

#生活圈不住你#途达x佳能跨界传播

- ◆ 广告主：东风日产
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2019.05-06
- ◆ 参选类别：内容营销类



技术日产 人·车·生活

途虽远,我必达

生活圈不住你

东风日产途达 × 佳能EOS 联袂呈现



#生活圈不住你#途达x佳能跨界传播

途达x佳能开启强强联合的品牌跨界活动

通过跨界传播渗透更广泛的户外兴趣圈层，提升途达越野车专业形象及知名度

专业单反相机

全球领先且知名的专业相机品牌

智能手机普及，摄影功能提升，相机市场逐年萎缩，但佳能EOS，能拍下手机拍不了的美景大片



+



专业越野车

20万级合资硬派SUV标杆

城市化发展，城市SUV普及，越野车用武之地减少，但途达，能抵达普通SUV无法渠道的地方，以专业征服未知旅程

如何将品牌跨界事件
玩出趣 + 玩出圈？

东风日产途达携手新浪，打造品牌跨界大事件

充分借势微博平台圈层影响+热点打造优势
将途达X佳能品牌跨界事件打造成目标圈层及大众圈层关注的热点事件
提升途达越野车专业形象及知名度



#生活圈不住你#

项目时间：2019年5月20日——2019年6月18日

热点话题
打造

品牌官微
互撩

圈层KOL
参与

多端多平台
资源助推

热点话题击中用户痛点，强势引爆全民互动事件

传播亮点

#生活圈不住你#

结合社会热点“996”和大家渴望逃离疲惫生活的痛点，以#生活圈不住你#话题，吸引受众关注，融入兴趣圈层人群，以“每人都有渴望的另一种生活和远方分享你最难忘最想实践的出逃经历”的互动方式调动人群积极性，放大品牌联名事件



途虽远，我必达



“每人都有渴望的另一种生活和远方
分享你最难忘最想实践的出逃经历”

1066个参与





#生活圈不住你#

传播行程

途达X佳能品牌跨界联合事件热点传播

预热期

5月20日

话题预热，官微互撩

- ✓ 5月20日@东风日产联合@Canon佳能 发布微博预热话题。品牌官微发布主题互撩海报，告知品牌联合事件
- ✓ 多圈层KOL转发品牌互撩海报，引发网友热议跨界事件

高潮期

5月27日-6月14日

话题互动，引爆参与

- ✓ @东风日产发布#生活圈不住你#原创视频，定制话题互动，邀请用户分享自己的出逃经历
- ✓ 微博、微信多圈层KOL转发助力推广，引爆话题热度
- ✓ 微博热搜榜单持续引爆话题，触达兴趣人群

延续期

6月17日

延续热度 活动分享

- ✓ 6月17日，由@东风日产公布中奖名单
- ✓ 用户分享内容持续扩散活动影响力

途虽远，我必达



PART1 预热期

5月20日 话题预热，官微互撩

品牌官微官宣互撩，神仙CP联手引发网友热议

5月20日@东风日产转发佳能微博，号召网友走出生活圈



@Canon佳能 率先发博



@东风日产 转发，带出活动



PART1 预热期

5月20日 话题预热，官微互撩

圈层KOL转发官微CP微博，放大品牌跨界事件声势

5月20日，东风日产和佳能在一起了！



知名旅行KOL和汽车KOL转发东风日产与佳能相约微博
强势覆盖946万粉丝，引发圈层扩散



PART2 高潮期

5月27日-6月14日 话题互动，引爆参与

东风日产发布联名原创视频，定制#生活圈不住你#话题互动 邀请用户分享出逃经历，赢取丰厚奖品

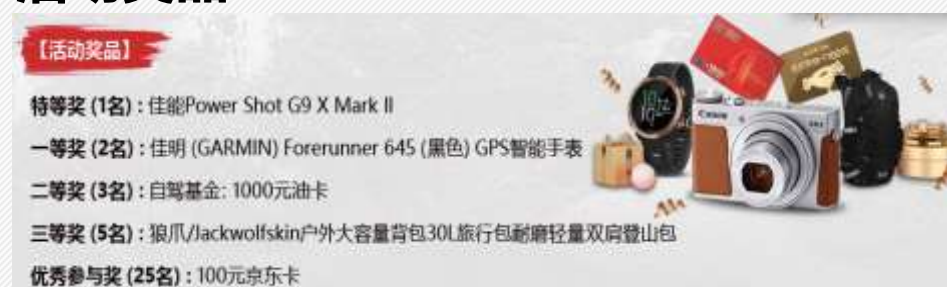


5月27日

参与方式:

- ✓ 分享自己最难忘/最想实践的出逃经历，以文字搭配图片或小视频进行发布
- ✓ 带话题#生活圈不住你#、@东风日产 @Canon佳能 @小浪编辑部参与

活动奖品:





PART2 高潮期

5月27日-6月14日 话题互动，引爆参与

旅行、汽车圈层KOL 再度扩散@东风日产视频 覆盖潜在兴趣人群，活动达到裂变传播效果



强势覆盖1534万粉丝，引发圈层粉丝参与讨论



PART2 高潮期

5月27日-6月14日 话题互动，引爆参与

微信公众号原创图文引流活动参与，10万+阅读强势刷屏

6月3日、11日



一读 阅读量**17.8万+**



beebee星球 阅读量**10.6万+**



视频播放量（微信）
31.4万次



PART2 高潮期

5月27日-6月14日 话题互动，引爆参与

话题成功引发网友热议，甚至引发蓝V/媒体/KOL主动参与



用户踊跃分享最难忘最想实践的出逃经历



@CCTV6电影频道

@雨城警方

@延参法师

@新快报

主动带话题参与!



PART3 延续期

6月17日 延续热度 活动分享

6月17日

@东风日产发布#生活圈不住你#获奖名单

东风日产 V 6月17日 22:30 来自 iPhone X

#生活圈不住你#恭喜@撒尼叔叔的童真生活 获得特等奖；@但我一定能学会 @擦理论 2位获得一等奖；@孙岛主爱旅游@啊-是怒怒呀@我系比姐 3位获得二等奖；@Kaane-@溜里个溜溜溜溜@暗血剑客N@queenbei她妈@小杨那个帅 5位获得本次三等奖；也恭喜以下@鱼儿恋梦@惠惠和歪歪V@尼莫卡卡卡卡@傲娇情傲@每天都要开开心心@吃了没吃喝了没喝@周松LFM@lynnmaozai@暴雪樱桃柯基@Ohicatchy@苏丹不红@_持雅@张萌ZMeng23@天天知多点@只想考一个好大学里巨挣钱的专业@用户蓝色大海的传说@__大大倩儿@很拉风的草稿本@一米四四四四@我来野_刘寅61@一只老李@李二圆@明媚小厨娘@8顺势而为@alma-曾曾 25位参与者获得本次优秀参与奖

6月18日至30日，获奖用户可联系@小浪编辑部 工作人员进行奖项事宜沟通，请留意微博私信并保持手机畅通。逾期（即2019年6月30日）联系不上者视为弃权，后期将不做任何形式的补偿。

每段征途，都值得被记录，来一次生活的出逃，感受世界的精彩吧！

[收起全文](#)



生活圈不住你

#生活圈不住你# 再多忙碌，也阻挡不住前进的脚步。东风日产途达联袂佳能带你冲破枯燥生活圈，遇见更大的世界！每段新的征

发博



特等奖

自驾万字长图文

《没有梦想何必远方》





PART3 延续期

6月17日 延续热度 活动分享

通过以话题互动引发网友共鸣与参与热情 成功渗透 “每一次出发都值得被记录” 的理念



撒尼叔叔的童真生活

5月30日 17:07 来自 微博 weibo.com

#生活圈不住你#你走多远，你的世界就有多大。两个老男孩，驾驶一辆车，跨越6个省，31天，行程1万公里。就是为了实现心中的梦想。发布了头条文章：《没有梦想何必远方！？自驾31天，穿越云贵川藏。》 @东风日产 @Canon佳能 @新浪编辑部



