上汽大众途观X新车上市#双子座流星雨#场景营销

- **品牌名称：**上汽大众
- **所属行业：**汽车
- **执行时间：**2020.12.04-12.30
- **参选类别：**汽车及交通运输类

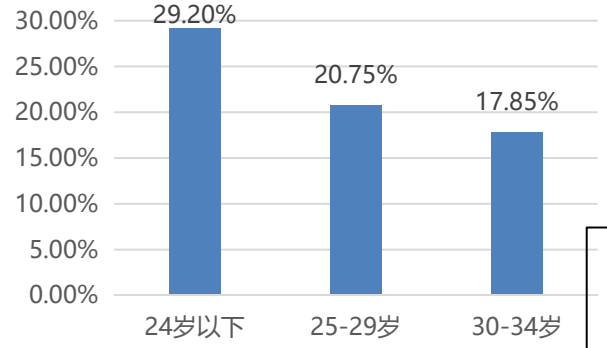
背景&目标

上汽大众将会在2020年Q4上市新车途观X，该车是上汽大众20年主打的重磅SUV车型，也是途观家族的最新成员。相对于以往成熟稳重的受众，这次品牌贴希望合车型“造浪独型”的Slogan，辐射更年轻的“造浪青年”。

- **途观X代言人张雨绮树立造浪人设，引来大批造浪青年粉**

2020年1-3月张雨绮词云仍有较多身材、感情词汇

性感女神

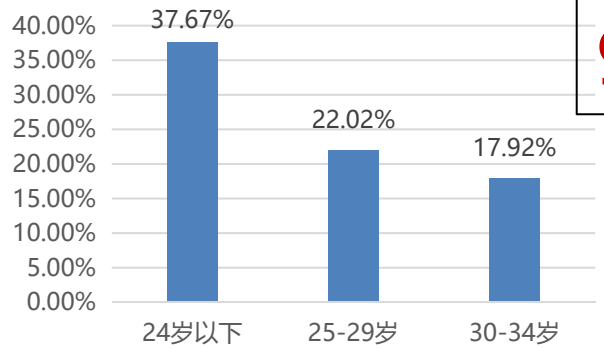


2020年1-3月张雨绮粉丝年龄比例

张雨绮
35岁以下
青年粉丝
增加
9.27%

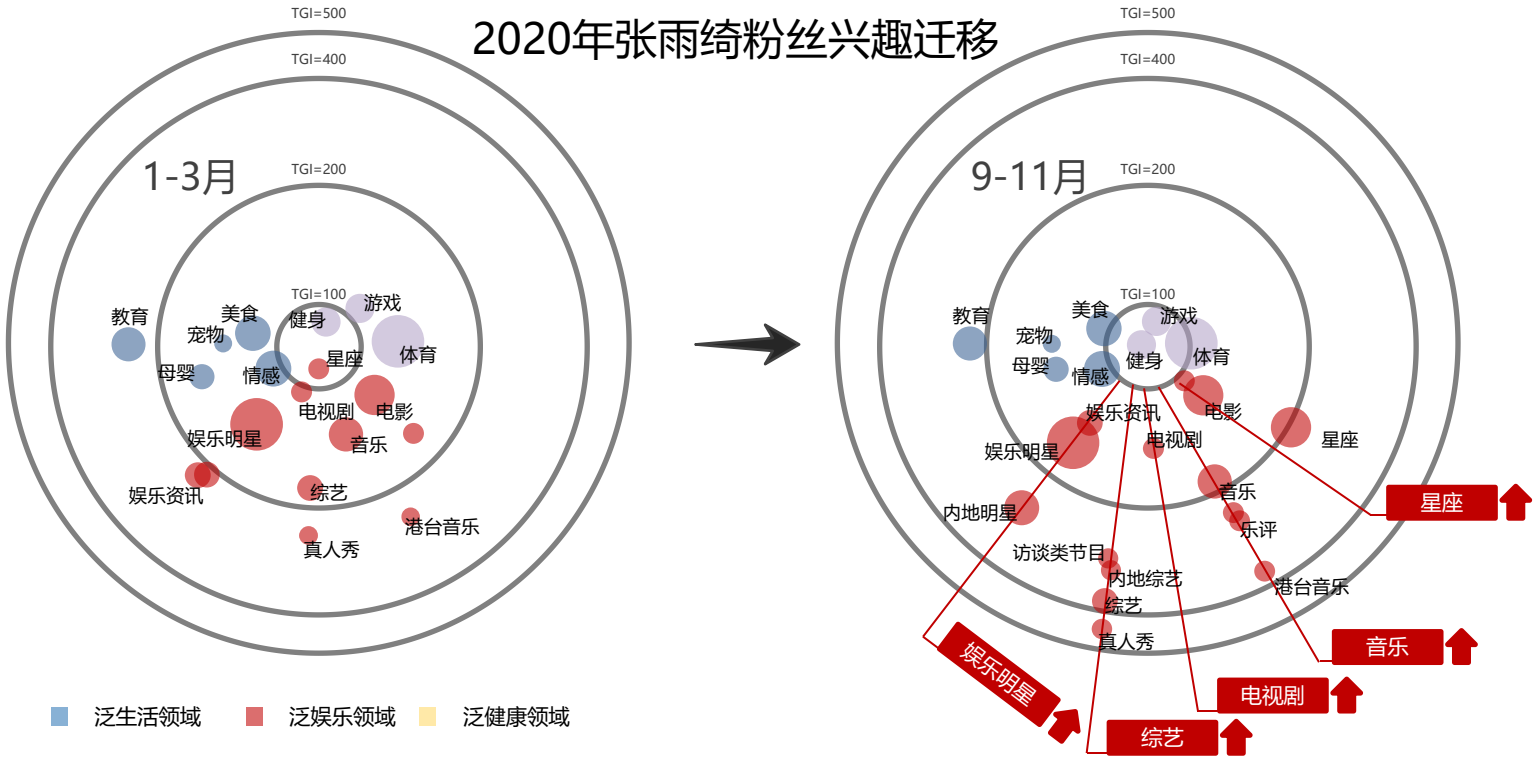
