

大众蔚领老司机贵阳行

- ◆ 广告主：大众蔚领
- ◆ 所属行业：汽车厂商
- ◆ 执行时间：2017.06.15-06.30
- ◆ 参选类别：短视频营销类

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

<https://www.meipai.com/media/779540388>

或者
扫一扫看视频





我们接到了一份brief



高效垂直的品牌推广

1. 路线深度结合品牌特性，全方位展示车辆优势性能
2. 传播受众粘性高&拥有变现能力

大众蔚领以其精致的外观，强劲的动力，方便省心的后期保养维护，为旅游出行和家庭用车提供优质的体验。



达人属性高度契合品牌诉求

洞察&策略

郑实&大众蔚领品牌契合点

知名主持人、旅行达人，拥有丰富自驾游经历，车类性能评价有足够说服力，能引发强烈认同。同时具备情感类KOL属性，粉丝拥有一定经济基础且粘性高，高度匹配蔚领潜在用户。

郑实总粉丝量达：1000万+

美拍：155万 微博：50万
微信：80万 空间：316万

代表作品

《郑在秀》

《Hi走啦》

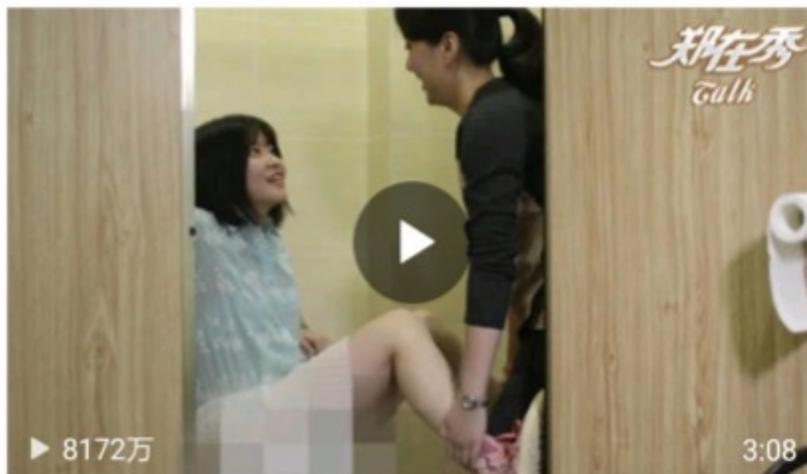
《So问题来啦》





郑在秀 
01月30日 22:52

害羞！原来女生在厕所都干这些事



浏览9442.3万次

 492.7万人觉得很赞

单集播放量过亿，点赞492万



Hi走啦旅游节目秒拍单集播放329万

旅游美食达人，情感老司机

——线路定制全网推广、自媒体深度垂直推广



极致景观下品牌露出，自驾达人专业车辆性能评测



栏目粉丝精准匹配品牌用户，变现潜力巨大



全网40+平台推广，覆盖1000万级人群，扩大品牌影响力



意见领袖

旅游价值的传递、旅游信息的意见领袖，有信任度、有价值的旅游达人IP

粉丝经济

粉丝黏性强，粉丝商业转化率高，即高商业价值。

心理唤起

唤起不同的自我，即时性地匹配心理感受和交易行为。

信息的传递

为用户提供旅游相关的信息需求，解决用户旅游的痛点。

结合图文+视频，优质内容结合汽车性能展示，易传播、促进用户转化



节目介绍及推广优势



全网覆盖40多个平台、10多家合作伙伴



- ▲ **视频网站** 爱奇艺、优酷、搜狐视频、腾讯视频
- ▲ **短视频平台** 秒拍、美拍、内涵、小咖秀、小影、QQ空间
- ▲ **媒体开放平台** 企鹅号、今日头条、UC头条、网易媒体开放平台、QQ公众号、一点资讯、百家号
- ▲ **其他平台** 百度视频、百度贴吧、人人视频、小米TV、足记APP、旅行者镜头

“Hi走啦”短视频节目，是专业制作头部PGC短视频项目的**福建省厦门小题影视**旗下的龙头项目。

节目通过全互联网平台播放，覆盖视频、短视频、图文头条号、直播等**40多个**网络平台；节目至今已走国内外十多条国内外优质线路产出**近60多期**节目，合作**10多家目的地旅游**推广伙伴，至今覆盖播放总量**2个亿**均集播放量**600万**。

“Hi走啦”以活跃在全网的拥有百万粉丝的**网络红人、旅游达人**为主角，致力于给网络用户带来高品质，实用好看的视频旅游攻略，服务于主要的**旅游消费群体**，因在互联网的突出传播力量和影响力也获得优士旗下的Uc平台黑马奖和量子计划的荣誉。