没有梦想何必远方：自驾31天，穿越云贵川藏。



鱼儿恋梦

6月11日 19:33 来自 Android

#生活圈不住你#看云识天！

海拔4636米！

我有最cool的天空美景！

长图文——【云南丽江——寻找我心中最美的蓝天】

这是我独一无二的天空照片。

我相信离蓝天越近

就能更加清楚蓝天的模样！ 展开全文



海拔4636米上
找寻内心的一片蓝天

为了梦想，老男孩
自驾穿越川藏



啊-是怒怒呀

6月10日 16:03 来自 iPhone

回顾我的北欧行#生活圈不住你#

最最最幸福的是在瑞典阿比斯库邂逅欧若拉女神啦，别人住了三天都没看到，我只住一晚就欣赏到了，非常感恩！亲眼目睹她在空中飞舞真的超感动，我们都在欢呼。跪在雪地40分钟调试相机腿是没有知觉的，今天醒来果然感冒了，但是也好值得！ @东风日产 @Canon佳能 @新浪编辑部



前往北极，邂逅一生
只见一次的欧若拉

话题互动 + 传播扩散 + 广泛覆盖

生活圈不住你

3 大手段紧密配合，活动完美收官

有效引爆途达 x 佳能跨界事件声量
助力途达实现知名度 + 好感度提升，越野车专业形象深化



途虽远，我必达

生活圈不住你

微博话题

话题阅读量

2.4 亿

话题讨论量

1.8 万

视频内容

视频播放量

670 万 +

微博 639 万 +

