



Top  
Mobile  
Awards

---

# 品质生活千人观X速腾

- ◆ **广告主**：一汽大众
- ◆ **所属行业**：汽车
- ◆ **执行时间**：2017.05.22-06.27
- ◆ **参选类别**：内容营销类



## 消费升级大时代

品质生活成为全民关注、行业热议的焦点

消费升级迭代正在中国的城市生活上演着

# 速腾质感生活

追问生活初心，开启乐动决心  
捕捉真实内心，品质诠释匠心

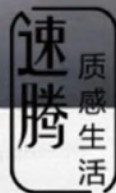
## 传播任务

# 2016

A级细分市场销量冠军  
实现销售33.5万辆

# 2017

新速腾品质升级  
放大速腾的“质”





速腾“质感”解读

不是豪华品牌的尊享、奢华

而是国民层面追求更好的生活

是消费升级大时代下品质向上





&



## 合作策略

# 依托头条大数据优势，产出 千人千面 品质生活观

以头条7亿用户为样本，深度洞察，发现消费升级大时代下国民的品质消费观

**7800万** 日均活跃用户    **7亿** 注册用户数

“基于机器学习的个性化智能推荐引擎”

根据用户兴趣实现千人千面智能分发的资讯阅读平台

移动互联网第一资讯流量平台

**40000台** 服务器    **1000位** 工程师

在今日头条，每天有超过100亿条资讯找到对它们感兴趣的人，产生十亿次点击，服务器每天接收60亿次请求，数据处理量超过7.8PB

# 60

# 70

# 80

# 90

生活背景不同，看看60、70、80、90各自不同的  
品质消费观

- ◆ 60后更恪守传统，70后谨慎选择，80后努力进取，90后表达自我；
- ◆ 60后稳重顾家，勤俭节约，因为出生于物资匮乏的年代，勤俭节约的品质已经成为60后深刻的烙印。
- ◆ 70后专注实干，受改革开放和市场经济观念影响，信奉经济基础决定上层建筑。
- ◆ 对于80后而言，网购是他们追求品质生活不可或缺的一部分
- ◆ 90后是自我的一代，他们享受与偶像、网红的专属互动。
- ◆ 就明星偶像而言，60后最爱邓丽君、70后最爱刘德华，80后最爱周星驰，90后最爱鹿晗



# 数说“品质生活”千人观

国民品质生活大数据解读

一千人心里有一千个哈姆雷特，每个人眼中的品质生活也有着不同的定义

一汽·大众携手今日头条，洞察时下品质生活“千人观”与“新趋势”

数据来源：“品质生活”百万用户行为数据

## 前方有一大波品质男神正在接近

男女观



男人对于生活品质的关注度越来越高，男神们一旦讲究起品质来，调性瞬间提升几个level!

## 跨越时空的品质生活观

80/70/80/90年代观



各年龄段关键词阅读热度特征明显，凸显年代感

## 对面的女孩看过来，小礼物，刷起来

90后



“90后”最自我的一代，他们热衷于工作学习之余，享受与偶像、网红的专属互动时刻

## 各年龄段人群最喜爱的明星

一代佳人的《小城故事》



## 与品质生活最相关的星座Top3

星座观



## 粒粒皆辛苦，节约最靠谱

80后



很多“80后”的人出生在物质匮乏的年代，“勤俭节约”的品质已经成为刻在骨子里的烙印

## 鸡生蛋、蛋生鸡、钱生钱

70后



“70后”是“改革开放”和“市场经济”的产物，信奉“经济基础决定上层建筑”

## 有种“爱”叫做“清空她的购物车”

80后



对于乐于接受新鲜事物的“80后”来说，网购对于他们早已成为生活中不可或缺的一部分

## 对面的女孩看过来，小礼物，刷起来

90后



“90后”最自我的一代，他们热衷于工作学习之余，享受与偶像、网红的专属互动时刻

## 各年龄段人群最喜爱的明星

一代佳人的《小城故事》



## 与品质生活最相关的星座Top3

星座观



听听80、70、80、90怎么说

# 品质生活千人观

# 品质生活新趣势

新“趣”势更多体现在精神层面，喜欢拥抱自然，回归简单、健康的生活方式

- ◆ 品质生活——多肉植物的喜好、文玩的爱好、喜好尤克里里等上升迅速
- ◆ 人们越来越接受知识付费，知乎、喜马拉雅、得到等知识付费APP受到人们欢迎。
- ◆ 近一年的热剧：毫无疑问《人民的名义》，紧随其后的是《鬼吹灯精绝古城》，第三是《纸牌屋》
- ◆ 健康生活观热度上升很快，人们开始推崇少油、少盐、少糖、少辣
- ◆ 跑步蔚然成风，晒跑族长年霸占社交媒体，广州人最爱跑步，其次是北京深圳。
- ◆ 除了跑步之外，潜水、攀岩、沙漠徒步也受到人们的欢迎。
- ◆ 5个热门目的地是香格里拉、凤凰古城、泰顺、蜈支洲岛、哈巴河