节目荣誉

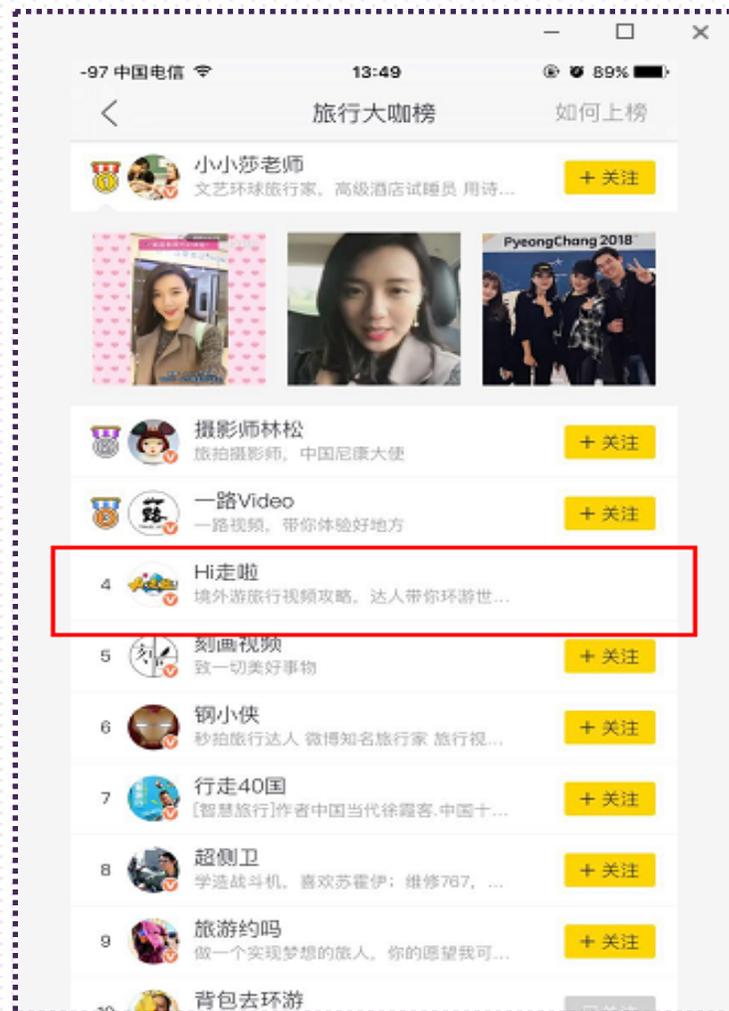
旅游榜 更多>

- | | | |
|----|---|---|
| 1 |  | Hi走啦 22.2万 ↑ 节目简介> |
| 2 | XFun吃货俱乐部 | 99,391 ↑ |
| 3 | 翻滚吧地球 | 16,312 ↑ |
| 4 | 垂钓学院 | 1,463 ↑ |
| 5 | 钓鱼视频技巧《钩尖江... | 750 ↑ |
| 6 | 怪兽来了 | 541 ↓ |
| 7 | 美食美课 | 502 - |
| 8 | XFun吃货俱乐部花絮 | 453 - |
| 9 | 背包去环游GO | 391 ↑ |
| 10 | 东京印象 | 299 ↓ |

旅游节目

综艺 纪录片

- | | | |
|----|-------------|---------------|
| 1 | 金炳万的丛林法则 2 | 金炳万的丛林法则 2016 |
| 2 | 侣行 第二季 | 侣行 第二季 |
| 3 | 小梦帮倒忙Z | 小梦帮倒忙Z |
| 4 | 侣行 第三季 | 侣行 第三季 |
| 5 | 背包去环游 | 背包去环游 |
| 6 | 侣行 第一季 | 侣行 第一季 |
| 7 | 动旅游Vlog 第一季 | 动旅游Vlog 第一季 |
| 8 | Hi走啦 第一季 | Hi走啦 第一季 |
| 9 | 跟着贝尔去冒险 第一 | 跟着贝尔去冒险 第一季 |
| 10 | 旅行智造 2017 | 旅行智造 2017 |