微信 31 万 +

资源传播

曝光量

3.99 亿

点击量

277 万

103%
KPI

155%
KPI



途虽远,我必达



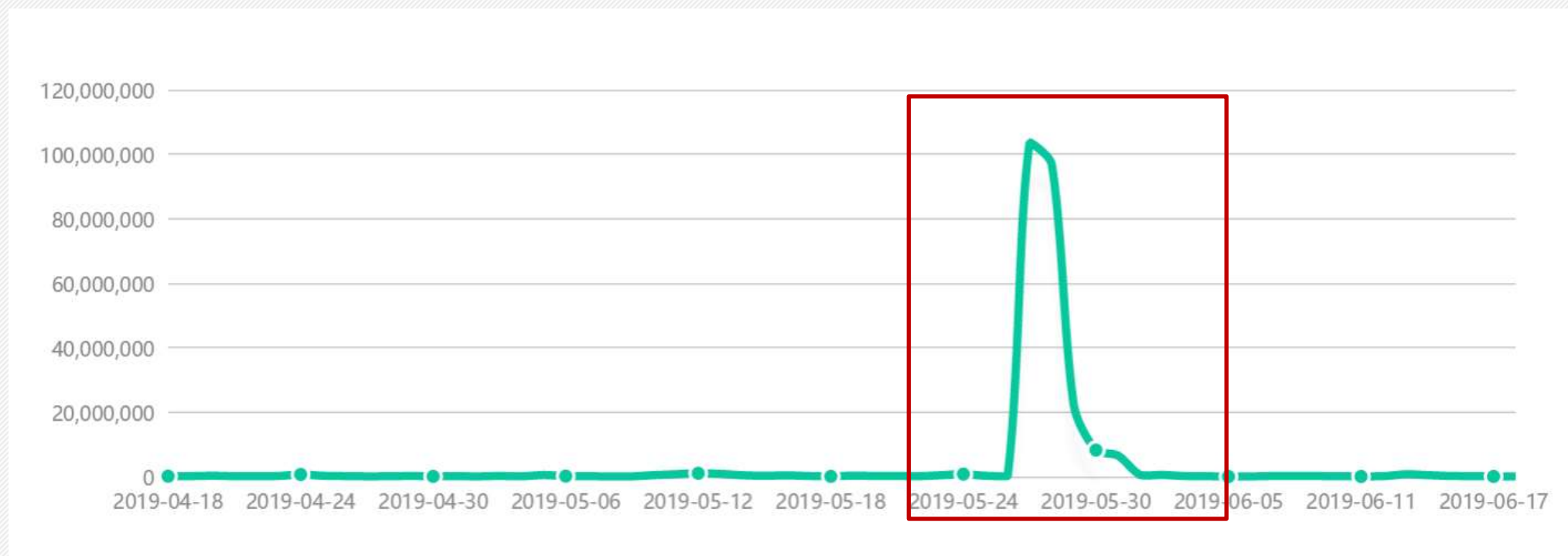
通过本次传播成功带动途达声量提升

传播前

2019.04.18~2019.05.18

传播后

2019.05.18~2019.06.18





传播前

2019-03-18 15:22:00~2019-05-18 15:22:00



用户对途达的联想 偏向理性的驾驶安全

传播后

2019-05-18 15:24:00至2019-06-18 15:24:00

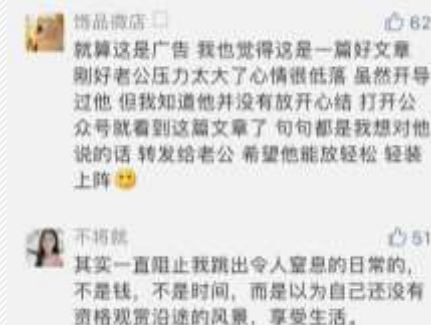
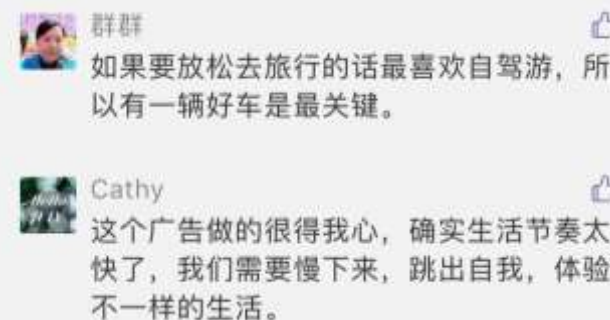
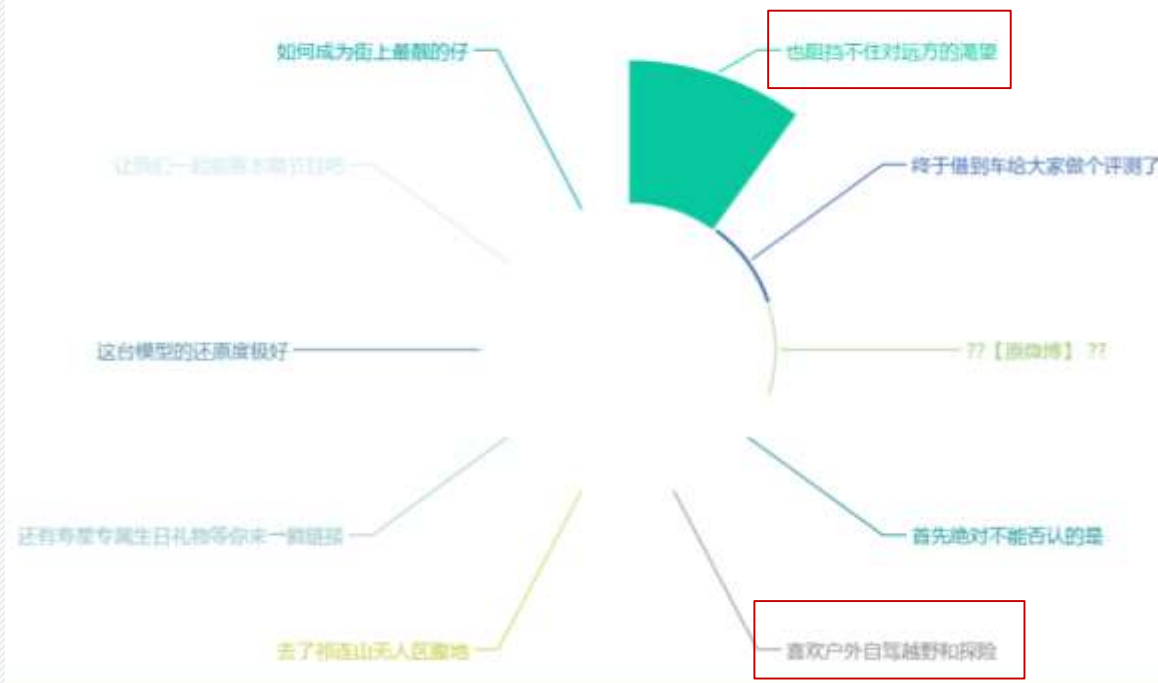


用户对途达的联想 更具感性和渴望



收割了一大波用户好评，品牌好感进一步提升

61.49%的用户将“远方、自由、探险、越野”与途达品牌形象结合，表达对车型的喜爱





技术日产 人·车·生活

途虽远,我必达

生活圈不住你

东风日产途达 × 佳能EOS 联袂呈现



Thank You!