# 品质生活新趋势

新一代知识青年，用脚步丈量世界



## 达康书记才是我新晋的男神

精神世界观  
近一年热剧 TOP3



国民热剧新潮流：反腐类、盗墓类、逻辑类等题材备受追捧

## 清淡才是健康的王道

健康生活观  
“健康烹饪”关注度排行



## 跑步蔚然成风，“晒跑族”长期霸占社交媒体

健康生活观  
关注“跑步”关键词城市分布



## 人们的运动新趣味可不止跑步那么简单

健康生活观  
国民新运动 TOP3



## 用脚步丈量世界，“驴友”成热门话题

健康生活观  
【和“驴友”相关度最高5个目的地】



# 品质生活品质观

分类盘点男女品质人群最爱的电影、书、景区、商业大咖、娱乐明星

## 淘宝帝国的崛起也有你家夫人的功劳

### 速腾男女品质说

“速腾”兴趣人群喜爱的明星大咖

王健林  
3,203,510



马云

雷军  
1,765,280

刘强东  
1,518,720

7,817,790

马化腾  
1,485,970

## 金锁变成了武则天 你追了冰冰多少年

### 速腾男女品质说

“速腾”兴趣人群喜爱的娱乐明星



范冰冰 5,200,890

成龙 5,054,950

周星驰 4,645,320



## 速腾质感生活

追问生活初心，开启乐动决心  
捕捉真实内心，品质诠释匠心



## 击败阿尔法狗的希望就寄托在这本江湖秘籍上了

### 速腾男女品质说

“速腾”兴趣人群近期爱读的书

《机器学习》  
873,501

《追风筝的人》  
304,110

《目送》  
460,970

《白夜行》  
140,890

《人类简史》  
641,530



## 法海你不懂爱 雷峰塔会掉下来

### 速腾男女品质说

“速腾”兴趣人群最关注的国内旅游景区排名

西湖  
1,911,620

故宫  
1,402,860

泰山  
1,739,690

华山  
1,246,880

黄山  
994,540



# 数说“品质生活”

## 品质说

国民品质生活大数据解读

谈到“品质感”，有很多车型凭借精湛的工艺和富有质感的设计引领了国民用车的“品质潮流”。  
比如“速腾”与“品质感”在今日头条的相关阅读就高达210495条，备受品质男女的喜爱。

