

易车有料车研所×上汽大众途昂X：惊天一跃

- ◆ **品牌名称：**上汽大众途昂X
- ◆ **所属行业：**汽车及交通运输类
- ◆ **执行时间：**2022.12.23-12.29
- ◆ **参选类别：**移动创意作品类-商业短片

- **营销背景**

对于中大型SUV消费者来说，除了大空间和舒适性，动力也是大部分购车消费者的硬性需求，充沛的动力无疑是更加出色驾驶感受的源头保障。除此之外，中大型SUV以家用、载人为主的使用场景，消费者对车辆的安全性也会提出更高的要求。

定位为大众品牌的豪华旗舰SUV，拥有着硬核的产品实力，如何通过生动硬核的极限挑战，展现整车包括动力系统、车身结构的强度等方面产品力，并搭载“双旦”这一节日热点，成为本次事件传播的关键。

- **营销目标**

围绕全新途昂X 2.5T/V6/四驱，三大同级独一档性能优势以极限飞跃升空挑战，与C端通过创意且真实的内容沟通，提升天花板级别的产品心智感知，通过硬核场景塑造，打造腾空极限飞跃挑战，并结合圣诞与新年热点，飞跃至18.5米的高空中，开启被悬置在半空中装满礼物的双旦礼盒。以专业+有趣的形式打造爆点创意事件，直观输出“V6发动机，2.5T强劲动力”的产品概念，引发全网热议。

• 策略与创意

在“双旦”节日热点，易车「有料车研所」创意内容IP通过硬核挑战实验事件，惊喜开礼，新年一跃出圈，在实现核心产品力传达的同时，提升用户对于全新途昂X的品牌认知，用创意挑战撬动用户心智，打造影响行业的现象级事件营销。

围绕途昂X 2.5T/V6/四驱，三大同级独一档性能优势，本次的硬核挑战将会在保证真实的基础上融入圣诞元素，不再是冷冰冰的挑战，而是硬核的挑战结合温暖的圣诞祝福，途昂X 做为承载着大家美好圣诞愿望的主体，去完成一项了不起的挑战，最终打开圣诞礼盒。

主角是一辆打扮成麋鹿车的途昂X，他需要在短短的助跑距离冲上高空，飞出18.5米的高度，在平安夜钟声停下之前，刺破装满礼物的圣诞礼盒，为观众们送出礼物，点燃圣诞氛围，完成挑战，从硬核产品力和感性上打动观众。



