

## 广汽本田梦想感染力

广告主：广汽本田汽车有限公司

所属行业：汽车行业

执行时间：2018.01.01-01.31

参选类别：跨媒体整合类

### 营销背景

2016 年，广汽本田发布全新企业品牌中英文口号：让梦走得更远 Your Dreams Our Drive，并确立“具有探索精神的梦想同行者”的品牌定位。据《中国 90 后汽车消费报告》显示，90 后新生代的崛起成为影响未来十年的汽车消费主要人群，预计到 2025 年，90 后占汽车消费新用户的比例将达到 54%。基于此，广汽本田将目标层规定为泛 90 后群体。据 2016 年人民网发布的 90 后现状调查，中国约有 2000 万青年在一线城市过着独居生活。在独自面对生活、经济、家庭压力的同时，60%的年轻人对待生活的态度变得很实际。在这种情境下，广汽本田始终相信，梦想是生活的原动力，并鼓励 90 后追逐梦想，探索未来更多可能，承诺以同行者的姿态，陪伴他们走得更远。然而，根据 2016 年企业品牌调研报告显示，广汽本田全新企业品牌口号认知度 20.3%，距离目标值的 30%尚存差距；广汽本田的品牌好感度仅排行第 7 位。广汽本田形象埋没于竞品，无突出形象。

### 营销目标

提升 90 后对广汽本田的品牌认知度以及品牌好感度。

### 策略与创意

**传播战略：以“相互激发”为沟通方式的年轻化品牌重塑**

基于此，我们开始对企业品牌形象进行多维度的“年轻化”重塑及升级，通过紧贴社会热点、接触度高的媒体，以“相互激发”的情感沟通方式向泛 90 后群体传递“具有探索精神的梦想同行者”的品牌定位，切实打造全方位的“梦想同行者的 360°体验”。围绕目标群的生活方式，多方位传播，最大化曝光企业品牌全新形象。

### 执行过程/媒体表现

**沟通创意：1 支表现“梦想感染力”的企业品牌形象片**

我们围绕“相互激发”的沟通方式，全新拍摄一支以“梦想传递”为创意的企业品牌形象片，充分诠释“梦想同行者”的品牌角色，并同步展开一系列的整合传播互动。

**视频链接：**

[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNDAXNTYzMzI0MA==.html?spm=a2h0j.11185381.listitem\\_page1.5!4~A](https://v.youku.com/v_show/id_XNDAXNTYzMzI0MA==.html?spm=a2h0j.11185381.listitem_page1.5!4~A)

**深度策划：1 次现象级的“年轻化”梦想激发行动**

我们贴合五大生活圈层兴趣话题，联手深受年轻人喜爱的现象级微信大 V 新世相、黎贝卡的异想世界、视觉志及 Zaker，深度策划一场圈层式的梦想激发行动。

以新世相为例：新世相，中国内容运营头部自媒体大 V，拥有 400 万+粉丝群，成功产出“凌晨四点的北京”、“新世相图书馆漂流”、“4 小时后逃离北上广”等千万级流量内容策划，锁定重视深刻思考和精神生活的年轻人。我们联手新世相，以年终复盘作为切入点，发起“表达我的梦想宣言”征集活动，并由梦想同行者广汽本田提供实现新年梦想的支持。征集推文发布当天阅读量超 10 万+，征集 H5 点击量破 22 万，超过 4 万人次参与了互动。

**新世相案例：**

[http://mp.weixin.qq.com/s/vD9\\_G7rIuRYdiaBcH-GpIA](http://mp.weixin.qq.com/s/vD9_G7rIuRYdiaBcH-GpIA)

**黎贝卡的异想世界案例：**

<http://mp.weixin.qq.com/s/BiMKgIPj90n-KohyeNeSkQ>

**视觉志案例：**

<http://mp.weixin.qq.com/s/kqFiSjgO05yV6e1Vkpkrw>

**Zaker 案例：**

[https://app.myzaker.com/news/article.php?app\\_id=7&pk=5a5da0f19490cbd40400004b&sharechannel=wx](https://app.myzaker.com/news/article.php?app_id=7&pk=5a5da0f19490cbd40400004b&sharechannel=wx)

**广度覆盖：1→N 裂变式的 UGC 梦想传递效应**

除深度互动外，广汽本田从点到面进一步扩大品牌辐射力。我们在《广州日报》头版发布年终梦想手扎，激发受众对梦想的思考，辅以三版品牌 KV 诠释广汽本田“具有探索精神的梦想同行者”的品牌定位。

广州日报

广州政务环境满意度 连续两年居全省第一

过亿人次收看本报全球跨年大直播

地铁单日客流首破千万人次

街坊凌晨从今日发清是广州

2,000,000 谢谢

广汽 HONDA

2018 广汽本田的旅程在路上海?

