

| 一汽大众揽巡【寻找硬核代言人】

- ◆ 品牌名称：一汽大众
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2025.05.11-05.20
- ◆ 参选类别：内容营销类





案例视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://weibo.com/tv/show/1034:5164828612821025?from=old_pc_videoshow

https://weibo.com/tv/show/1034:5100255277154347?from=old_pc_videoshow

https://weibo.com/tv/show/1034:5091904396656737?from=old_pc_videoshow



“没人会说一台合资SUV很硬核”

/项目背景

问题不是传播 而是硬核的缺席

一汽大众揽巡有2.0T的发动机、4936mm的车长、棱角分明的设计。它本来很硬核,但在消费者的眼里
“硬核”是电竞冠军、是攀登珠峰、是极限运动



“硬核不是肌肉，而是不论身处何时都有的活人感”

/策略执行

我们没有找明星 而是去找硬核的人

于是，我们把目光投向生活的普通人：
他们外表普通，却做着不普通的事——这才是真正的“硬核美学”
揽巡决定，让他们来定义硬核





洞察&创意

91.2%

汽车广告都是充满科技与力量的

90%

汽车广告主角都是硬朗男性为主导的

“汽车广告也是时候突破一些传统人物形象了”

/项目亮点

颠覆汽车 广告传统主角形象





洞察&创意

/核心创意

硬核不是一种形象，而是一种生活态度
用看起来不硬核的人
传递硬核的生活态度

3组人物短片用心刻画一汽大众揽巡硬核态度

西安春节除夕烟花秀



台北101大厦跨年烟花



花博汇现场焰火秀

/人物

黄成

湖南花火剧团 焰火导演

7年未回家过年

40多个国际奖项

1000场焰火表演

他的作息方式是8点上班去施工场地检查项目，晚上10点进行设计创意的头脑风暴，之后的时间他留给创作



黄成

2014北京APEC峰会烟火设计师
2019首届中国非遗博览会烟火总导演
2021建党百年与焰火光影演绎特别活动烟火总导演
2024央视端午晚会烟火分会场烟火总导演

完整的把它实现出来



21英寸锋芒轮毂

硬核揽巡邀请硬核焰火导演



硬核烟花挑战

倒计时 | 15天 前期讨论

在天空就是一个烟花

/VIDEO-黄成篇



硬核烟花挑战

倒计时 | 4天 现场视察

现场的每一秒



硬核烟花挑战

倒计时 | 03秒 挑战开始

3



30多次的会议/烟火



才能成就今天的泰然自若

将黄成在设计烟花时刻的精益求精融入视频内容



GREENHOUSE与车身设计
遵循 1:2 比例

1772mm

完美的比例控制



才足够硬核



在空间与时间的共生中

展示一汽大众揽巡的硬核特质&车身设计比例的产品设计解读



传递每一份热烈的星光



汇聚成硬核的璀璨瞬间



国外时尚媒体报道

Meet Qin Huilan, the 70-year-old model who just walked for Miu Miu at Paris Fashion Week

"Never give up on your dreams!"

BY ALEXANDER BALE / PUBLISHED: 26 MARCH 2024



MIUMIU秀场照片



/人物

2024AW巴黎时装周
马来西亚L'Officiel封面

覃慧兰

70岁的退休女医生勇闯巴黎时装周
勇闯蓝血品牌并拿下时尚杂志首封

71岁Miumiu女孩



国际时尚杂志个人封面



/VIDEO-覃阿姨篇



将覃阿姨在High Fashion行业的独特体验融入视频内容



展示一汽大众揽巡的硬核特质&直线流线车身的产品设计解读



摄影作品：飞机凌月

摄影作品：乌龟上岸

/人物

萌萌

<中国国家地理>杂志签约

最小摄影师

5岁幼儿园儿童

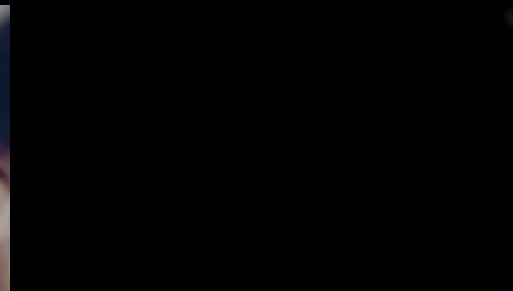
别的五岁小孩还在学习如何独立吃饭、独立睡觉的时候
她已经可以组装精密的摄影器材并拍摄出登刊的作品



摄影作品：贵州村超现场摄影师



/VIDEO-萌萌篇



将萌萌的摄影技术和镜头理解与融入进视频拍摄内

展示一汽大众揽巡的硬核特质&垂岩式尾灯等亮点配件设计解读

来看看我们
为你准备的展览吧





媒介&执行

不硬核的斯文眼镜



不硬核的退休医师



不硬核的幼儿园儿童



硬核的专业能力

硬核的时尚生长

硬核的人生履历





效果&反馈

揽巡最近一年销量走势图（单位：辆）



更新日期：2025年8月1日

说明：图例为揽巡最近一年的销量数据走势，由于公开数据时间不一，可能实际数据会有所延迟，以实际公布数据为准。



>800,000

黄成篇、覃阿姨篇
发布后，带动车型
百度指数达至**两个**顶峰

萌萌篇发布后
百度指数达后链路期
最高峰

- 2025年7月：2081辆（同比下降7.1%，环比下降13.69%）。 1 3
- 2025年6月：2411辆（同比下降9.7%）。 4
- 2025年5月：2657辆。 5 → **该车型25年销售峰值**
- 2025年4月：2343辆（同比增长18.21%）。 6

第三方主流平台指数均显示传播周期的，产品热度呈上升趋势，且社交内容加持成交力度明显

*数据来源:百度指数平台公开数据，数据统计截止至2025.07.22