



Top
Mobile
Awards

长安汽车睿骋CC-风格大赏 时尚跨界新车上市营销

- ◆ **广告主**：长安汽车
- ◆ **所属行业**：汽车
- ◆ **执行时间**：2017.11.27-12.19
- ◆ **参选类别**：媒介整合类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

http://www.iqiyi.com/w_19s0be2rd9.html

或者
扫一扫看视频



2017年12月，作为长安“生命动感，智色双旋”最新设计语言指导下的全新产品睿骋CC即将上市；

作为和平年代，长安大胆变革创新的代表作，凝聚长安设计精华的睿骋CC将开创长安汽车“新视界”；

创新变革

自主品牌精品

民族骄傲

匠心设计

自主设计理念

形象担当



“

作为“生命动感，智色双旋”最新设计的睿骋CC即将上市

- ◆ 聚焦睿骋CC外观，使TA对睿骋CC产品力形成清晰认知；
- ◆ 塑造睿骋CC“时尚、质感、品味”的品牌形象；
- ◆ 提升TA对长安汽车时尚、品质品牌形象的感知；

”



借势风格大赏时尚盛典大IP影响力
提升睿辰CC新车**知名度**，传达新车**时尚属性**

建立睿骋CC与时尚盛典IP的**深度捆绑**



- 时尚盛典大IP
- 风格生活方式
- 明星KOL参与

風
格
大
賞

深度
捆绑

睿骋CC



- 聚焦外观设计
- 匠心打造
- 潮流外观



时尚生活美学盛典《风格大赏》

除了生活方式各领域专业榜单之外，还将从“眼耳鼻舌身意”的用户体验入手，评选多个表现突出、满足用户精神诉求的跨界品牌奖项

美味

出行

时装

珠宝

腕表

美容



20+ 明星震撼助力

李现、雷佳音、佟大为、陈晓、姚晨、倪妮、潘粤明、王鸥、张俪、高云翔、魏大勋、盛一伦、邢昭林、何润东

.....

50+ 专家大咖评委

洪晃、梁文道、陈漫、沈宏非等多位行业专家、时尚领袖、媒体主编、当红自媒体以及非遗文化传承人将组成最专业大咖评审团.....

风格大赏

聚焦睿骋CC “外观设计”，定制本次大赏传播主题

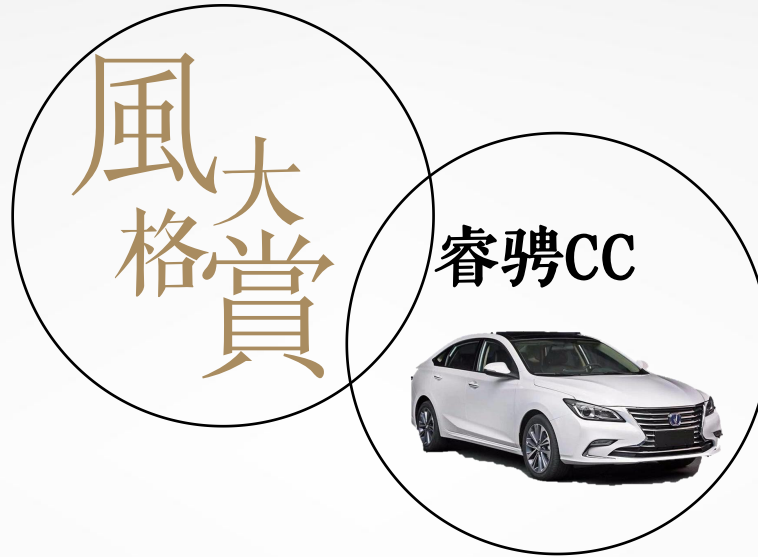
“致心 · 质美”

