

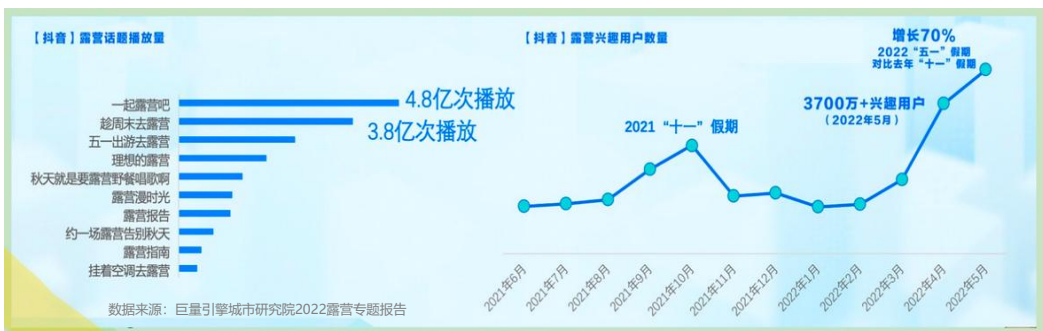
极狐汽车×露营大会 解锁户外体验式营销，种草向往的森系生活

- ◆ **品牌名称:** 极狐
- ◆ **所属行业:** 汽车及交通运输业
- ◆ **执行时间:** 2023.08.19-08.20
- ◆ **参选类别:** 场景营销类

营销背景

露营已成为节假日热门出游方式

“去没有天花板的地方大口吸氧”逐渐成为了年轻人的新趋势。抖音站内露营相关内容热度持续攀升，视频点赞量同比增长128%。



品牌背景

极狐汽车新上市“森系”车型

阿尔法S森林版、阿尔法T森林版两款新车主打自然概念，具备森林座舱、负氧离子发生器、带加热通风的按摩座椅等功能，与当下露营热不谋而合。



新车理念结合露营调性，提认知、促转化

通过深度打造线下户外场景，满足用户露营体验的同时传递产品卖点，加深心智种草助推转化，实现新品营销的创新探索。

平台优势 抖音正在成为生活场景营销新高地

越来越多用户在抖音上种草和消费

打卡视频和随用随买的便利
带动更多用户出发的热情

 在2190座山上
296万人留下了他们的脚印

 在2693个湖海边
512万人拥抱过那湿润的风

 8.5万人在5800家雪场
切磋雪技，春节也不曾停歇

 在305家动植物园，记录了38
万人的身影

心愿单和履约量 记录了
酒旅行业的快速成长

超12倍
酒旅行业支付GMV增长
* 2022年 vs 2021年

5.5倍
合作酒旅商家增长
* 2022年 vs 2021年

9倍
酒旅订单用户增长
* 2022年 vs 2021年

平台覆盖丰富的露营商家，满足用户多元化需求

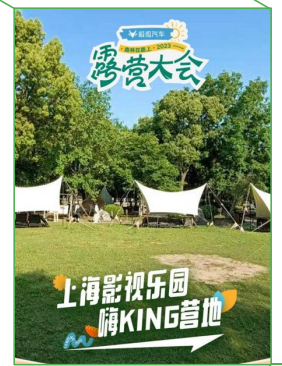
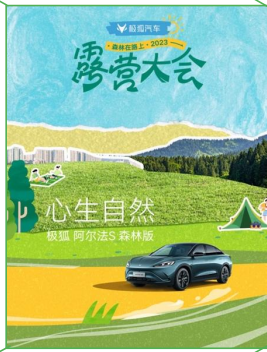


露营场景下，用户需要的不仅是对户外活动的兴趣体验，还有行程前后对出行装备的硬性需求，比如一辆可以满足装载、安全且环保的“露营专用车”。
一辆车是否适合露营？只有在真实露营场景中才能真正感受！



Top
Mobile
Awards

洞察 & 策略



Wild 抖音生活服务 露营大会 Glamping Camping

项目优势

抖音首个露营场景体验式营销项目

- 聚焦时下热门场景，将丰富的优质露营地商家与用户串联起来，引入跨界合作品牌，打造特色营销活动。
- 整合平台内容传播能力、交易承载能力、热点造势能力、创作者聚合能力，共创丰富多元的露营体验营销。

