚回归国内市场，面临较多竞争对手，且绘王、高漫这些品牌都有侧重的**技术**宣传点，其中XPPen Aritist Pro 16的 X3芯片技术的优势脱颖而出，要想提高产品声量，随着Z世代对**情感需求>物质满足**，品牌应侧重“**X**”与“**自我突破**”的情感来与年轻人**建立情感共鸣**。

策略推导

产品特点

品牌始终追求技术突破的**X**



全球首创**X3**芯片数字笔技术



目标消费者

渴望展现自我、突破自我的**X**



“X门”文学盛行



打破技术和情感的边界



“X”门永存

Part 03

营销策略



活动流程



1、线下“X”海报投放
时间：7月1日-7月15日
2、XPPen X门主争霸赛
时间：7月9日-7月29日

1、勇闯“X”门小游戏
时间：8月1日-8月15日
2、“滑抓”XPPen
时间：8月16日-8月31日

1、画画接龙猜“X”
时间：9月15-9月30日
2、“X”祝愿短信计划
时间：9月1日-9月15日

01 预热期

线下“X”海报投放

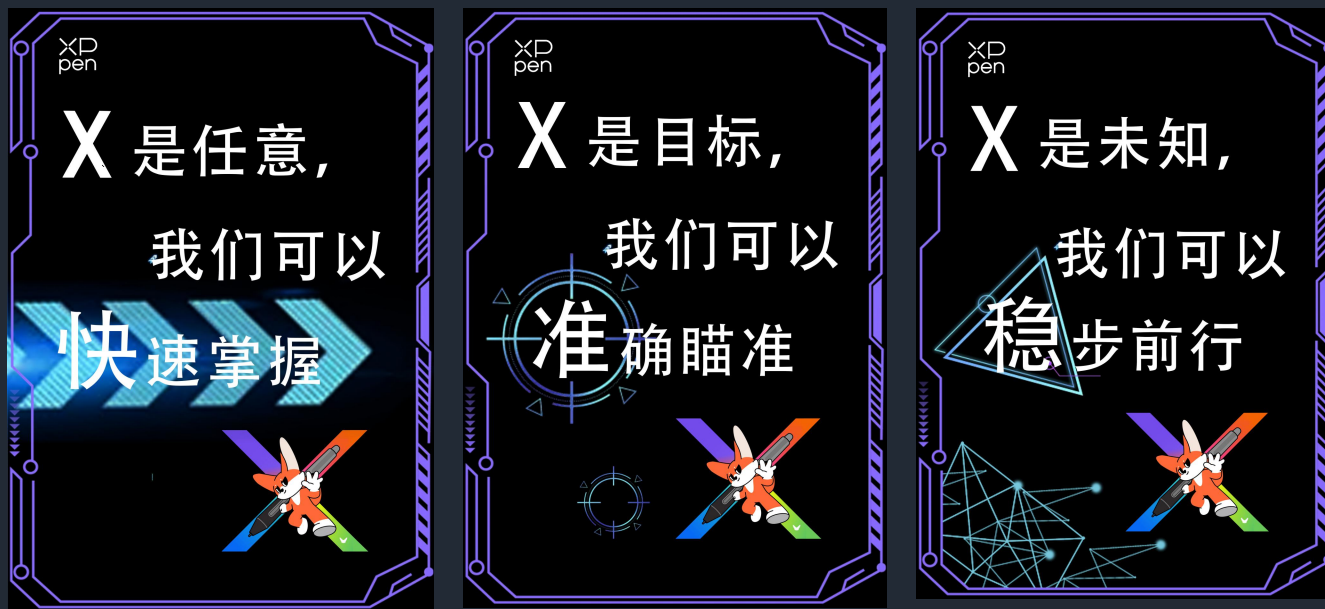
活动时间：7月1日-7月15日

活动平台：上海陆家嘴地铁口

活动目的：围绕三个优势“快准稳”对“什么是X”进行阐述。向广大市民展示我们数码产品的核心优势——“快、稳、准”，与年轻人的高效办公、地铁的紧急换乘联系起来

活动形式：

选择人流量大、目标消费者集中的地铁站点进行海报投放。优先选择进出站口、换乘通道等高曝光区域，确保广告信息能够广泛覆盖目标受众。



“X”的含义



地铁投放效果图

01 预热期

XPPen X门主争霸赛

活动时间：7月9日-7月25日

1

#XPPen X门主争霸赛



微博预热

活动目的

- 实现短期内的**高话题讨论**和**品牌曝光度**
- 让XPPen品牌和消费者之间形成**初步联系**

2

获奖即得奖金和大赛资助

采取有奖激励



3

两项赛道并行

1、Fenix表情包大赛

比赛规则

XDPEN FENIX

赛道一：Fenix表情包大赛

规则：

- 用小狐狸Fenix形象素材或围绕“X”进行表情包创作，主题不限，要求积极健康符合法律法规，来展示你的奇思妙想吧！
- 将作品发布在话题#XPPenX门主争霸赛#、#artist pro16#@XPPen官方账号，即为投稿
- 征集时间：7月9日-25日
- 公布时间：7月29日
- 勇敢奖6人，限量摆件