让我们一同倾听“速腾男女品质说”。

数据来源：“头条指数”用户近一年阅读数据

## 就爱“疯癫又多谋”的“杰克船长”

### 速腾男女品质说

“速腾”兴趣人群近期喜爱的电影

摔跤吧！爸爸  
739,848



亚瑟王  
1,126,240

春娇救志明  
874,635

加勒比海盗  
15,534,107

临时演员  
1,497,370

男神女神说

# 品质生活品质说





信息流GD大图



传播执行：基于数据洞察，精准分发

速腾质感生活数字传播

传播周期：5月22日-6月27日

传播概念：品质，有态度，不将就

传播形式：信息流GD大图

数据报告H5链接：

<http://event.toutiaocloud.com/h5/index/?from=message&isappinstalled=0>





## 头条号发布

### 【数据】

- 1) 【打开天窗】头条账号发布，推荐到首页，同时头条号【置顶】2天；
- 2) 上线1天，自然阅读量达到1万+，自然阅读量！！



信息流GD大图

传播时间：5月22日-6月27日

预估曝光量：37,000,000

预估点击量：259,000

预估点击率：0.7%

预估CPM：¥ 24.9

展示量

**39,347,304** (溢出6.3%)

点击量

**295,924** (溢出14.26%)

点击率

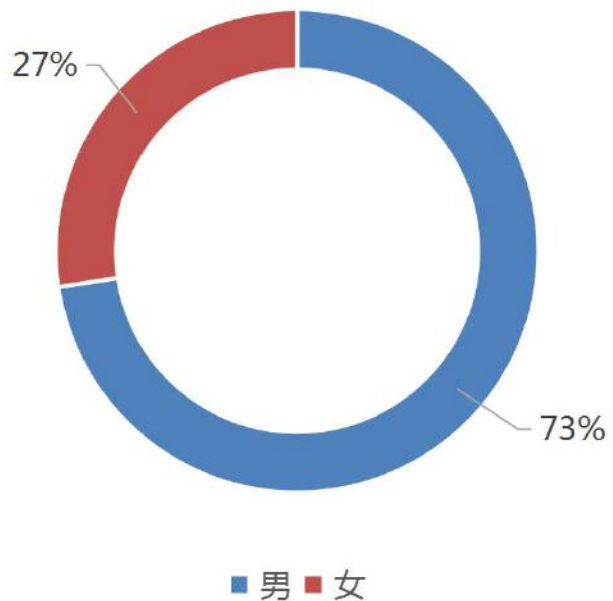
**0.75%** (溢出7%)

实际CPM

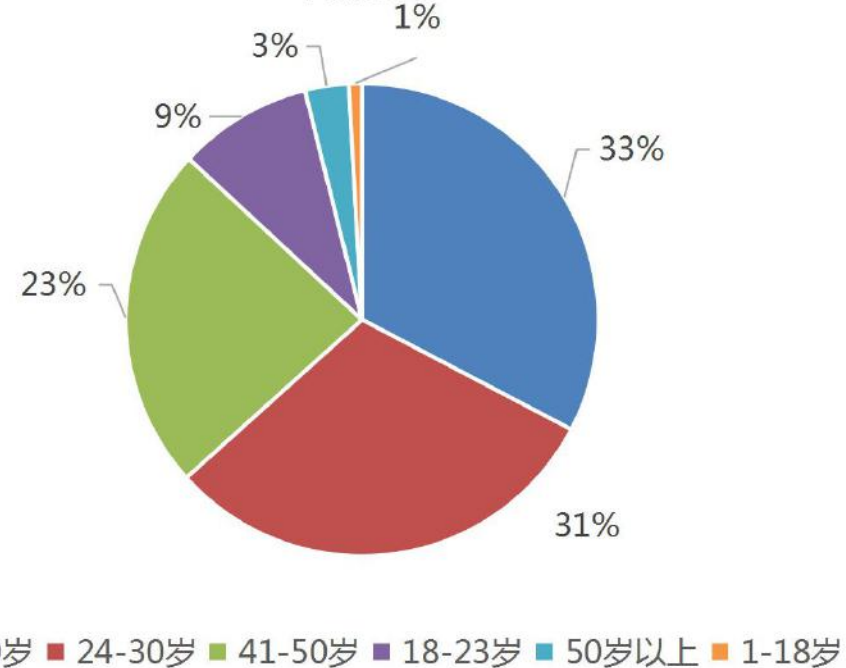
**¥ 23.4** (节约6%)

- ◆ 性别层面，以男性为主，但女性用户对新速腾也越来越青睐；
- ◆ 年龄层面，主要集中在24岁-40岁，以80,90后为主，此部分受众人群购买实力强，注重生活品质，不将就；