• 执行过程/媒体表现

项目执行

热点借势 | 硬核挑战高空开礼，圣诞新年引爆关注

视觉冲击 | 强劲动力实现18.5米高空飞跃

真实严谨 | 真实测算助跑长度/峰值扭矩等数据

氛围感拉满 | 高空挑战烘托紧张和悬念感

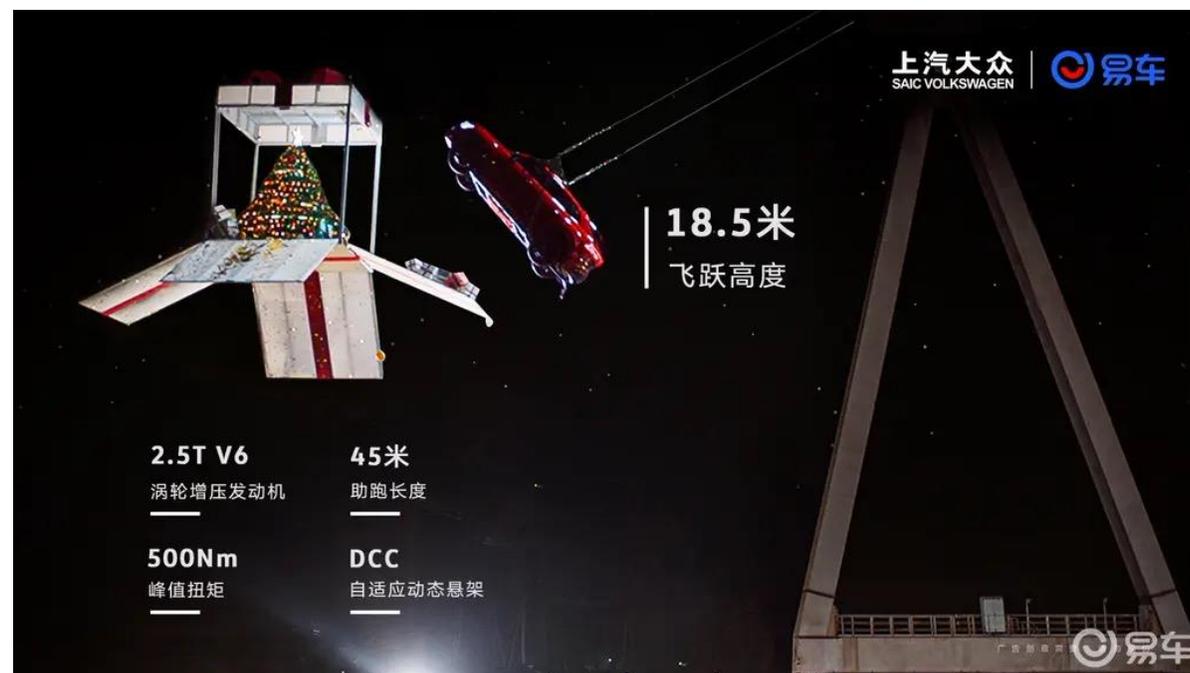
与最终挑战成功开启礼盒的温馨氛围形成鲜明对比

Phase 1 – 圣诞节上线持续吸睛

12.23 预热悬疑视频发布24s

12.24 平安夜完整视频释放1min54s

#全新途昂X惊天一跃#品牌话题同步上线



视频链接: <https://vc.yiche.com/vplay/6871515.html>

- 执行过程/媒体表现

Phase 2 – 专业解析，直击幕后

呈现硬核挑战实验幕后，数百次实验完成高空装置，全面解析凸显挑战真实性，实测测量百公里加速性能。真实展现2.5T V6涡轮增压发动机，500Nm峰值扭矩，DCC自适应动态悬架等产品力。

视频链接：<https://vc.yiche.com/vplay/6871515.html>

Phase 3: 易车OPGC专业解读，口碑持续发酵

专业解析，实现内容种草，全方位解读EA390的2.5T，V6涡轮增压直喷发动机如何助力途昂X极限腾飞18.5m高空。

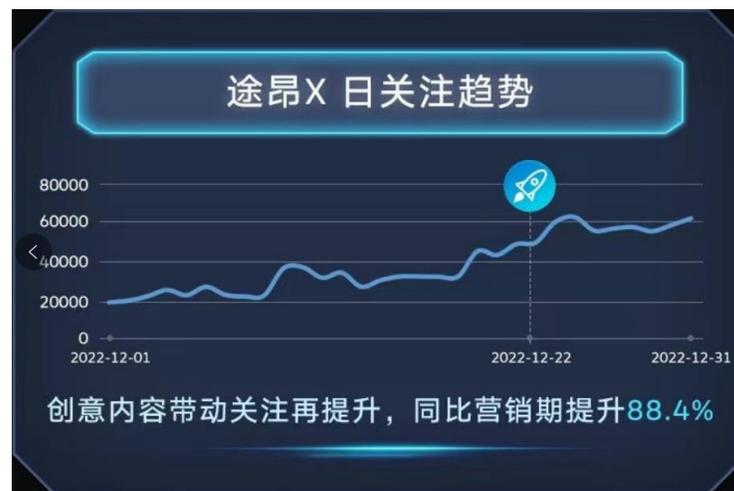


• 执行过程/媒体表现

上汽大众全新途昂X联合中国头部垂媒平台易车，在惊险刺激的场景中，线上新春贺礼，进行了18.5米高空最真实的实验挑战，让病毒视频有看头，可信任。

病毒视频打造热点事件，引发全网热议，提升车型关注度

本次「有料车研所」圣诞特辑#全新途昂X惊天一跃，在易车站指数表现提升明显，创意内容带动关注再提升，**日关注趋势同比营销期提升88.4%**，车型排名**最高冲榜级别至第七名**。



除在易车主阵地宣发以外，在微博/B站/朋友圈等社交平台均有发酵，全网好评如潮。

#全新途昂X惊天一跃#全网微博话题阅读量达到了**3.9亿**、全网内容互动量**14.5万**、视频播放总量**1300万**。

同时,客户对于易车平台的专业度和内容得到了高度认可，主动将此合作内容也通过多渠道共同宣发，整体引起了车圈内的极大关注。