30元京东E卡



3

两项赛道并行

2、Fenix的梦想之旅

- 画出内心世界
- 创作与绘画的故事

4

最终奖励

最终奖励:

勇敢奖6人 30元E卡和限量摆件
真我奖6人 50元京东E卡和100元无门槛优惠券
门主: 1000元奖金和国内外设计类大型赛事资助

XD pen FENIX

赛道二: Fenix的梦想之旅

规则:

用小狐狸Fenix为主体进行漫画或者插画创作, 绘画出你与绘画的故事, 或者与XPPEN的故事, 也可以绘画你的内心世界, 寻找真实的自己吧!

将作品发布在话题#XPPenX门主争霸赛#、#artist pro16#@XPPen官方账号, 即为投稿

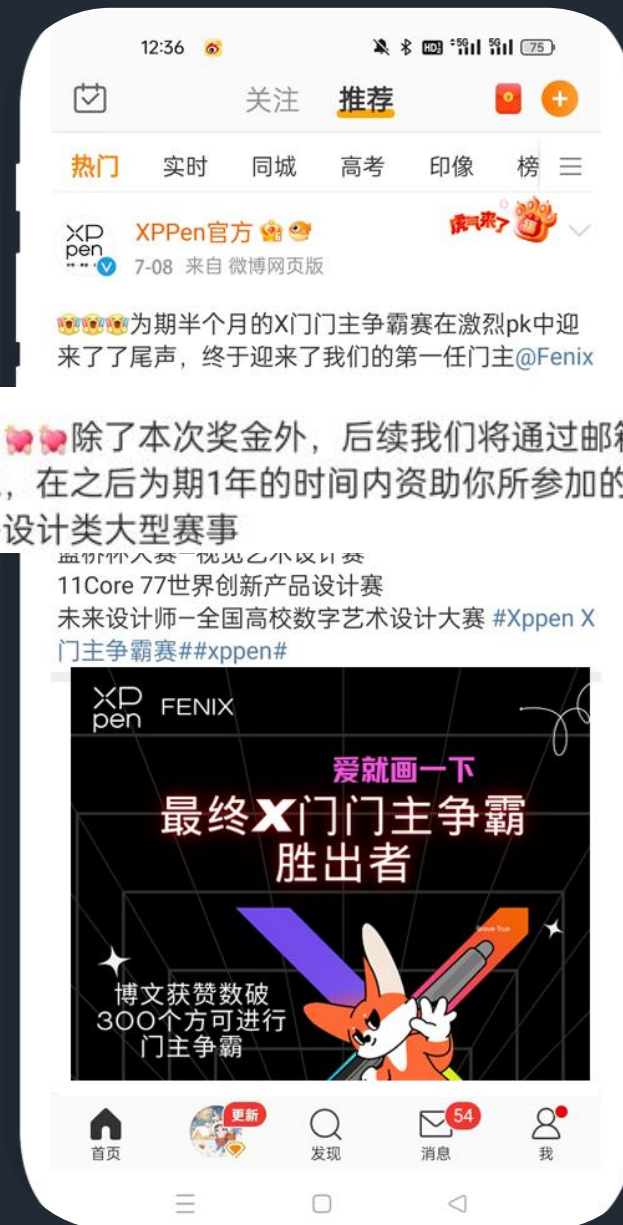
征集时间: 7月9日-25日

公布时间: 7月29日

真我奖6人,

50元京东E卡一张

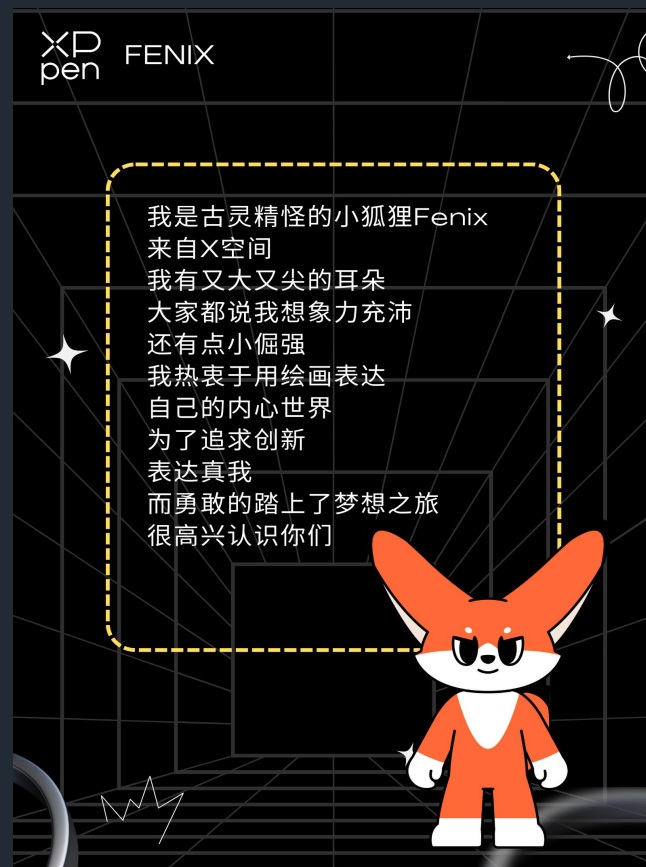
100元无门槛券



1、海报宣发



赛事征召



Fenix 自我介绍

2、表情包示例



02 爆发期

勇闯“X” 门小游戏

活动时间：8月1日-8月15日

游戏入口：官方网站、微信小程序等

活动目的：设计契合品牌主题“X”的闯关游戏活动的首要目的在于强化消费者对品牌的认知和记忆

1

宣发预告



微博预热

2

有效引导消费者进行**购买行为**

积分与奖励机制