传达长安追求品质的内在精神
与坚持**打造匠品的匠心理念**

在匠心理念指导下，打造了**极致的东方
美学车型睿CC**

长安汽车的匠心理念，睿骋CC的极致美感外观设计

1 借势盛典新车超强曝光
认知度迅速提升



2 至美明星深度内容定制
助力塑造时尚调性



3 高层访谈与专业口碑
深度演绎匠心车型



1

借势盛典新车超强曝光认知度迅速提升
明星海报，倒计时海报、微电影海报全面推出，引爆期待

23张 明星睿骋风格海报



6张 六大榜单倒计时海报



38张 明星动态ID海报



6张 “眼耳鼻舌身意” 系列微电影海报



1

借势盛典新车超强曝光认知度迅速提升
盛典场景定制+明星同框，大IP+明星强势为车型背书



现场车型露出视频播放



《长安睿骋CC-年度时尚品质车型设计奖》



18位
明星

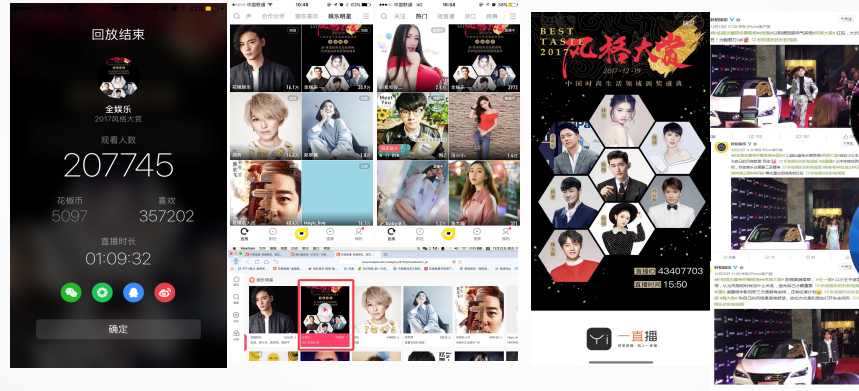


18位知名明星风格大赏现场与睿骋CC合影

1

借势盛典新车超强曝光认知度迅速提升
整合多平台直播、协同明星效应迅速带动新车曝光

线上直播典礼
一直播+360娱乐花椒+秒拍播放量



“全场景媒体覆盖式矩阵”

