

#奔腾过，才够格#

一汽奔腾10周年动力十足奔腾跑

- ◆ 广告主：一汽奔腾
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2016年5月4日-5月31日
- ◆ 参选类别：媒介整合类



Top
Mobile
Awards

背景&目标



Top
Mobile
Awards

背景&目标



项目背景：2016年时值一汽奔腾10周年，如何实现多维整合，打造一场属于奔腾品牌的十年big day？

强化理念

传递一汽奔腾10周年“一路有你，进取不止”理念

聚合族群

倡导一汽奔腾泛族群积极参与到10周年活动

HOW

如何引发更多人参与10周年活动，并感受到一汽奔腾进取不止精神？



Top
Mobile
Awards

洞察&策略



■ 70后80后不断突破的进取者

理性且不盲从

■ 理性务实的购车理念

理性而不盲从，购车时关注品牌性价比

■ 热爱生活，超越自我

追求健康活力，积极乐观的生活方式

新浪疯跑

新浪+品牌超人气疯跑力量

2016年里约奥运体育大年
全民跑步热潮在汹涌而起
新浪跨界整合全民运动

奔向里约 跑动中国

半马20K、16K、10K、5K；
趣味跑、健康跑、家庭跑...主题百变随心定制
跑步达人领头带跑!

100场
跑步

10万
参赛跑友



1亿
覆盖人口

500万
沿途观众

一汽奔腾10周年“一路有你，进取不止”品牌理念，与新浪疯跑奔向里约不断前行气质不谋而合
因此，一汽奔腾与新浪携手发起10周年高度定制化的的人群项目合作

新浪疯跑基于一汽奔腾10周年**#一路有你，进取不止#**品牌理念，定制化打造10周年**#奔腾过，才够格#**体验活动。

迎合十周年节日氛围，在一汽奔腾发源地长春净月潭，**打造动力十足花海跑**，并进行相关环节设置。

花海跑

作为本次创意执行亮点，参与者全程与一汽奔腾共同感受春天的生机与活力，在健康绿色的跑步过程中，感知一汽奔腾作为一个年轻品牌所带来的活力与乐观的生活方式

一汽奔腾花海跑准备了**赛事礼包**，内含“奔腾过，才够格”主题T恤、运动手环、号码贴、矿泉水等，同时在起点设置了**品牌展示区**，秉承着“进取不止”的品牌精神与跑者们共同锐意进取。

视频地址：http://v.youku.com/v_show/id_XMTcyMjg0Nzc0NA==.html





Top
Mobile
Awards

媒介&执行



指导单位：长
总冠名方：一
主办单位：新浪网
承办单位

5月4日-26日

预热期

5月27日

执行期

5月28日-31日

收官期

- 线上：双微话题炒作+创意H5定制激发网友参与
- 线下：新浪美食APP鲜城跑团招募

- 线下：花海跑现场为一汽奔腾10周年高度定制
- 线上：秒拍/一直播使品牌最大化露出
KOL扩散优质口碑
大V现场助阵

- 线上长微博大图全方位多角度品牌呈现，优质口碑沉淀
多家媒体全方位联合报道，为活动做长尾传播

预热期 线上双微话题H5 + 线下美食鲜城招募，激发网友参与

线上：双微话题炒作+创意H5定制激发网友参与



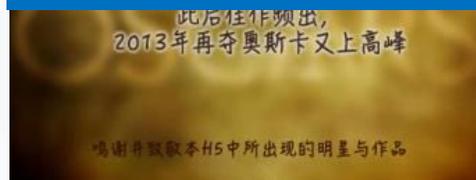
微博话题热门榜上榜成绩：

综合微博话题热门小时榜 **TOP5**



场景+产品植入.互动H5激发报名,总曝光量：

274,374



线下：新浪美食APP鲜城跑团招募



新浪美食APP鲜城跑团招募，X展架进店宣传，通过拨打报名电话和扫描二维码参与一汽奔腾主题跑步活动



执行期 线上线下整合营销资源，彰显一汽奔腾10周年主题活动

线下：花海跑现场为一汽奔腾10周年高度定制



定制一汽奔腾奖牌



主舞台及鲜花墙



公里牌和指示版

执行期 线上线下整合营销资源，彰显一汽奔腾10周年主题活动

线上：秒拍/一直播使品牌最大化露出
KOL扩散优质口碑



活动执行期间采用秒拍、一直播等最IN的传播形式向用户实时传送前方活动情况



超过30个新浪自有账号矩阵推广辐射27个地区跑友



来自企业、媒体、体育摄影旅游等垂直领域KOL扩散优质内容

收官期

长微博 + 媒体发布活动收官长尾传播

线上：长微博大图全方位多角度品牌呈现 + 多家媒体全方位联合报道



图文微博总结、有奖竞猜、长微博
全方位多角度呈现，优质口碑沉淀



多家媒体全方位联合报道，
为活动做长尾传播。



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

活动周期：5月4日-5月31日

强化理念，高度曝光

预热期

- #奔腾过才够格# 阅读量：9937万 讨论量：3.8万，活动信息覆盖上亿受众微博话题热门榜上榜成绩：**综合微博话题热门小时榜TOP5**
- 场景+产品植入互动H5激发报名曝光：**274,374**
- 超过**30**个新浪自有账号矩阵推广，辐射**27**个地区跑友，累积阅读总量：**2185.3万**，达到本地跑友参与，外地跑友关注的传播效果。

聚合族群，积极参与

- 本次活动有**1566人**参与，**7家**跑团参与，奖牌领取**967面**，白领和公务员占比**65%**，多家媒体全方位联合报道，为活动做长尾传播。

一汽奔腾作为一个年轻的汽车品牌，倡导更多人追求健康活力、积极乐观的生活方式，探索更多未知的激情。借此次10周年活动向所有热爱生活的人传达了“奔腾过，才够格”的积极理念！