2020年9-11月张雨绮词云霸气、自信等词出现

造浪青年



2020年9-11月张雨绮粉丝年龄比例

- **选取张雨绮粉丝兴趣迁移中的亮点：“星座”进行深挖选题**



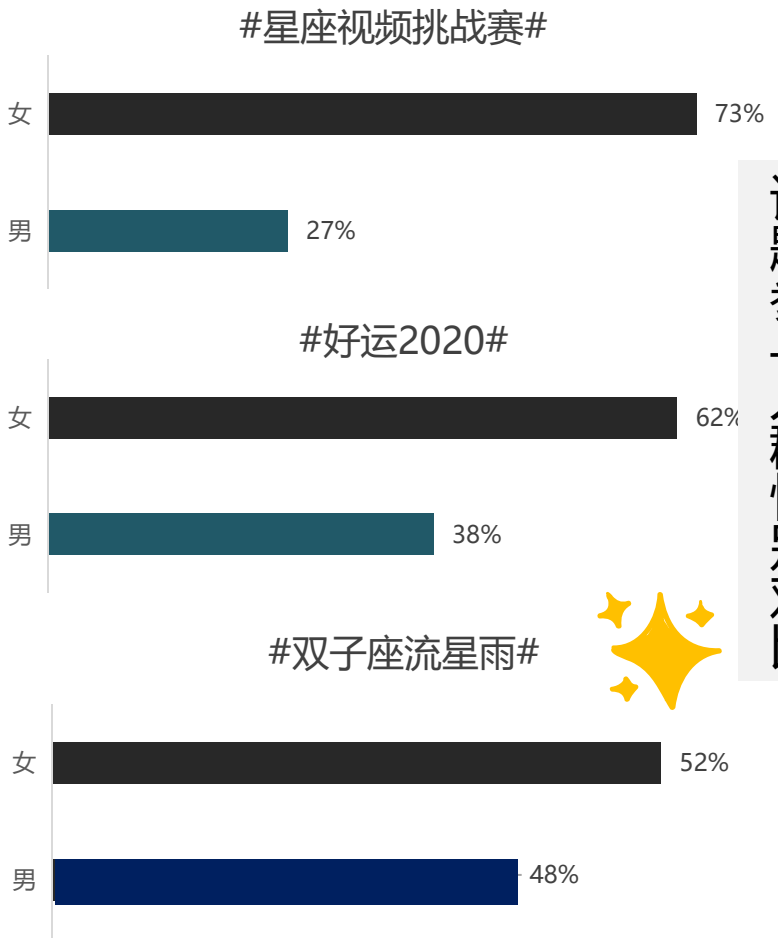
结合兴趣迁移可知，张雨绮的粉丝兴趣中新增了大量的泛娱乐兴趣，星座黏性最高

1.

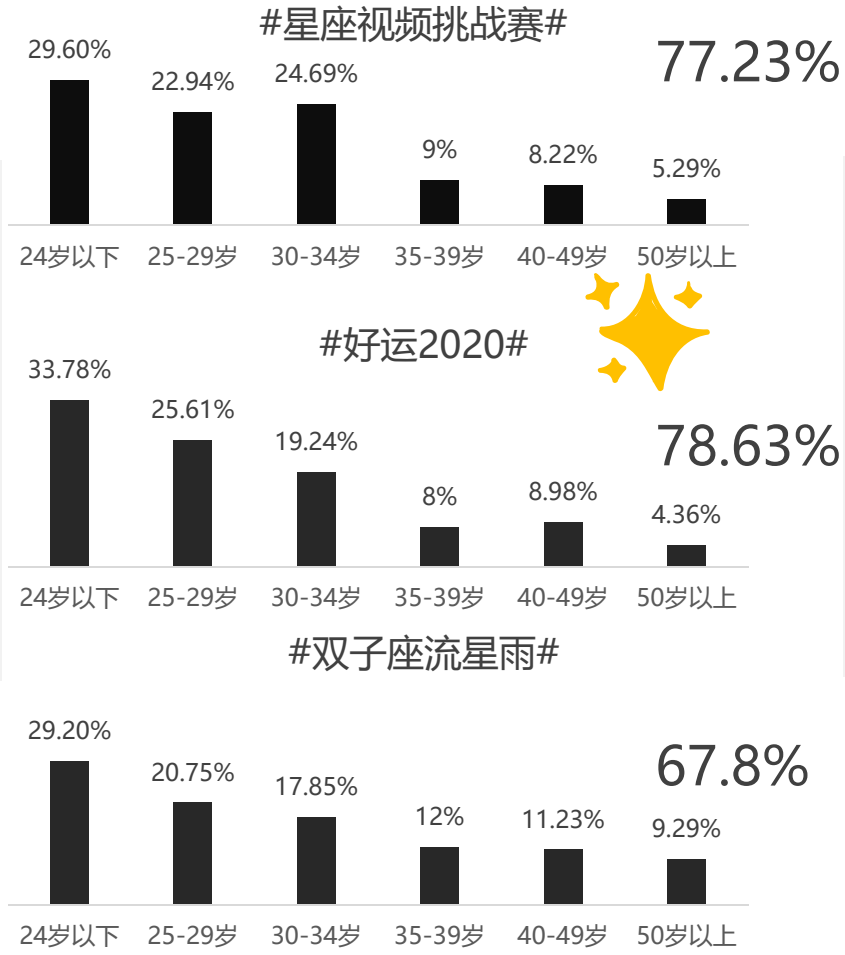
2.

3.

