

东风日产ARIYA “真续航不虚标” 短视频营销传播

- **品牌名称：**东风日产
- **所属行业：**汽车
- **执行时间：**2023.07.01-07.31
- **参选类别：**短视频营销类

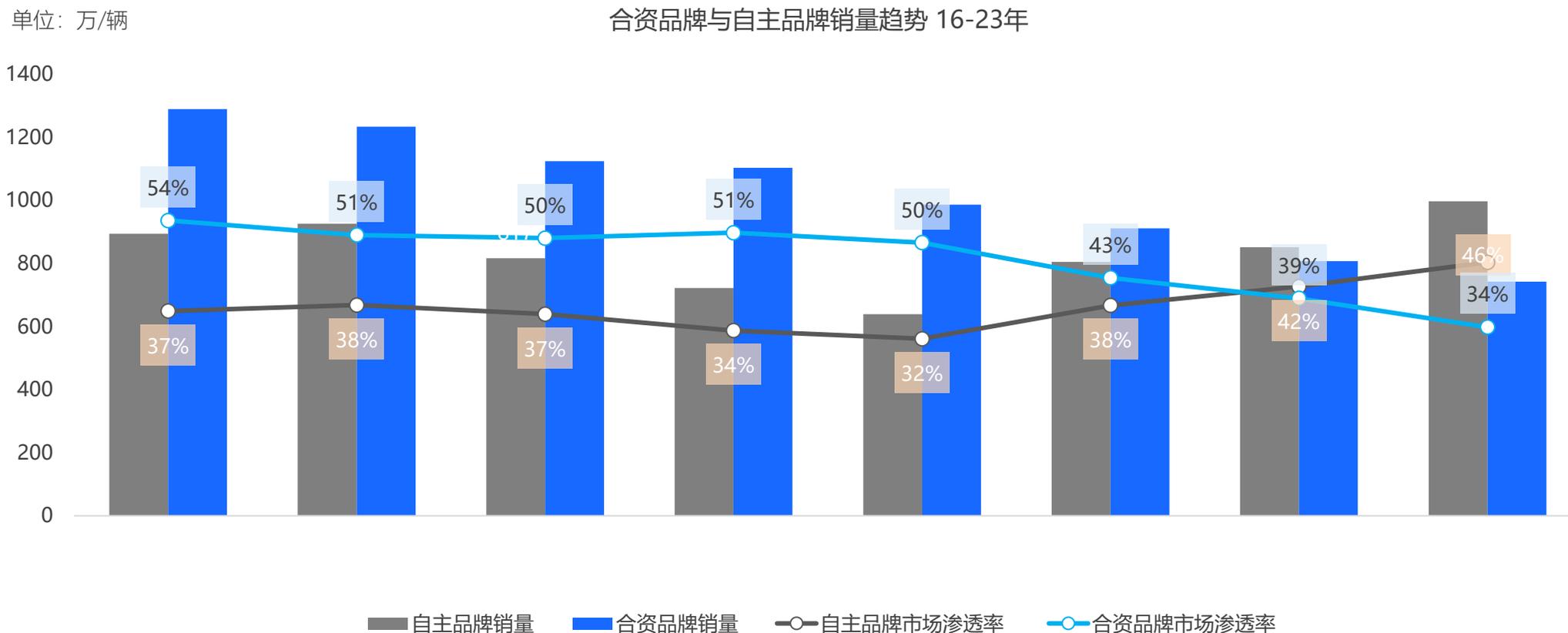
结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://vc.yiche.com/vplay/7439486.html>