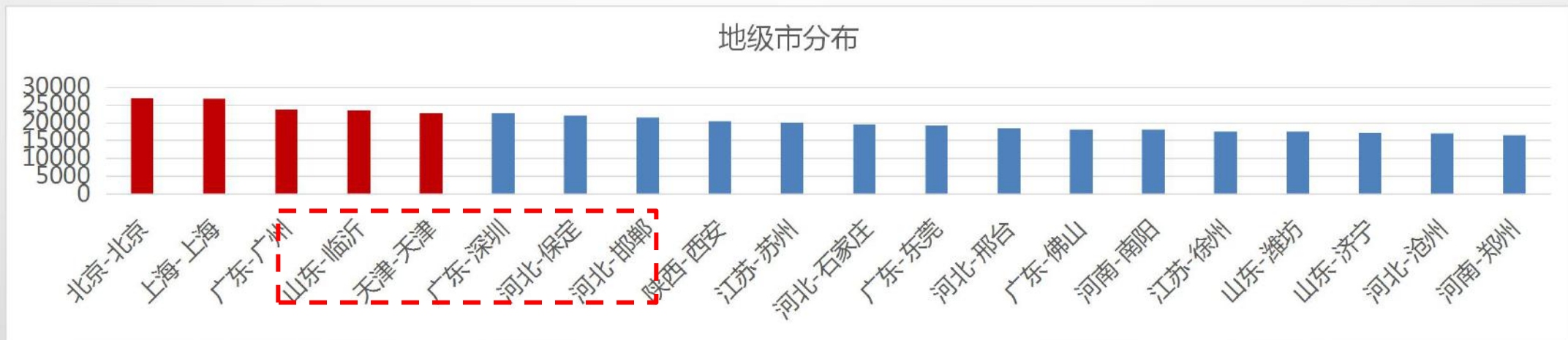
性别分布



年龄分布



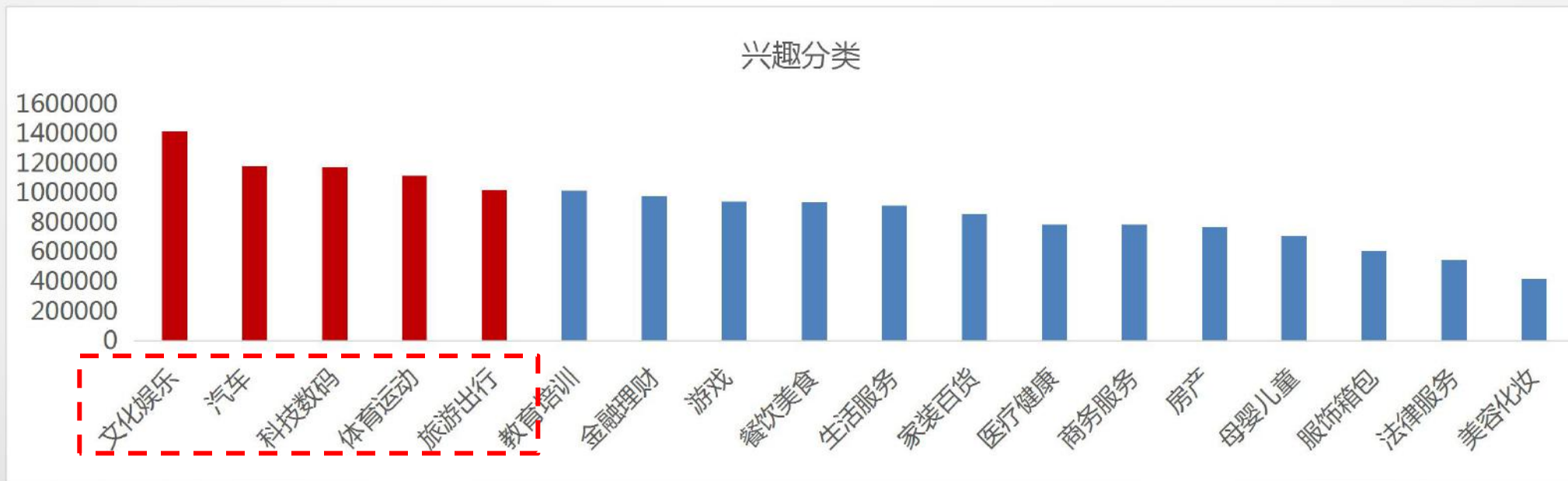
- ◆ 从地域分布来看，除北上广一线城市以外，对速腾喜爱的用户偏华北二、三线城市。目前二、三线城市逐渐占领汽车市场，物质生活水平提高，对品牌的要求也提升，可以主要针对此部分人群集中投放





## 点击人群分析-兴趣

- ◆ 从兴趣分布来看，速腾兴趣人群注重“健康”生活方式，对娱乐、汽车、科技数码、体育、旅游感兴趣；
- ◆ 对生活品质有一定的要求，和速腾理念高标准的生活相吻合，符合“品质生活”之道；



# 1

生活节奏加快，每个人眼中的品质生活也有不同的定义，但大家追求的“品质生活”--不安于现状，不将就，尽心尽力追求有质量的生活

# 2

利用头条大数据7亿用户样本，解析60、70、80、90跨越时空的品质生活观，让人们引起共鸣，开启各自的品质人生

# 3

以个性化H5的形式传递品牌态度，并制造传播影响

# 客户反馈



品质生活报告发布后，客户第一时间转发，并赞赏本次合作：  
“我们看重头条的大数据优势。头条以详实而丰富的品质生活报告补充了速腾质感生活的传播策略，这份报告对我们下一阶段的传播具有重要的策略反哺意义。”