通过关卡即可随机得到不同数额的积分和优惠券，可**多次获得积分**，但**优惠券仅可兑换一次**



积分领好礼

0

我的奖品

兑换记录

5000积分

20元

1000积分

50元

2000积分

100元

5000积分

200元

der啊der XPPen Artist pro... 13分钟前

优惠券

勇闯X门赢好礼

八月限时，快来参加

Go



主题关卡设计

根据XPPen的**品牌特点**，设计一系列与“**快、稳、准**”相符的系列游戏



玩家须知

规则：
玩家需要用手指快速点击屏幕上的FENIX，每成功点击一个FENIX，都会获得一定的分数。如果点击了非目标区域，将不会获得分数，时间剩余越短，目标降落越快。

活动时间：
2024年8月1日——2024年8月14日

第一关：快X挑战

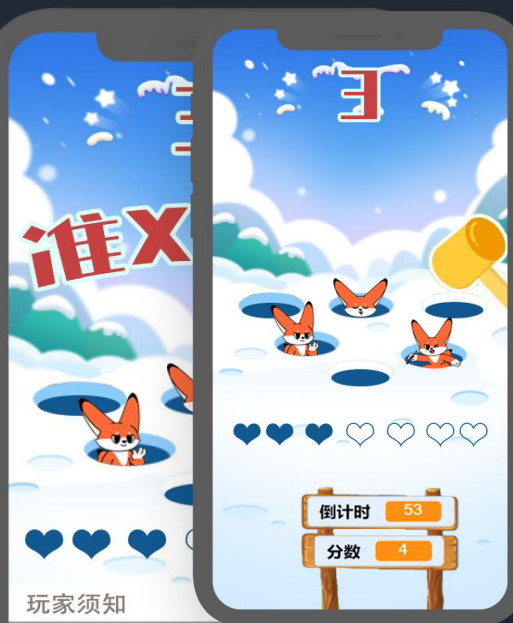
第二关：稳X挑战



玩家须知

规则：
玩家需要通过摇晃手机或者点击按钮，控制FENIX在快速移动的跑道上保持平衡，避免FENIX掉落或撞到障碍物，成功通过障碍物或保持长时间平衡，可以获得分数奖励。

活动时间：
2024年8月1日——2024年8月14日



玩家须知

规则：
玩家需要在60秒内，通过精确瞄准和点击屏幕上的FENIX来获得分数。随着游戏进行，FENIX的冒出频率和速度会逐渐加快，同时可能增加更多的洞口，同时可以获得更多积分。