<https://vc.yiche.com/vplay/7444608.html>

2023年国产电车井喷，传统合资品牌承压

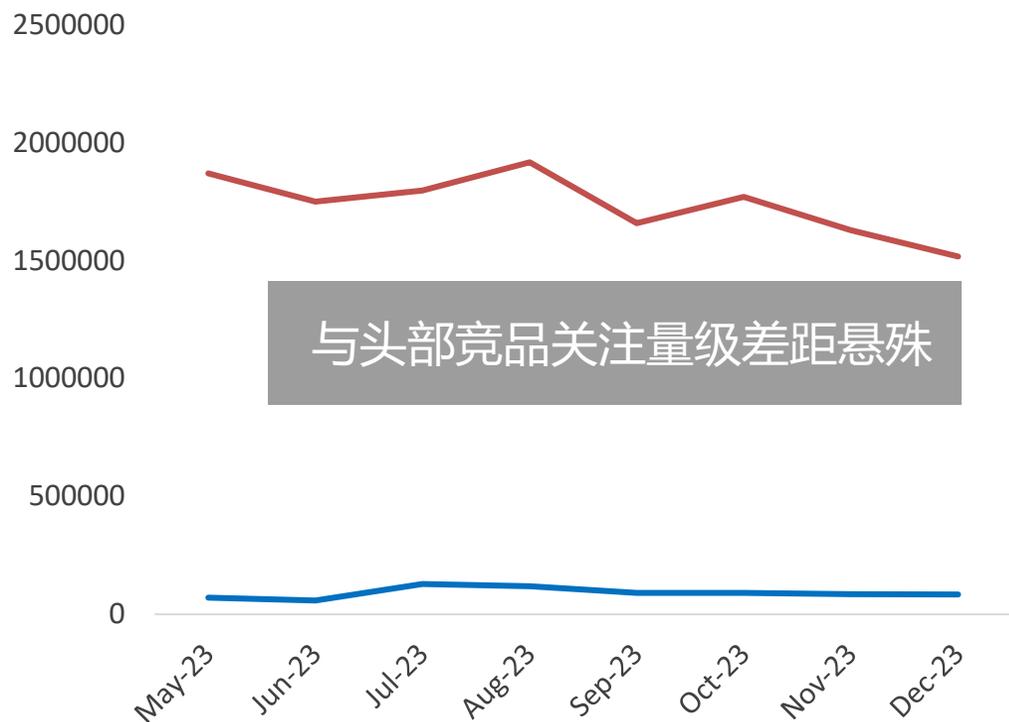


日产新能源边缘化趋势明显，用户认知度不高

ARIYA 2023.5-2023.12销量趋势



ARIYA VS 宋PLUS 2023.5-2023.12 关注趋势



如何逐步打破边缘地位，扩大用户认知



如何让东风日产ARIYA
“真续航 不虚标” 价值进入用户心智？

传统的技术解读对于用户**感知度不强**



经典影视桥段IP与诗词歌赋**用户认知度高**



东风日产ARIYA 真续航 不虚标

《大话西游》创意复刻

《唐诗经典》创意融合



巧借人们耳熟能详的经典历史/影视桥段为内容创意，以戏剧化的剧情反转和场景演绎让产品和剧情发展进行强关联，同时创意融合竞品对比剧情，整体讲述因为有ARIYA的加入，让经典桥段变得更加趣味化和更具观赏性，通过轻松娱乐的经典桥段增强用户认知，以及场景化产品植入打造ARIYA“真续航、不虚标”产品认知标签。

《唐诗经典》创意融合



借用晚唐诗人杜牧的名句：“一骑红尘妃子笑，无人知是荔枝来”，将驿站“600里送荔枝”的情节与ARIYA 623km综合续航相结合，并结合竞品对比，突出“真续航不虚标”的卖点价值



《大话西游》创意复刻-一生所爱



复刻经典电影《大话西游》悟空使用月光宝盒穿越过去拯救白晶晶的名场面，将不断重复的穿越与开车拯救白晶晶进行结合，通过“孙悟空”的不断试错，最后印证“只有ARIYA真续航才能拯救白晶晶”，将“真续航”的卖点深化拔高。



易车垂直专业内容承接热度

ARIYA X 易车《巅峰耐力赛》——24小时极限驾驶测试续航里程



<https://vc.yiche.com/vplay/7846163.html>



全网累积播放量：157.6万



累计互动量：1819条