

福特锐界——借势 IP 内容 DNA，引燃品牌精神内核

广告主：长安福特

所属行业：交通行业

执行时间：2018.06.12-08.12

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

福特品牌作为世界最大的汽车企业之一，一直一来以“进无止尽”作为品牌理念，不仅在于品牌对用户驾驶体验的无尽专注，更在于品牌强烈的社会责任意识，以一己之力推动社会点滴发展。锐界作为福特旗下最畅销的 SUV 车型，以其良好的口碑成为福特品牌的扛旗者，希望借助结合腾讯媒体内容力及运作力，再塑锐界品牌正能量与精神内涵，也进一步提升福特母品牌的形象。

营销目标

福特锐界受众是一群 30-45 岁之间事业有成、注重自身修养的有为男性群体，他们对文化、纪录片有着浓厚的兴趣。凭借腾讯强劲的新闻原创策划能力以及广泛的认知度和庞大的网民基础，以具有深度的纪录片形式为载体、具有厚度的文化个性为内容，与品牌共同引领新闻报道的价值取向。用新闻正向内容与品牌共声，传递品牌正能量！

策略与创意

腾讯新闻联合长安福特锐界，发起深度新闻内容共建——《我的时代和我》，选择这个时代下的榜样人物，在个人精神与集体意识上矛盾中，以深度对话与思想交锋，重塑这个时代的精神范本，引领用户寻找自我价值，这也深度诠释了锐界所倡导的“锐意前行”的“时代领路人”的品牌形象。

执行过程/媒体表现

亮点一：9 位时代名人巨匠的深度访谈，传递品牌所倡导的时代精神

腾讯新闻甄选 9 位不同代表人物，通过人物特稿式的纪录方式，在细微处观察他们身上透出的个人精神与时代赋予的集体意识，表达在时代中找到“我”，不迎合，不盲从，不论是怎样的时代，都是“我的时代”的精神主张。通过人物故事激发用户思考，传递锐界“锐意前行”的“时代领路人”的品牌形象，引发当代主流用户的深层次情感共鸣与品牌价值认同。



亮点二：借势内容的舆论爆点，品牌最大化露出

《我的时代和我》6月12日第一集一经播出，便引起了一场舆论风暴。在社会上引发极大轰动，刷屏社交媒体平台。而锐界除了通过纪录片正片中以品牌联合 logo，片头植入，贴片硬广等多种露出方式外，还联合腾讯新闻打造了人物专访，随节目一同播出，锐界以采访车的形象穿插在访谈之中，传递着“时代领路人”的强大气场。同时，节目还有大量的外围资源，包括户外广告、微博传播等，多维度炼化品牌曝光，借助人物的明星效应传播广度及腾讯新闻原创内容的深度，拓展成品牌自身的精神厚度。