广汽 HONDA

让梦走得更远 YOUR DREAMS. OUR DRIVE.

你好, 2018

地铁单日客流首破千万人次

广州为迎接春运中心枢纽站全力提升 2017年春运一天最高客流达1300万人次

广东高速预计今晨迎返程高峰

电单车解禁公共道路

广汽 HONDA

你踏出的每一步 都是开最好的车 果敢一点 让梦走得更远

YOUR DREAMS. OUR DRIVE.

身边事

凌晨英雄广场来了群“无名英雄”

VR博物馆元旦开馆

广汽 HONDA

让梦走得更远 YOUR DREAMS. OUR DRIVE.

动起来 步步高

一个符号编入一封信

广汽 HONDA

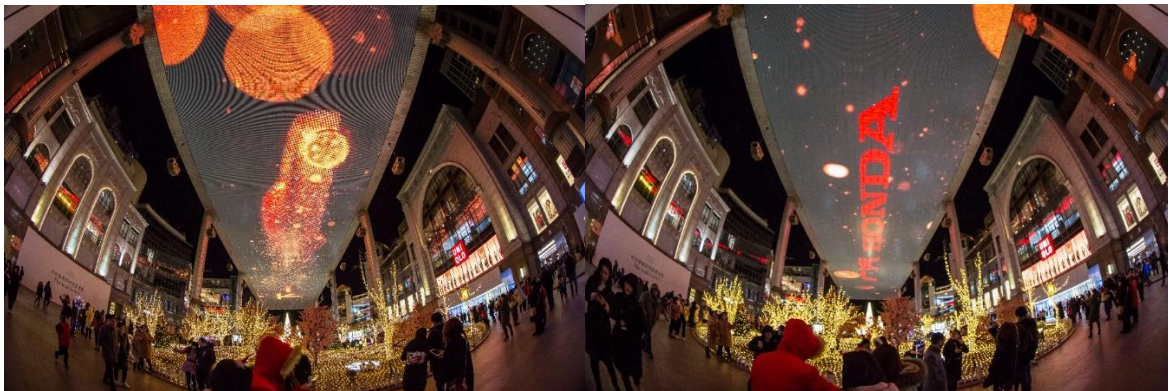
让梦走得更远 YOUR DREAMS. OUR DRIVE.

北京世贸天阶、上海震旦大厦、广州塔三大地标同步梦想展播，引发全民关注，并自发产出大量UGC素材，形成裂变式的二次扩散。

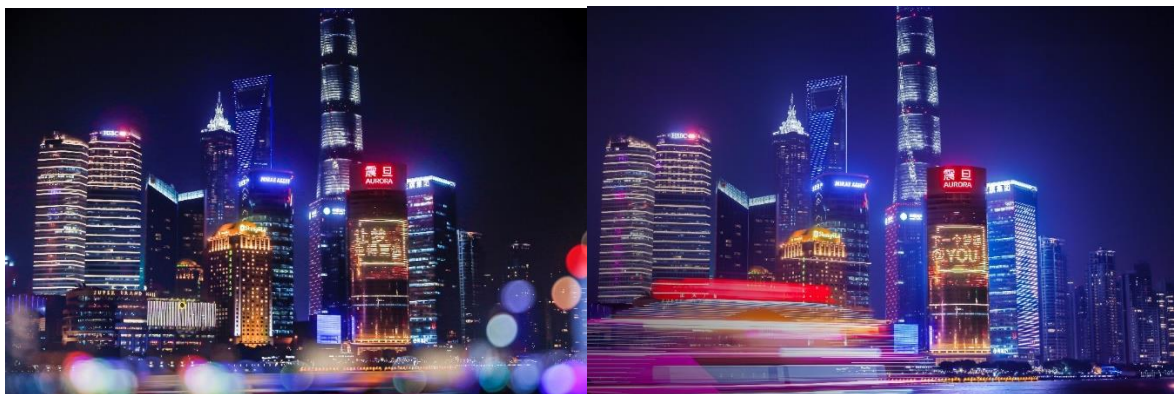
广州塔：



北京世贸天阶：



上海震旦大厦：



同时，广汽本田包揽湖南、浙江、江苏三大当红卫视跨年演唱会关键广告时段，全国轰炸式话题引爆。

## 营销效果与市场反馈

本次企业品牌形象整合传播，总覆盖人次超过 10 亿；公关传播层面，完成 130 篇稿件传播，获得 10 家跨界媒体首页推荐，58 家媒体二次扩散，55 次重点平台分发，页面浏览量达 327 万，百度搜索结果超 827 万个，传播价值达 1,199 万元。助力 2018 广汽本田品牌好感度上升至第 4 名。