

神州租车「2023旅行备忘录」

- **品牌名称:** 神州租车
- **所属行业:** 汽车租赁
- **执行时间:** 2023.12.22
- **参选类别:** 视频内容营销类

案例视频

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://v.qq.com/x/page/x35348f7vhp.html>

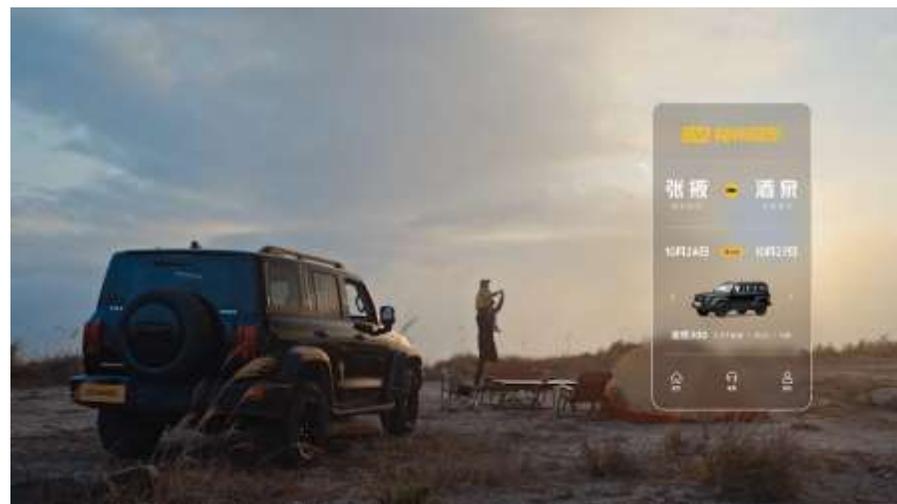
- 背景：2023年年底，神州租车需要一条视频来对2023年进行盘点回顾，但是神州租车发现客户对出行的相关数据并不关注，所以我们给客户提出的解决方案就是从租车订单入手，关注每一个订单背后的故事，从情感角度进行年终盘点。
- 挑战：神州租车的风格比较保守，以往从未产出过类似的作品，如何在创意锐度和品牌调性上进行调和，以及协调大量场景、百余位演员的演出成为了巨大的挑战。



- 不说教，曾经关心的大事会转瞬遗忘，但并不关心的小事却又历历在目。虽然旅途中总有些不记得的事情，但我们当时的心情和感悟，却被永远铭刻在心。你不必记得在春节租车返乡时，到底在外奔波了多久，但你会记得到达家乡的喜悦；你不必记得在淄博租车自驾时，品尝到了什么味道的烧烤，但你会记得谁在和你一起吹着夜风；你不必记得旅途中的风景，但一定会记得旅途中的我们。



- 有些事不必记住，才会让生活更值得被记住。
- 神州租车用一张张租车订单背后的故事，连接起全年的热点事件，用出行这种交通方式，连接起后疫情时代第一年人们的情绪。
- 用情感化的营销策略让消费者更加深入了解神州租车的品牌理念。



- 神州租车在年尾品牌盘点营销上另辟蹊径，将2023年的年度热点和租车出行完美结合，用更温暖、更感性、更有洞察的全新表达方式，从每一张租车订单出发，来回顾每一位租车人的故事。
- Step1 与客户明确内容方向，以租车订单为核心，从情感角度出发，创作脚本
- Step2 细化脚本，选出2023年具有代表性的热门自驾场景，比如春节返乡、淄博烧烤、演唱会、亚运会等等，并制作出与视频贴切的订单展现页面
- Step3 根据脚本进行演员选择、明确拍摄场地及道具制作
- Step4 选择广州作为拍摄地，模拟一年四季的场景
- Step5 连续4天的艰苦拍摄，日均拍摄时长17小时
- Step6 Acopy与Bcopy的调整，最终达成完美交付

- 成为品牌里程碑级的作品，在微博、视频号、朋友圈等网络各平台上均颇受好评，也为未来的品牌形象宣传开启了新的思路。



『不记得大风景 只记得小心情』

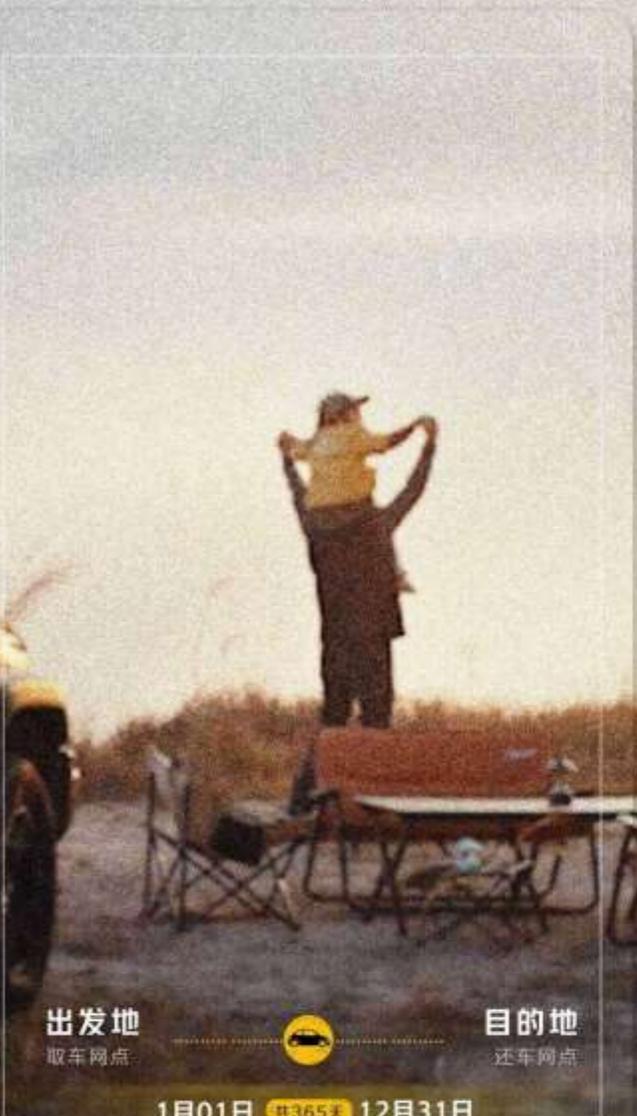


T
V
C



CAR 神州租车

2023年终回顾旅行被忘录



T
V
C

出发地
取车网点



目的地
还车网点

1月01日 租365天 12月31日

• 背景

临近年尾，品牌都在做着各式各样的盘点，搭载着自身的APP数据，生成各种各样专属于个体的年度报告。神州租车也加入了逐渐「春晚化」的盘点当中。

• 创意

关注每一张订单背后，每一位租车人的故事。以租车订单为切入点，结合2023年的热门事件，重构了这一年来出行路上所经历的一瞬间，让被忘却的记忆再被激活，被忽视的生活被点亮

