

面对新的市场环境与新一届消费者，年轻化营销正在成为品牌的共识。此前，百度搜索便曾出过一支名为《百度侠》的品牌TVC，其形象深入人心。这两天，“百度侠”又在B站发布新视频，收获了近百万播放。这一次，百度侠又做了什么呢？



此前，百度搜索曾出过一支名为《百度侠》的品牌TVC，视频集魔性、洗脑、鬼畜于一体，演绎出年轻人在生活各个场景中遭遇的社死瞬间，很快俘获了大批年轻人的喜爱，那句“谢谢你，百度侠”也从此广为流传。

“百度侠”潮流同时引起许多网友的自发二创，B站up主大开脑洞，将百度侠融入各个场景，巧妙还原自己遇到问题，偷偷百度的真实经历，靠二次传播火速出圈。

那之后，“百度侠”逐渐在人们心目中有了具体的形象：四四方方如手机屏幕的脑袋，穿着印满百度拼音的超人紧身服，披一袭红斗篷。

百度侠鬼畜魔性的动作和配音，看起来精神大有问题，却常常如大侠般闪现，将年轻人从水深火热的尴尬中解救出来，“无所谓，百度侠会出手”。

百度侠的出现，让百度搜索在年轻人心目中的形象不再是冷冰冰的搜索引擎，而是一个鲜活丰满、疯疯癫癫却总是靠谱的老朋友。

鬼畜、玩梗、造IP，这些都是更贴近年轻人语境的表达方式，百度搜索通过这样的对话窗口，使“百度一下”的品牌认知再次深入年轻圈层。

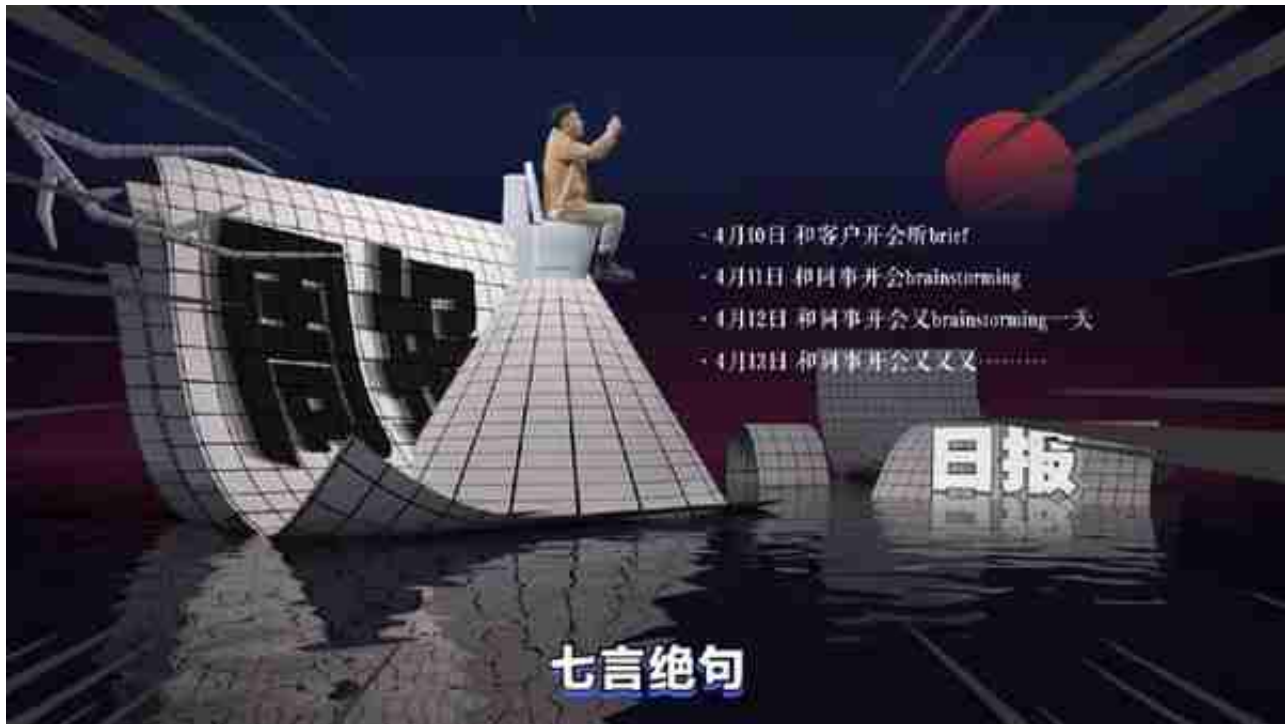


“你，是职场菜鸟吗？”“小朋友，是你的职场花名吗？”“小透明，是你的职场人设吗？”画面一开始百度侠的夺命三连问，给职场新人满满的代入感。



早会时，前排装忙后排装睡，最怕和老板眼神互对，只是因为人群中多看了一眼，就被老板点名发言，百度侠再次出手，互联网脑替上线，堪称职场冤种的功德侠。

同事聚餐时，职场新人最怕被Cue敬酒，绞尽脑汁也想不出一句体面的敬酒词，百度侠轻松一查，帮助小白叱咤职场。



这支视频从四个真实的职场场景切入，还原了初出茅庐的职场小白常常能够碰到的窘境，弹幕里整齐地刷着“太真实了”，可见说出了打工人的心声。

这是一种场景化的营销方式，立足于用户的实际需求，将产品放在特定的情境中，刺激用户产生情感共鸣。用片段化的场景重复加深“化解职场尴尬”与百度侠的关系，建立百度搜索是职场小白“电子速效救心丸”的认知。

此外，这则视频里的百度侠延续了之前的IP人设，百度侠还是那个“拯救尴尬时刻，博学无所不知”的百度侠，一如既往魔性，疯疯癫癫，保持了人设的一致性。