合作伙伴



兴化旅游



与携程合作泰国清迈线路
1个月时间PV转化1.8W



与厦航国旅合作
柬埔寨吴哥线路

Hi走啦 自2016年12月1日上线至 2017年7月17日已经覆盖**千万用户**

所到线路：柬埔寨吴哥、菲律宾宿务、丽星邮轮、泰国清迈、韩国首尔、塞班岛、香港、日本大阪京都、马来西亚（吉隆坡-檳城-马六甲）

贵阳亲子自驾游

以爱为先
自驾共享亲子时光



以郑实为主角带领一个萌娃进行贵阳亲子自驾游，通过旅游线路的定制，赋予亲子相处的温馨场景，着重展现大众蔚领在旅游方面的卓越表现，并以陪伴家人升华品牌情怀。

推广策略及目标

1. 全网视频播放&线路定制
2. 自媒体推广粉丝互动&内容定制自媒体传播

Hi走啦 贵阳自驾行介绍

全网40多个平台视频播放&线路定制

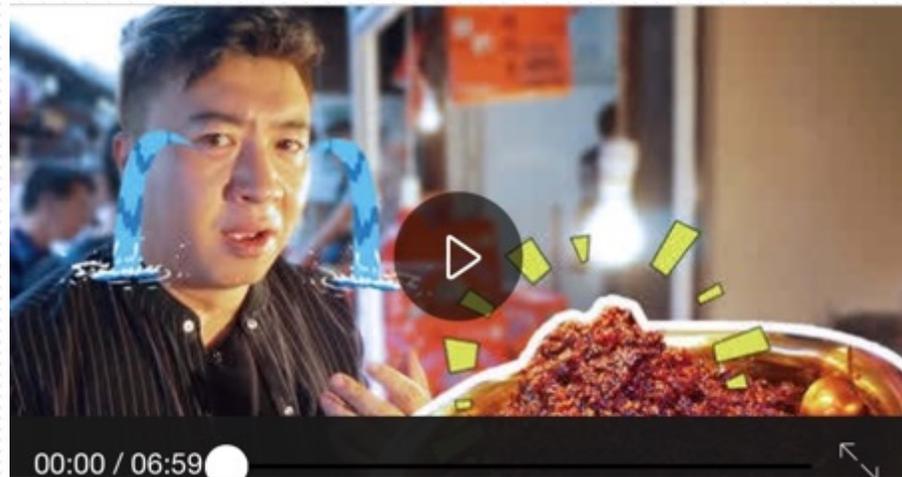
贵阳亲子游标签为线路线索

以亲子旅游为情感主线，突出大众蔚领是自驾游和家庭出行的第一选择。

- 1、贵阳特色风情的调性，美丽风景映衬“蔚领”时尚外观。
- 2、亲子美食攻略，针对“蔚领”定位用户人群兴趣点输出极致内容。

视频主题

休闲时光，共享天伦。以**贵阳亲子自驾游**为主题，过程中突出大众蔚领汽车的独特操控感和家庭驴友的实用性，让喜欢旅游、向往旅游的人群对这款汽车有深的认识，并形成品牌情感。



大众蔚领 & 推广方案

- ✿ 为大众蔚领设计形象标签，使其在用户心智中成为旅游家庭用车的第一品牌。
- ✿ 郑实直播大众蔚领沪杭亲子自驾游，让用户对汽车的外观、内饰、操控感等方面有更深的认知。
- ✿ 自媒体传播：利用《Hi走啦！》的官方微博进行图文传播，视频花絮辅助在视频节目《郑在秀》中配合传播，增加品牌的曝光度。
- ✿ 视频内容中以孩子看到大众蔚领汽车时的感受，侧面体现汽车外观，以及后车厢宽大空间的展示。

大众蔚领 & 效果反馈

▲全程汽车性能、内饰展示，路跑体验，
每个环节都能戳中汽车用户兴趣点

▲全网总集播放量**2000万+**

▲粉丝评论热情互动

▲点赞无数转发**过万**远超客户预期



**我们超额完成任务!
客户大大很满意!**



Shirley九九 ♀

06-17 13:33

郑实来安顺吃小吃啊，还有黄果树瀑布，龙宫等等景点等你玩，也推荐给大家啊



多啦A梦♥☆ ♀

哇！郑大大居然去贵阳了！我怎么就没遇到呀！



夏有乔沐雅望天堂 ♀

06-16 16:48

为什么没遇到！都不说一下！好让我们贵阳的粉丝欢迎你呀！不过还是要说爽爽的贵阳欢迎你再来！



。艺无处安放 ♂

06-19 02:56

都来到了贵阳 一定要来红色遵义 这里有很多美食也有很多美景



罗晓晓 🤖 ♀

06-16 09:12

爽爽的贵阳欢迎你老司机