

一汽-大众 《与爱同行》微电影视频营销

广告主：一汽-大众

所属行业：汽车

执行时间：2018.09-11

参选类别：视频内容营销类

营销背景

作为国内最优秀的汽车合资企业之一，自 1991 年成立以来，一汽-大众持续致力于为国内消费者提供高品质汽车产品和服务。2018 年宝来品牌迎来了有史以来变化最大的换代车型——全新一代宝来。“运动、时尚、力量、现代”，全新一代宝来不仅真正实现了经典之车的蜕变重生，更以越级的诚意，带给消费者全方位的越级体验。

全新一代宝来的目标客群是年轻、新一代、积极进取、乐观向上、有责任、有梦想、奋斗中的家庭，建立在用户画像分析的基础上，众多关注少儿才艺的家长契合了全新一代宝来的目标客群。

营销目标

通过微电影传播，隐性植入，提升产品传播声量和传播效果，向目标客户群体传达了全新一代宝来的产品理念。

策略与创意

微电影《与爱同行》集中体现了“一带一路”战略，它将“弘扬泉州海丝文化”、“爱与陪伴”两大主题相融合，聚焦少儿与家长情感问题，引起共鸣，提升整部影片的高度！影片中植入一汽-大众产品和 IP 冠名项目，同时创作主题曲并制作主题曲 MV，以软植入微电影的形式，实现品牌定制化的微电影营销。

执行过程/媒体表现

微电影视频地址：<https://v.qq.com/x/page/b0793zevujf.html>

主题 MV 地址：<https://v.qq.com/x/page/w0814roqt91.html>

剧照：





营销效果与市场反馈

网络播放量近 200 万（其中微电影播放量 120 万+，MV 主题曲播放量 60 万+）