核心策略

在真实露营场景体验中，激发露营人群用车需求，直击极狐新车目标人群心智

- 「露营大会」以“森林在路上”为季度主题，通过搭建真实的露营场景，将极狐汽车“森系”新车型搬到户外，让用户在实地场景里亲眼看见、亲身体会极狐新车的产品性能和使用价值，将露营场景与产品卖点深度结合，从中挖掘更精准的极狐“森系”新车型目标人群，直击用户心智，完成一场真正的体验式营销。



1

**场景
体验式营销**

让种草在真实的
户外生活中发生

2

**套餐
跨界联动**

种收一体
内容与交易兼容

3

**达人
体验测评**

多地域同时期
爆发式内容传播

4

**多元
传播模式**

线上线下丰富玩法
充分展示产品亮点

5

**王牌
资源加持**

平台级资源注入
引领场景趋势玩法

聚场景 造趋势
五大核心亮点

打造多元化露营细分场景，玩转用户深度体验式营销

露营市集

手工、美食、抖音文创等
30+展位，类型丰富



音乐现场

抖音音乐人、乐队集结，
传递“无live，不夏天”生活理念



运动分区

匹克球区、飞碟投篮区、涂鸦区等
用汗水和灵感 点燃夏天的快乐



将新车场景搬到户外，真实感受“森林座舱”加深种草

极狐汽车定制品牌展示区域

场景与产品卖点的深度结合，让种草在真实的户外场景发生



精细化分区展示新车卖点

“静谧书房” 品茶阅书



“智维空间” 感受智能无忧驾驶



“森林氧吧” 互动十足



“打卡拍照” 增强品牌好感体验

与露营商家推出联名套餐跨界造势，种收一体让场景与体验即刻融合

与全国30+热门优质露营地跨界联动

借露营商家影响力扩大精准用户覆盖范围

北京
嗨KING营地

上海
影视乐园
嗨KING营地

青岛
野在海岸
露营地

西安
时光山野
生态农场

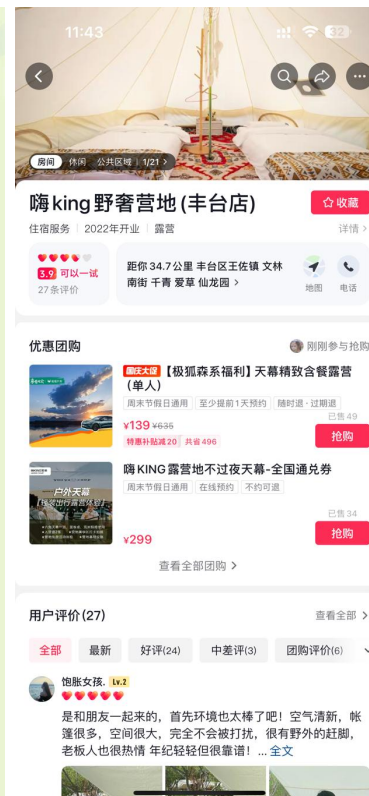
武汉
金银湖半岛庄园
嗨KING营地

南京
旷野星空
拾光森林

苏州
野鸭子营地

共同满足夏日露营诉求的联名套餐

万张福利券邀约吸引用户出行，线上购买联名套餐至线下露营体验，全链路协同助力直效转化



多元达人实地众测采风，线上内容爆发式传播带动线下场景消费

车主/达人齐聚现场，实车体验引爆内容辐射力

极狐新车「自带露营体质」



- 全国各地100+文旅达人，深入露营地感受极狐汽车新品后备箱陈列玩法等产品性能，产出真实露营地评测和新车产品植入的体验式内容。
- 最大化传达新车「自带露营体质」的心智印象和品牌倡导的松弛、自然的森系生活主张，为品牌带来多圈层、多地域的内容辐射力，达成更佳的兴趣种草和客群转化。

平台王牌级资源加持，引领汽车×露营跨界新玩法

抖音开屏吸睛



抖音主话题曝光



极狐定制主会场



品牌新品话题种草



内容达人联动破圈





6.4 亿

抖音主话题#露营大会 播放量

800 万+

活动累计曝光

8 万+

BigDay活动现场2天参与人数