微博

新浪

直播
平台

超级
大号

双端
传播

2 至美明星深度内容定制助力塑造时尚调性 利用明星效应，多创意形式诠释车型风格及理念

明星
访谈

【2017风格大赏-明星专访】魏大勋：我喜欢现代、简单、干净的风格



【2017风格大赏-明星专访】陈瑶：每个人都有自己的风格



魏大勋，马可，陈瑶时尚访谈，
畅谈睿骋CC工匠精神

魏大勋主演《浮生6梦》感官微电影
至美车型植入
诠释睿骋CC中国风格

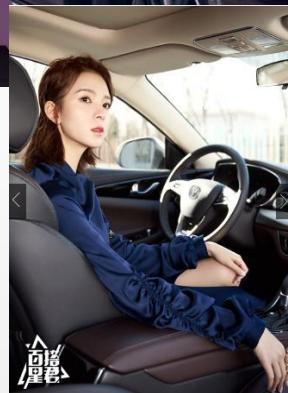


明星
微电影

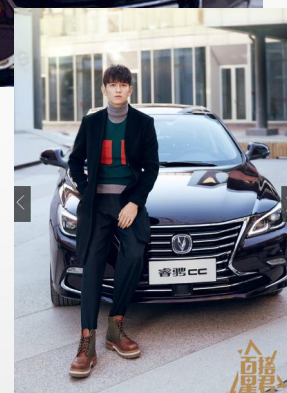
2

至美明星深度内容定制助力塑造时尚调性
百搭星君与睿骋CC街拍大片，强化车型时尚属性

明星
街拍大片



陈瑶



马可



魏大勋



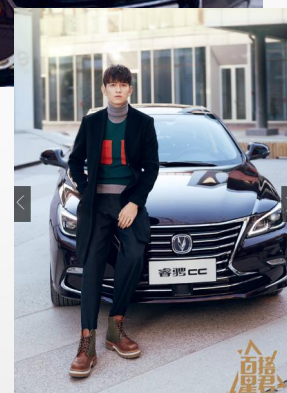
2

至美明星深度内容定制助力塑造时尚调性
百搭星君与睿骋CC街拍大片，强化车型时尚属性

明星
街拍大片



陈瑶



马可

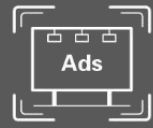


魏大勋



3 高层访谈与专业口碑深度演绎匠心车型 设计总监诠释产品理念+专业栏目口碑输出，全面解析车型

高层专访



专业口碑

长安汽车设计总监专访，诠释设计理念

专业口碑内容输出，强化产品好感



《风格大家说》
令内外兼修
睿骋CC深入人心



《相对论》
对比测评打造
对比热点



《汽车黑科技》
单车测评
树立差异化卖点

全程双线热点话题打造+专题承载，撬动用户自发口碑传播



双线热点撬动用户自发传播



全程整合及利用不同媒体平台优势，扩散活动线上线下影响力



在社交平台打造热门话题，
通过KOL/大号迅速扩散



新浪时尚及新浪汽车优质内容
生产能力实现线上内容生产及
分发

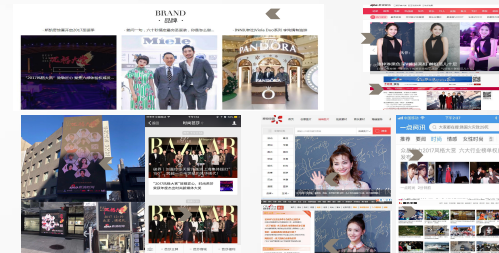