- **综合三个星座相关话题的数据选定最终推荐话题——#双子座流星雨#**



话题参与人群性别对比



话题参与人群年龄对比

参与人群与大众官微重合度

最值得、最期待、最绚丽

北半球三大流星雨之一
全年最值得观测的流星

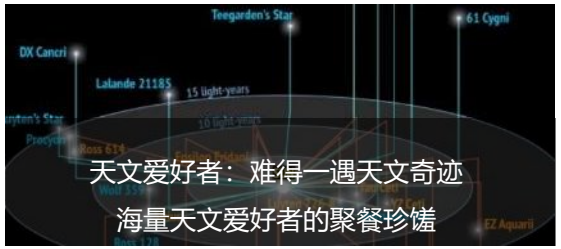
最高时流量可达每小时上百颗
流量极大且持续时间长

极为绚丽多彩，除普通白色还
有罕见的红、黄、蓝、绿色等

媒体/社交平台
最受欢迎的天文奇观

各大媒体关注焦点：人民网、央视新网、新华社等
各大媒体纷纷报道双子座流星雨

绚烂天文奇迹闪耀夜空
星空爱好者的狂欢盛宴



洞察&策略

#双子座流星雨#

以专业角度夯实话题

/理性 /专业 /深度

#流星许愿季#

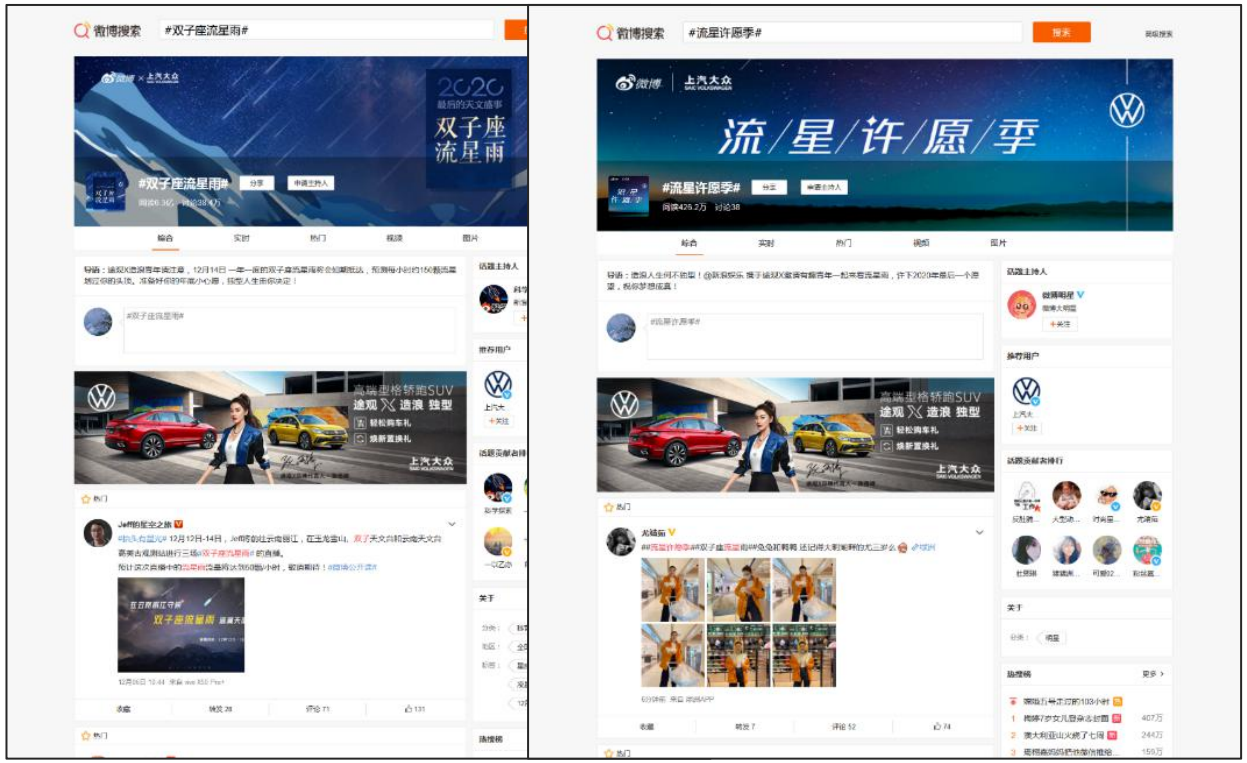
以用户角度吸引参与

