

# 雷克萨斯《生活感享季》NX特辑

- ◆ **品牌名称:** 雷克萨斯
- ◆ **所属行业:** 汽车行业
- ◆ **执行时间:** 2022.08.26-09.30
- ◆ **参选类别:** 移动创意作品类-短视频



全新一代NX



BACKGROUND —

## 项目背景

全新一代NX改款车型上市已超过半年，传播声量逐渐减弱，销售势能随之衰减。

面对呈下降趋势的传播周期，需要逆势而上，发出新的声音，制造新的传播能量，形成新的销售势能转化。



全新一代NX



CHALLENGE 一

# 项目挑战

当每个人、每个品牌都急于表达自我的时候  
发出真实有效且可被接受的声音  
就变得尤为重要

全  
新  
一  
代  
N  
X



SOLUTIONS

## 解决方案

不做虚假的广告，只呈现真实的美好，以车主的旅行生活VLOG为主线，呈现阳光、沙滩、冲浪等多种元素，激发用户的期待与向往。

“Live The Life/生活感享季”感性主题表达，注重对生活的感受与体悟。

车型VLOG、短视频、花絮视频、平面海报、九宫格等不同形式的传播物料，精准投放在短视频平台、朋友圈等相应的平台，有效触达目标群体，构建传播矩阵，形成传播合力。

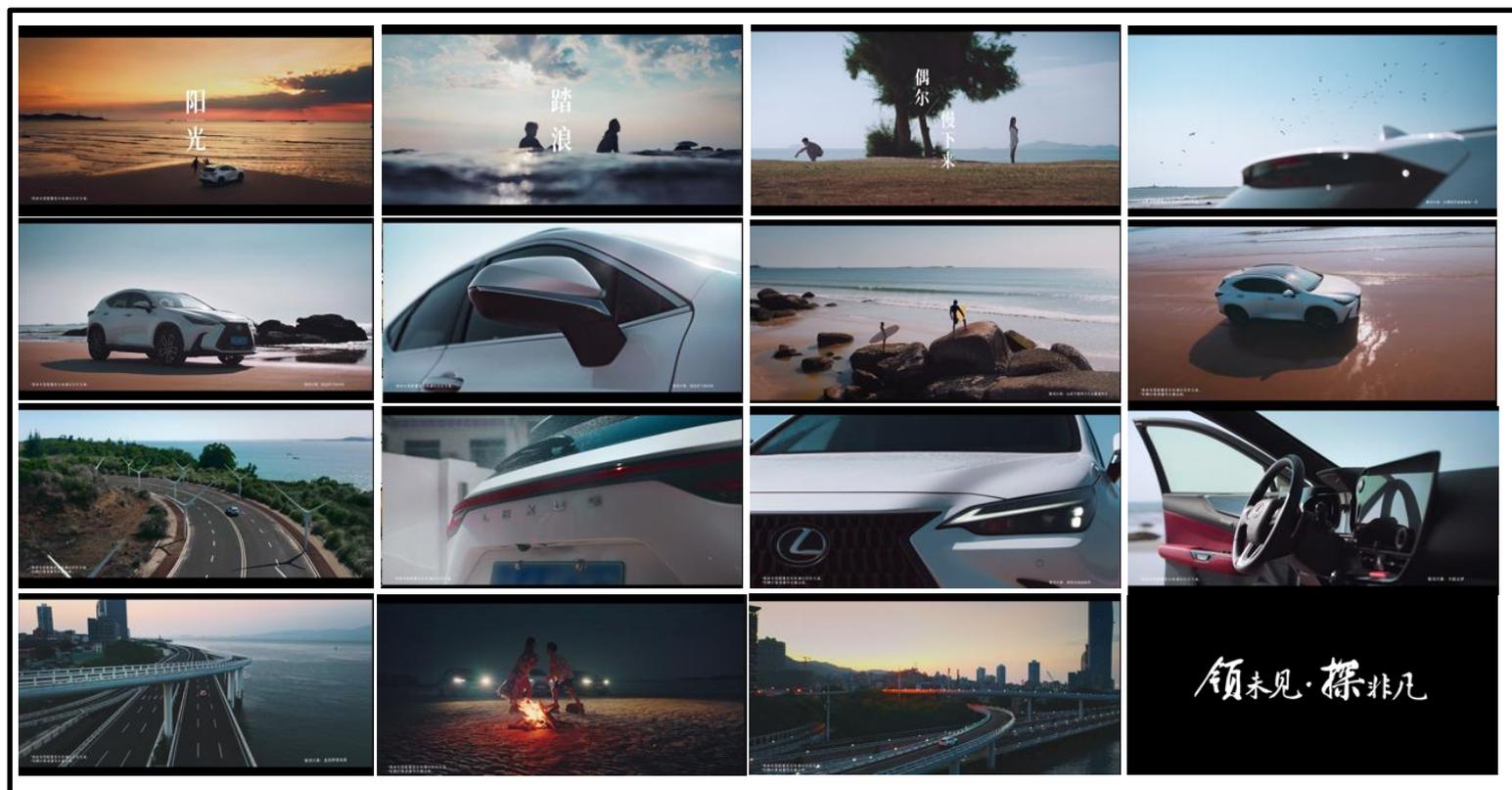
在潮流之前，率先在VLOG视频中，表现冲浪、骑行等潮酷运动，吸引精准的圈层的人群，并随之破圈，让车生活与运动相互借势，相辅相成。

完整视频在线观看链接：

<https://www.xinpianchang.com/a12142915?from=UserProfile>

Creative display

# VLOG

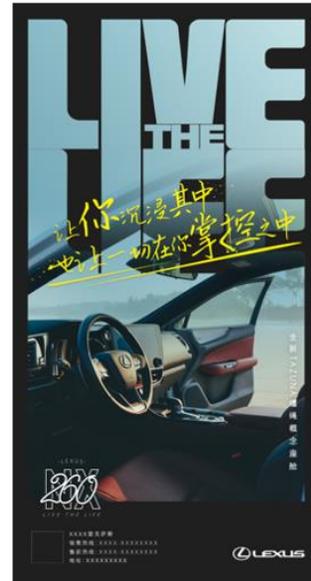
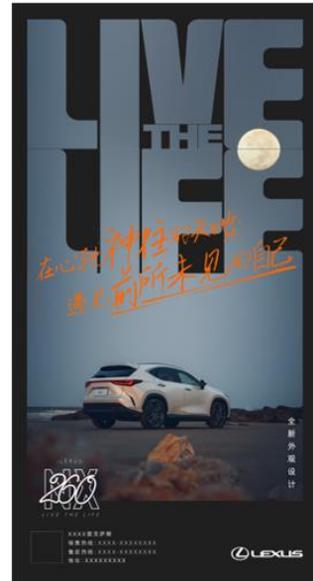


Creative display

# 创意素材



全新一代NX



## EFFECT

# 传播效果

项目自上线以来，深受经销商伙伴的欢迎，最大化使用自媒体平台进行宣传，以最小的预算创造最大化的关注。累计观看/点阅量超过百万。

骑行、冲浪等运动KOL纷纷参与转发，并在小红书等平台发布相关笔记内容，达成多篇阅读爆款。

在车主群体内形成广泛的自发传播，受到雷克萨斯品牌方和目标受众的一致好评。

## 全新一代NX