新浪时尚线下落地执行能力保
证线下活动效果



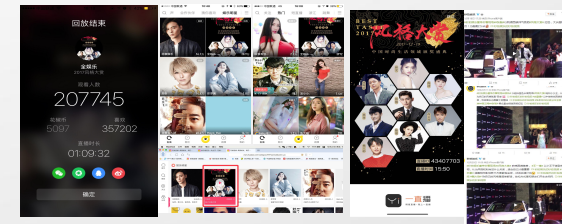
外部媒体

活动报道+公关造势，
打造事件全网影响力



直播平台

一直播+360娱乐花椒+秒拍多平台直播
线下活动盛典



项目整体拉动新车曝光达成

借势时尚IP，达成广度曝光，成功提升新车知名度



项目总曝光量：**7.7亿+**



72张睿骋C权益海报总曝光：**2.3亿**
明星动态海报**38张**、明星静态海报**23张**
榜单倒计时海报**6张**、微电影海报**5张**



#风格大赏#官方话题：
阅读量**2.1亿**，讨论量**12.4万**



#致心质美#定制话题：
阅读量 **2.8亿**，讨论量**2.5万**



专题总曝光量：**1.7亿+**
总点击量：**68万+**



微电影总播放量：**2000万+**
魏大勋微电影“意”章节播放量：**260万+**



魏大勋街拍专题曝光量：**1200万+**
马可街拍专题曝光量：**1300万+**
陈瑶街拍专题曝光量：**1100万+**



《风格大赏》现场直播观看量：**700万**
睿骋CC上市直播观看量：**100万**

外部媒体自发扩散传播，创造现象级传播典范

门户+新媒体+户外大牌媒体矩阵，引发社会范围传播

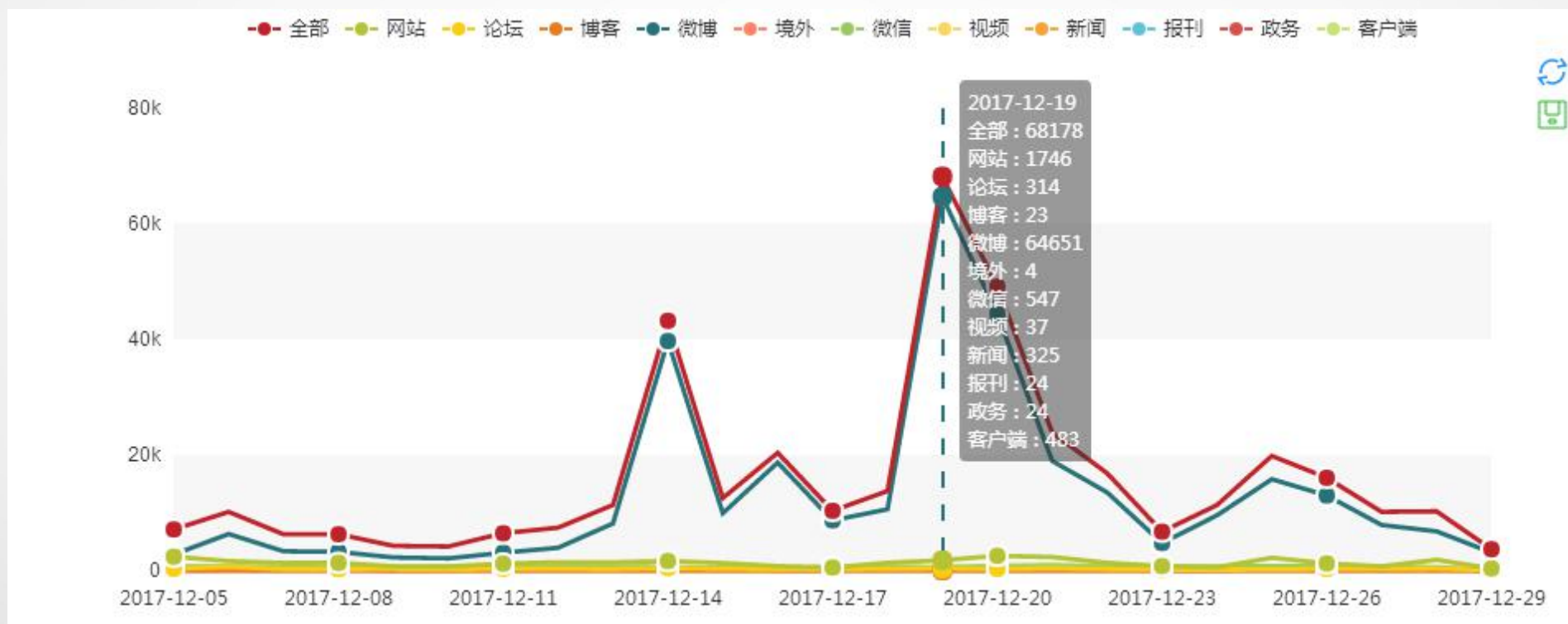


41家
外部媒体平台

538篇
原创报道

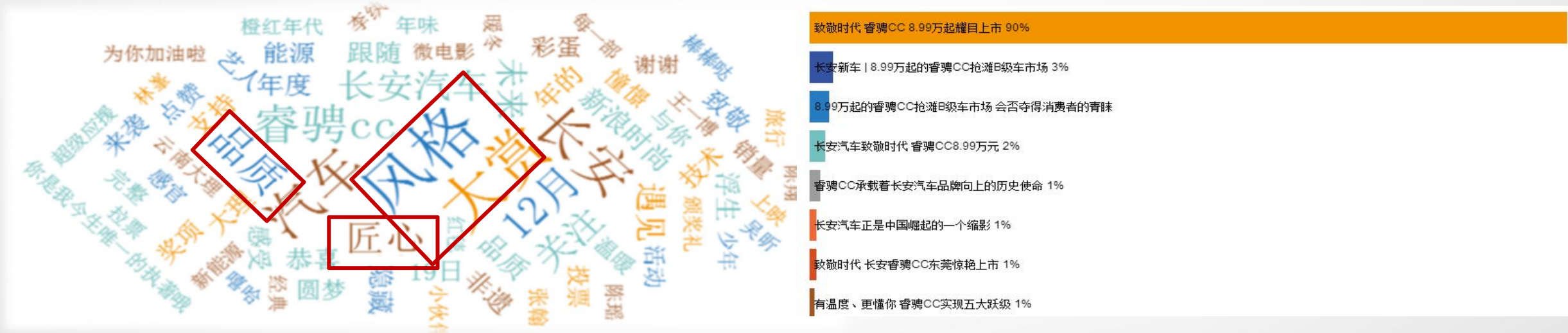
借势时尚IP声量迅速提升

睿骋上市前预热曝光，《风格大赏》线下盛典当天达到传播高潮



时尚车型形象塑造深化

车型形象标签关联加深，引导用户对睿骋CC形成正面认知



用户对睿骋CC “**致心质美**” 形成明显标签认知
成功为上市作预热

用户与媒体对睿骋CC形成**积极正面**的认知
为上市奠定良好的口碑基础