

深蓝汽车×《偷偷藏不住》 携手陈哲远全域宣发，做年轻人的第一辆车

- ◆ **品牌名称：**深蓝汽车
- ◆ **所属行业：**汽车行业
- ◆ **执行时间：**2023.06-2023.10
- ◆ **参选类别：**娱乐营销类-品牌代言

深蓝汽车在SL03新车传播期，以陈哲远为核心，深度合作《偷偷藏不住》大剧IP。以爆款IPX黑马艺人深度绑定，剧内外广泛传递新车的智慧感和年轻潮流属性，快速建立在年轻圈层的认知度，带动新车关注度和转化。



1、剧内植入：“段嘉许”专属用车，人车交互深度透传新车功能

深蓝SL03科技、年轻的产品形象与陈哲远的属性高度适配。在剧内作为陈哲远角色专属用车，通过外形、车内空间、智慧交互等多场景功能高频展示，为观众留下深刻印象。

2、曝光共创：剧内高频曝光+内容定制，直给式种草男主同款潮车

除了通过软性植入提高新车关注度和好感度，深蓝汽车在剧中通过标板+压屏条组合曝光的形式，高效种草男主同款车型。同时还为深蓝汽车度身定制了由陈哲远出演的创意中插，从剧中男主的视角，阐述年轻生活新方式，加强代言人关系绑定。

3、剧外联动：高效收割IP粉和代言人粉的热情，产生品牌移情转化为品牌粉

借势爆款IP热度，授权陈哲远定制短片、剧内用车片段等内容在社交场传播，彰显男主代言合作身份。并发起微博话题、发放陈哲远相关福利，吸引粉丝互动，提高品牌好感度。

- 深蓝汽车作为2021年成立的新能源车新锐品牌，致力于“将深蓝打造成世界级的中国新能源汽车品牌”，以原力电动驱动绿色出行，做更有魅力的智慧出行方式。更智能的驾乘体验和交互感受，以及简约潮流的空间，是深蓝汽车的核心亮点。
- 深蓝希望能够通过代言人这把和年轻人沟通的钥匙，并借助IP、社媒等流量高地，在新车发行之际，快速打响在年轻圈层中的认知度和影响力。
- 陈哲远作为新晋小生，在年轻群体中拥有良好的口碑和粉丝基础，2023年上升潜质强。陈哲远出演男主的《偷偷藏不住》凭借大IP基础和贴合角色的演员阵容，也具有强爆款潜质，被市场看好。因此深蓝希望在SL03新车传播期，以陈哲远为核心，深度合作《偷偷藏不住》大剧IP，不仅在剧内做植入，成为男主专用车，并通过广告高频曝光打造新车记忆度。在剧外，更是通过福利互动、代言人短片、超话等掀起明星粉和IP粉的关注热情。以爆款IPX黑马艺人深度绑定，在短期内快速打响年轻圈层的品牌认知度，带动新车关注和销量转化

陈哲远艺人代言合作,节目内外专属座驾绑定,强化深蓝年轻/高颜值亮点

剧内高可见

艺人短代联动

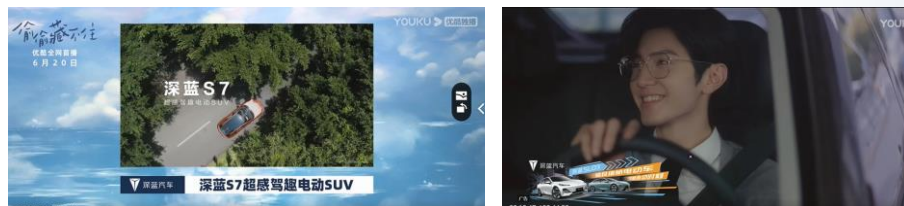
植入+曝光，凸显年轻、科技品牌调性

陈哲远出演创意中插，社交场多维宣发

剧内植入，男主专属座驾，展示科技外形&智慧交互

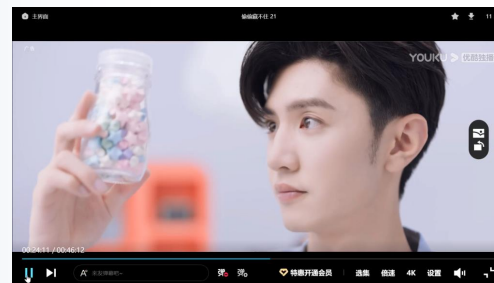


节目内标板、压屏条等权益高频曝光，渗透年轻座驾心智



片头标板

开车时刻出现压屏条



创意中插拍摄
节目内外宣发



中插授权

植入混剪

粉丝福利



微博超话讨论

剧内植入：男主专属座驾，高频用车场景，人车交互透传新车功能

时尚外形展示



智慧人车交互



车内空间内饰



多场景背景曝光



曝光共创：剧内高频曝光+内容定制，高效种草男主同款潮车

标板/压屏条高频曝光，渗透年轻座驾心智



片头标板



代言人高光时刻



代言人开车时刻

陈哲远出演创意中插，代言人心智捆绑



代言人短片定制，创意中插

剧外联动：收割IP粉和代言人粉的热情，品牌移情转化为品牌粉

借势爆剧效应，素材授权、定制物料输出

代言人福利互动，品牌吸粉

花式超话定制，排面走起



中插授权



植入混剪



定制物料



用户反馈



粉丝福利



微博超话讨论

2023暑假档爆款大剧，品牌声量破圈



2023暑假档首个抖音爆款剧集

云合播放评级S+
主话题播放量超100亿
官抖粉丝量超100万

19年以来优酷现偶全端用户
规模&播放量**TOP1**

全网热搜**3034**个
微博剧集榜**TOP1**

灯塔/猫眼/云合/骨朵/快手等多榜单
同期大剧热度**TOP1**

年轻、高消费力人群圈层触达

45%

25-34岁人群占比

117

GenZ TGI

50%

L2及以上消费力占
比

68%

无车人群占比

137

时尚靓妹TGI

139

月购物频次 > 10次

有效拉动新车种草&购买转化

