

# 东风日产【寻找未知的自己】第3季

- ◆ 广告主：东风日产
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2017.04.25-06.25
- ◆ 参选类别：内容营销类

# 案例视频

主题视频：<https://v.qq.com/x/page/h0501cne4bj.html>

魏坤琳号召视频：[http://www.iqiyi.com/w\\_19ru46nvqp.html](http://www.iqiyi.com/w_19ru46nvqp.html)

或者  
扫一扫看视频



## 市场背景

2015年起，中国汽车营销全面进入了年青化时代，全面争夺新时代的消费力量，培养和孵化未来的消费者。各大品牌全面迎合青年的喜好去植入青年人喜爱的娱乐产品，尝试在社交上建立与青年人沟通的阵地。在迎合与渗透中，青年人的千人千面让沟通更显困难。



## 品牌现状

## 智能&科技背景下，《寻找未知的自己》品牌活动的全面升级

在智能&科技成为世界主旋律的社会背景下，随着品牌年轻化战略的进一步升级，开启智能YOUNG NISSAN 3.0时代。而作为标杆性的品牌活动《寻找未知的自己》再次扬帆起航——**在智能科技的浪潮下，探寻科技爆炸对青年生活方式和价值观的改变，鼓励青年拥抱未来，关注科技，发现自己未知的可能性。**



## 营销挑战

### 深入沟通年轻受众，同时对活动内容返输以积累品牌资产

东风日产品牌年轻化已迈向第三个年头，两届的大型青年项目“寻找未知的自己”获得青年们的高度关注，反响热烈。这为品牌的年轻化发展积累了成功的经验，也对本季项目提出了更高的要求——**如何利用原生优质内容深入触达目标受众，引发群体共鸣同时积累品牌资产，以达到提升品牌市场占有率和消费者忠诚度的双重目的，是本次活动的营销挑战。**



2015年，凤凰网携手东风日产发起与中国青年对话的大型活动——寻找未知的自己。围绕“创业就业”、“理想现实”等社会热议话题展开讨论。

2016年，《寻找未知的自己》第二季，以“青年力量”为主题，发现年青的基因。帮助更多年青人找到属于自己的方向。



案例亮点

品牌活动内容与形式的全面升级



## 总体策略

结合东风日产汽车全新品牌年轻化战略，深度挖掘目标受众同时，为品牌智能造车注入青年受众的观点——从青年引领时代到青年改变时代，以人工智能的发展，征集时代青年的设想，以“突破·洞见”为主题，与年青群体一起，探寻科技爆炸对青年生活方式和价值观的改变和提升。



# 突破·洞见



### 策略1：利用凤眼大数据发布引入当下年青人关注科技热点



“ 人工智能、虚拟现实、自动驾驶等，然后邀请科技大咖、《奇葩说》选手等名人通过直播和弹幕形式对这些话题进行线上讨论，打造“科技锵锵行”，将这轮智能科技“风暴”席卷到网络。 ”





## 策略2：线上话题引爆，智能黑科技深入探讨



“ 呼应凤眼大数据报告，点题本次寻找未知的自己第三季探讨的主题方向：人工智能、虚拟现实，详解现状，引发年轻受众思考。同时植入品牌元素，结合最强大脑冷面判官-魏坤琳视频，对线下活动进行预告和号召。





**策略3：借势直播热潮，线下落地三场青年科技峰会，整合视频栏目矩阵展示青年“科技实验室”**



“ 线下活动风直播+B站直播，线上场外观众实时互动，激发受众参与活动热情。观众与青年峰会，与大咖们共享青年科技盛典之余，网友也可观看线上同步直播、多个自媒体号推文，与东风日产一同，近距离体验科技未来的神秘和魅力。”

## 传播升级：年度巨制IP，东风日产与凤凰共造年度大戏



## 凤眼大数据发布

利用凤眼系统大数据引入热点，以内容丰富的一图读形式，解读当下年轻人所关心的科技热点——人工智能、虚拟现实、自动驾驶等。

[http://biz.ifeng.com/a/20170418/44575477\\_0.shtml](http://biz.ifeng.com/a/20170418/44575477_0.shtml)



凤眼大数据·聚焦科技时代风眼

## 号召视频



### 《DR.魏：我的半个灵魂在疯》

**主题视频——呼应凤眼大数据报告，再次点题本次寻找未知的自己第三季探讨的主题方向：**

人工智能、虚拟现实，详解现状，引发思考。同时植入品牌元素，并且结合最强大脑冷面判官-魏坤琳视频，对线下活动进行预告和号召。



虚拟现实视频，植入使用日产装配线、生产设计画面，利用虚拟现实技术进行车辆检查的画面

## 探讨话题直播

第一期：当虚拟现实越来越逼近“现实”，世界将变得更加真实还是更加虚伪？

第二期：如果在不远的未来，生命可以在另一个身体里延续.....