活动时间：
2024年8月1日——2024年8月14日

第三关：准X挑战

02 爆发期

活动二：“滑抓” XPPen

活动时间：8月16—8月31日

活动地点：上海五角场万达商业广场

活动目的：玩滑滑梯旨在让人们体验速度与安全的结合正如我们的产品，追求操作迅速且稳当如滑梯滑行，让用户体验流畅、高效，从而提升品牌知名度。

活动形式：提前于**线上发布**“滑抓”XPPen娱乐活动信息，两个滑梯间隔错位开来，在工作人员的介绍引导下，**玩过滑梯后**可获得下一个娱乐项目的兑换物。



第1项——XPPen滑滑梯活动



02 爆发期

活动二：“滑抓” XPPen

活动时间：8月16日-8月31日的**每周六、周日**。

活动地点：上海五角场万达商业广场02 爆发期

活动目的：为了满足Z时代人群对抓娃娃机和拆盲盒的热爱与追捧，将品牌周边产品以盲盒的形式融入到这些流行的娱乐项目中，为消费者带来更好的娱乐体验。

活动形式：在勇闯“X门”小游戏中获得一定积分后**兑换成币**方可参与，并安排工作人员在需要时提供帮助和介绍此活动相关信息。



第2项——XPPen抓盲盒机活动

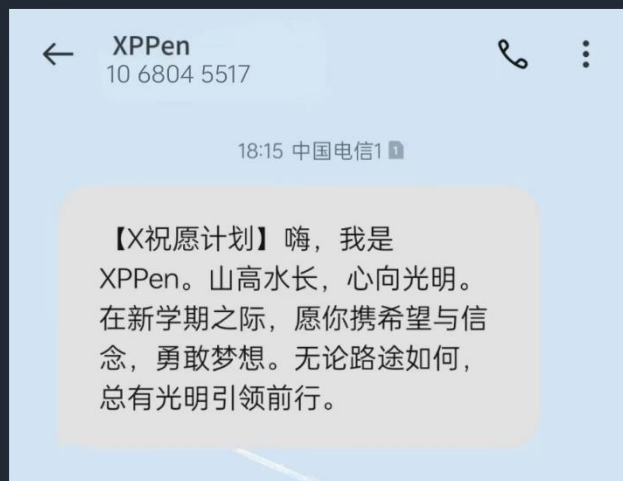


活动时间：9月1日-9月15日

活动目的：通过发送祝愿短信，向同学们传递XPPen品牌的**温暖和关怀**，提升品牌在学生群体中的好感度和认知度。

活动形式：

通过微博及公众
号发布祝愿短信
的活动，邀请同
学们留下电话号
码



活动内容：

结合品牌元素和“**突破自我**”的主题，设计一系列温馨、励志的祝愿短信。短信内容可以围绕学习、生活、梦想等方面，鼓励同学们勇往直前，不断突破。

03 延续期

画画接龙猜X

1

画画接龙猜X



微博预热



同济大学举行

活动时间

9月15日-9月30日

活动目的

产品体验+趣味游戏+奖品吸引，提高知名度、品牌好感度和促进销售转化。



2

#XPPen#画画接龙猜X#队伍名称

活动回顾视频、文字等内容带上以上标签，为你喜欢的队伍打call，凡点赞和评论共计200个，即可获得FENIX玩偶一只。



规则和奖品

- 要求组队完成游戏。根据官方所给链接和二维码进行问卷填写，进入问卷所给群聊（根据所填学校信息）。在群内自行组队，人数在5-6人，于所给链接中填写小组基本信息。完成以上内容即算报名成功。
- 团队几人蒙上眼睛，每人看到词语后10秒作画，几人依次接龙画画，时间到停止作画，留下的人睁开眼睛猜；规定时间内猜出X最多者获胜。X是任何可联想到的含义和物，由官方给出。
- 绘画必须要使用XPPen提供产品Artist Pro 16 (Gen 2)，使用其他产品者视为违规，取消比赛资格。
- 比赛胜利团队将获得Artist Pro 16 (Gen 2) 产品一份，FENIX吧唧，杯子和盲盒各一份，并赠送50元京东E卡张和100元无门槛券各一张。

Part 04

媒介排期及预算



媒介排期

时间 安排 媒介	预热期		爆发期		延续期	
	什么是X	XPPen 门 门主争霸赛	勇闯X门 —H5小游戏	“滑抓” XPPen	X祝愿 计划	画画接龙 猜X
	7.1-7.15	7.9-7.25	8.1-8.15	8.16-8.31	9.1-9.15	9.15-9.30
		🐦		🐦	🐦	🐦
		🐦				
				🐦		🐦
		🐦	🐦		🐦	
		🐦	🐦	🐦	🐦	
	🐦			🐦		🐦

活动预算

时间 安排 内容	预热期		爆发期		延续期	
	什么是X	XPPen X门 门主争霸赛	勇闯X门 —H5小游戏	“滑抓” XPPen	X祝愿 计划	画画接龙 猜X
	7.1-7.15	7.9-7.25	8.1-8.15	8.16-8.31	9.1-9.15	9.15-9.30
用途	线下海报投 放	媒体平台宣 发推广，活 动奖励	H5小游戏设 计，制作， 活动奖金	场地租金、 搭建，物料 制作，活动 奖励，平台 推广	场地租金， 平台推广， 活动奖励	平台宣发推广， 短信费用
预算（万元）	20	8	10	40	15	6
合计（万元）	99					