/感性 /娱乐 /热度

- 品牌车型高度曝光，以此提高途观X与目标TA的关联度和认同度。

- **预热期**：#双子座流星雨#+#流星许愿季#双话题上线，题图、通栏等全面曝光品牌权益

MOB端双话题上线



PC端双话题上线

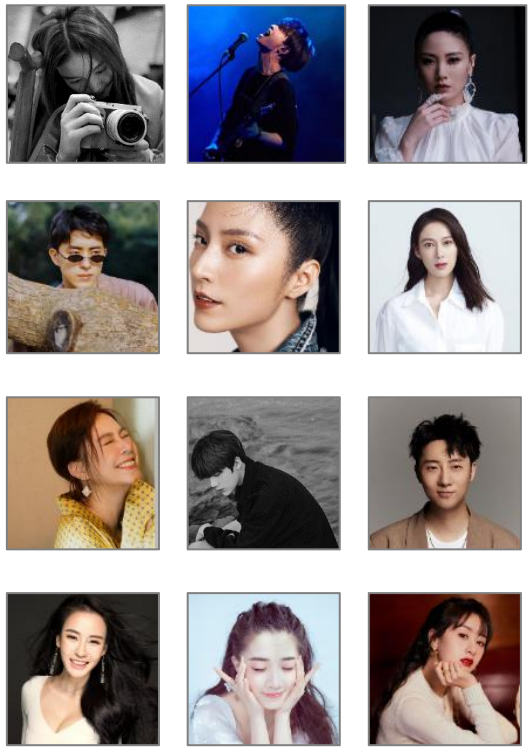
- **预热期**：微博大帐号各自带话题发布预热海报 引导普户参与

双话题预热海报

微博大帐号带话题发布海报预热

媒介&执行

- **预热期**：@微博明星邀请群星一起带双话题许下美好祝愿，带动曝光，扩散话题



数十位明星参与

带话题发博许下美好祝愿

群星许愿

强势曝光话题

#流星许愿季#话题页

媒介&执行

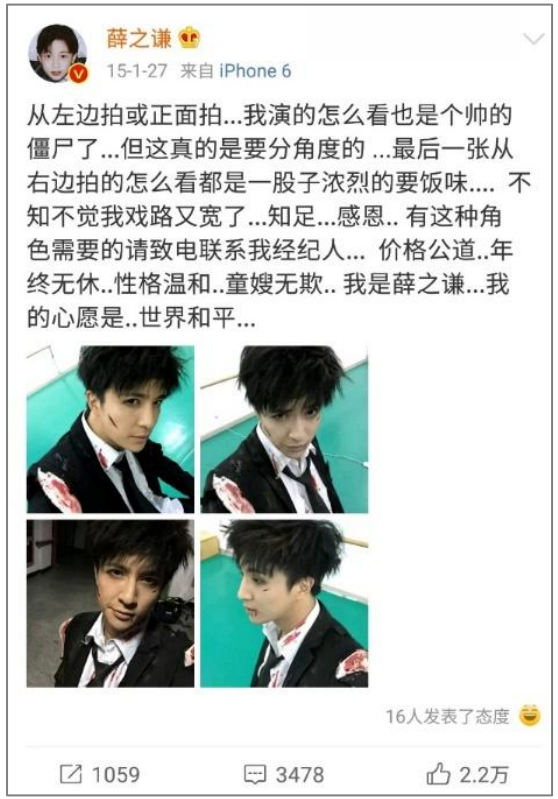
- **预热期**：一键许愿&一键测试 最大程度调动粉丝参与积极性 同时露出品牌