第三期：自动驾驶时期即将来临，你是接受还是拒绝？



## 探讨话题专题页面-PC端



**三期网友评论总数超过3000，投票数接近54万！**



**PC专题采用弹幕形式**

**吸引网友纷纷参与留言讨论以及投票支持**

邀请科技达人+娱乐大咖嘉宾（魏坤琳、姜思达、马薇薇、姬十三等），和企业高层（东风日产刘宗信、陈昊；凤凰网李亚、陈彤等）一起发起探讨，引起大量网友参与互动讨论。

探讨话题专题页面-移动端

虚拟现实-话题讨论H5



虚拟现实-话题讨论H5采用VR将人带入无尽时空感觉的创意，引发虚拟现实让世界变得更精彩还是更虚假的讨论。

生命科学-话题讨论H5



生命科学-话题讨论H5模拟飞行了200年后人类被唤醒，当发现生命可以无限延续时，你是接受还是拒绝？

自动驾驶-话题讨论H5



自动驾驶-话题讨论H5：这是一封来自2050老司机的信，那时候自动驾驶普及，如今我们该如何开始应对？



## 校园活动



### 浙江大学校园分享会

分享话题：**未来，人工智能对人类是“入侵”还是“融合”？**

邀请嘉宾：

- ✓ 《奇葩说》辩手马薇薇
- ✓ 科学松鼠会创始成员瘦驼
- ✓ 凤凰网副总裁池小燕
- ✓ 东风日产市场销售总部副总部长 陈昊
- ✓ 资深媒体人、凤凰网汽车事业部总经理胡津南



## 校园活动



### 武汉大学校园分享会

分享话题：**当虚拟现实越来越逼近“现实”，世界将变得如何？**

邀请嘉宾：

- ✓ 《爸爸去哪儿》睿智村长李锐
- ✓ 《奇葩说》辩手、武大讲师陈铭
- ✓ 东风日产市场销售总部总部长刘宗信
- ✓ 资深媒体人、凤凰网汽车事业部总经理胡津南
- ✓ 素人幻想师糖匪



## 校园活动宣传



浙江大学校园分享预热H5使用答题方式，设计采用时空飞船概念，穿越时空来到人工智能时代浙大春季招聘会现场；动画细腻，科技感十足。

## 预热H5



武汉大学校园分享预热H5使用朋友圈测试方式，寻三组委员会号召大家在朋友圈发布VR体验图片测试朋友圈纯洁度，带出活动信息，充满趣味。

校园活动现场

浙大到场人数：700+  
武大到场人数：500+



场上嘉宾激情发表  
精彩观点纷呈



场下学生积极互动，  
热烈提问探讨



## 专题内容即时呈现

浙大专题：<http://biz.ifeng.com/auto/special/xz3zd/offline1.shtml>



武大专题：<http://biz.ifeng.com/auto/special/xz3wd/offline2.shtml>



## 收官峰会预热



青年峰会预热H5采用动画形式，策划主题《100年前的古人是用什么科技手段撩妹？》的有趣展览，引出6月7日的峰会相关预告信息，设计科技风格浓厚，画面的空间立体感强。



《“寻找未知的自己”第三季收官之战即将来袭——一场关于未来的辩论》

[http://young.ifeng.com/a/20170605/44630265\\_0.shtml](http://young.ifeng.com/a/20170605/44630265_0.shtml)

**峰会预热报道在微信公众号曝光107万+！**

## 收官峰会现场

## 活动场地爆满，嘉宾精彩演讲+互动论坛引发学生阵阵喝彩

嘉宾分享话题和前两场相比明显升华：不仅仅是人工智能与虚拟现实，更多聚焦科学的变革与人类发展的关系，以及更深地思考科技带给我们的安全感和焦虑根源。



北邮活动现场人数：500+

## 活动直播

## 活动现场风直播 + b站直播全程跟随,线上场外观众实时互动



### 风直播数据：

浙大直播最高在线人数**37万+**，观看直播总人数**72万+**；

武大直播最高在线人数**45万+**，观看直播总人数**87万+**。

北邮活动现场直播最高在线人数**59万**，观看直播总人数**114万+**！





- 打造破亿级人群覆盖：项目总曝光超过**40亿**，总点击数**685万**；  
CPC 0.95元，CPM 1.61元。



- 互动体验**效果佳：线上话题探讨专题总留言数超过**3000条**，网友投票总数接近**54万**！线下活动场场爆满，总参与人数**超过1700人**。



- 传播**影响大：活动后通过双微社会化传播，让项目影响大范围扩散的同时，也让东风日产此次营销获得了行业内的高度关注。

“NISSAN是一个具备挑战精神的品牌，相对于其他主流竞品，我们更大胆无畏和挑战常规。科技、智能是NISSAN的特质，突破、大胆、创新同时也是现代年轻人的标签。我们希望通过‘寻找未知的自己’系列活动，与年青群体共同探讨智能科技的发展和影响，一起成长、共同承担。鼓励年轻人能够积极探索未知、拥抱科技，突破自己、洞见未来。”

——东风日产总经理埃尔顿·谷硕寄语



“作为一家年轻的车企，东风日产也一直在寻找未知，探索未来智能化的生活方式。我们希望通过‘寻找未知的自己’系列活动，让当代青年人开放活跃的思维，引发对人工智能、虚拟现实、科技危机等热门话题的理性思考，鼓励青年拥抱未来，关注科技，发现自己未知的可能性。”

——东风日产市场销售总部总部长刘宗信