节目内-人物专访+节目包装

1-人物专访随节目播出



2-主持人采访车

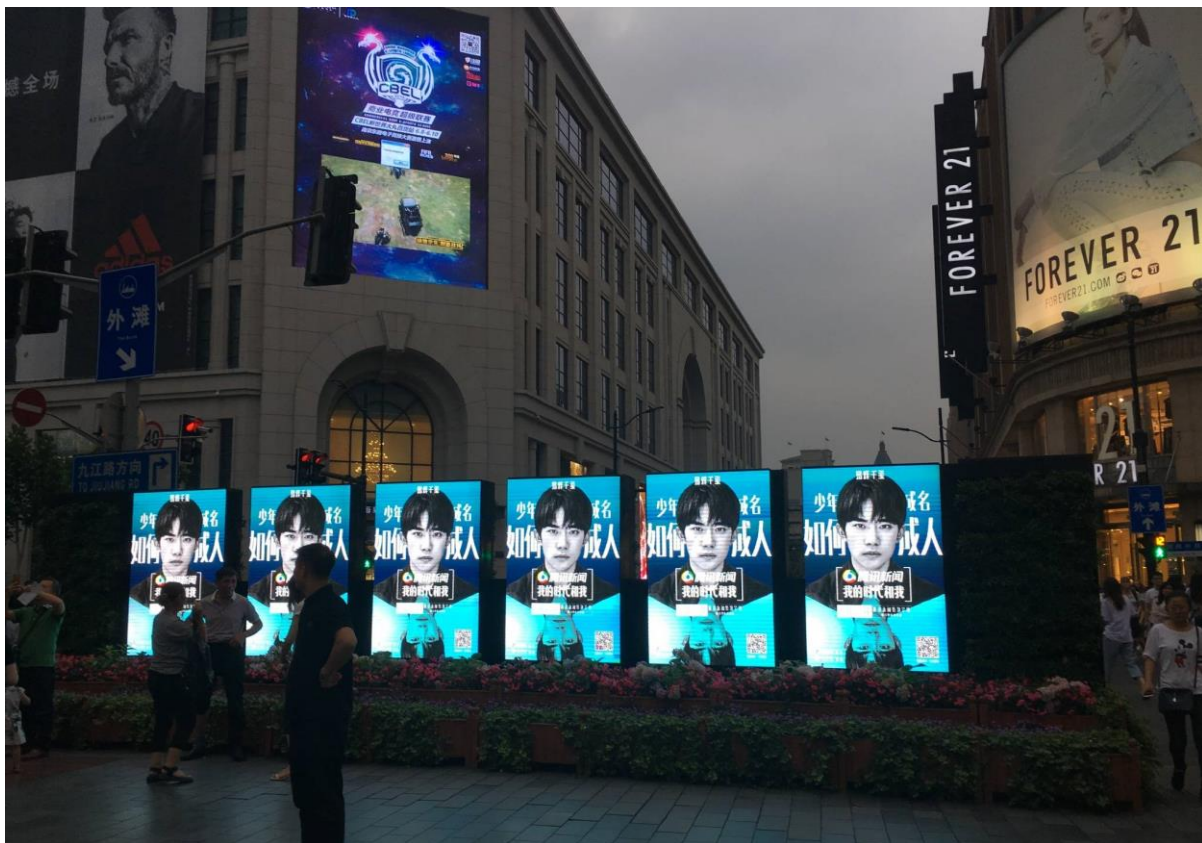
<https://v.qq.com/x/cover/edg9xwk89ml8uwo/i0026kjlxd2.html>



3-正片植入



节目外：大型户外广告，明星影响力转化为品牌影响力



PC 端节目连接：<http://news.qq.com/cross/20180524/II94F97P.html>

移动端节目连接：<http://news.qq.com/zt2018/mytime/index.htm>

借势IP内容DNA，引燃品牌精神内核

长安福特锐界携手腾讯新闻《我的时代和我》，共塑时代价值典范

项目背景

锐界希望通过高端IP内容深耕，建立品牌独特的营销壁垒和形象标签，强化“锐意前行，界由我定”的品牌理念，提升品牌关注度，高效传递品牌价值理念。

我的时代和我

项目策略

联手腾讯新闻，共建《我的时代和我》深度IP，以典型公知人物故事，勾勒时代形状，直击用户情感诉求，实现品牌高端用户圈层营销及精神感召。

走星 融合共声

人物精神为品牌“代言”

摒弃硬性灌输，以纪实形式，真实捕捉人物身上的时代精神，将人物时代精神幻化为品牌价值引领



我的时代和我

走心 内容矩阵

品牌精神脉冲式触达蔓延

人物海报+互动H5，双维预热造势；纪录正片+人物访谈，双维内容输出；精剪短视频+社交分发，实现口碑扩散



走形 多维植入

品牌影响力随内容扩散

通过节目联合logo、如意贴、主持人专用座驾、口播、中插广告等形式，无缝渗透品牌形象，炼化品牌声量



10期节目播放量：2.8亿

营销效果与市场反馈

1) 播放量：根据腾讯官方播放量数据显示，《我的时代和我》从开播到结束，播放量突破 3.54 亿；腾讯平台播放量超过 2.8 亿；其中易烱千玺单期上线当天播放量全网突破：5000 万。

2) 社交传播：#我的时代和我#微博话题累积阅读 1.8 亿，讨论 94.7 万；知乎平台自发问答 8 条，其中：如何评价《我的时代和我》第一集？收获回答 377 条，最高回答点赞达到 3.4K。

3) 节目受到官方机构，专业机构肯定：

本片已入选国家新闻出版广电总局 2017 年度“百人百部中国梦短纪录片扶持计划”；

许渊冲篇被选为由中宣部举办的 2018 年全国广播电视文艺干部培训班的点映影片；

许渊冲篇入选“2018 北京纪实周”开幕影片。

4) 口碑丰收，各路大 v 纷纷主动安利节目，好评如潮：

豆瓣评分：8.7 分，超过 50.4% 的评分用户给了 5 星。

包括罗贝贝、孟大明白、第十放映室在内的 100+ 位大 V 主动安利节目，其中 15+ 篇达到 10W+。