一键许愿：带双话题发博，露出card权益

一键测试：心想事成好彩头，引导用户分享

媒介&执行

- **爆发期**：明星愿望屡上热搜 二次发酵话题



e.g.薛之谦：世界和平成为热梗

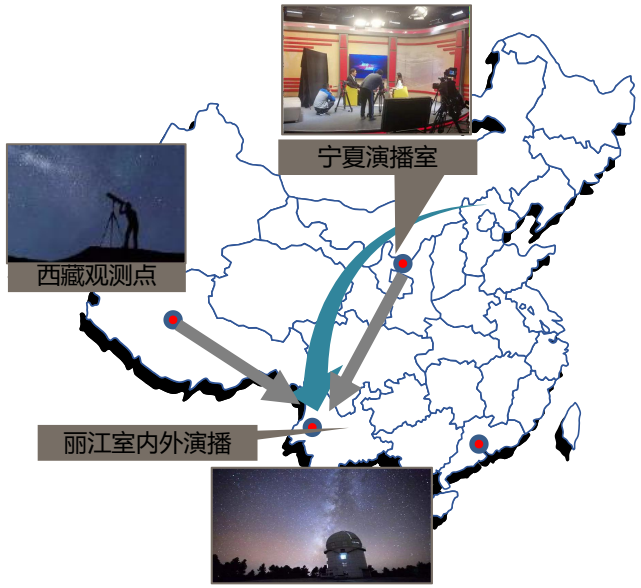
MikeAngelo许愿成为机器人

Mike的愿望登上热搜

以频道运营力带动更多热点

媒介&执行

- **爆发期**：三地联合直播 大咖直播间解说 大帐号共同发声扩散 追星之旅走向高潮



- 全面拦截目标人群
- 新浪科技全程追踪
- 超级蓝月亮新浪原班团队制作
- 新浪总部豪华直播间包装
- 多地多信号全景夜拍直播

全面报道+全景直播

大咖直播间解说

直播露出Logo和车型权益

@科学探索、@新浪科技、@新浪数码、@新浪旅游 矩阵化扩散事件

媒介&执行

- **后爆发期**：KOL自驾途观X前往丽江分别产出图文和Vlog，种草车型卖点

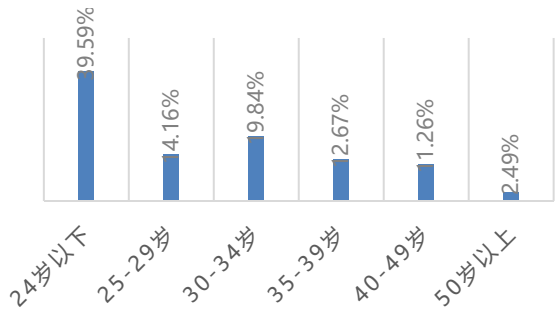
旅行摄影

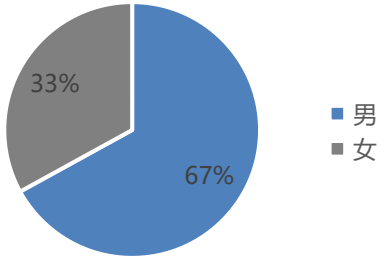
@刘铮
粉丝430万

途观X追星大使——@刘铮-行走的二次元

邀请@刘铮作为追星大使驾驶途观从丽江自驾至玉龙雪山，并于12月21日和12月30日分别产出图文和Vlog，深度融合途观X车型卖点和造浪独型的冒险精神

@刘铮-行走的二次元粉丝画像





媒介&执行

- **长尾期**：新浪科技产出专业文章&星空摄影图集，微博平台回顾直播精彩片段

新浪科技资深编辑产出文章记录本次追星之旅，并植入TIGUAN X车型介绍信息

短视频回顾，微博大帐号分发

- 流星雨直播后，直播中高光片段进行剪辑，通过大帐号进行内容分发
- 制作活动海报回顾活动中的高亮瞬间与活动效果

媒介&执行

- **长尾期**：微博大帐号发布收官PR海报，体现品牌权益，为活动画上句点

#流星许愿季#收官海报带品牌logo和车型图

微博大帐号发布收官PR图复盘话题 完美收尾

@微博爱豆
粉丝644万

@微博明星
粉丝508万

@时尚星ICON
粉丝118万

效果&反馈

- **双话题热度席卷微博，网友纷纷观星许愿；KOL定制视频种草粉丝效果良好，粉丝被种草途观X靓丽酷炫的外观。**

#双子座流星雨#
累计话题阅读量

8.3亿

新增 2.1亿

#流星许愿季#
累计话题阅读量

1.2亿

全网许愿总数

5万

全网互动总数

130万

全网互动总数

130万

KOL博文评论反响良好