

《全新高尔夫家族「好玩」集结》 一汽-大众 高尔夫车主故事

- **品牌名称：**一汽-大众
- **所属行业：**汽车行业
- **执行时间：**2024.10-11
- **参选类别：**视频内容营销类

结案视频

复制链接到新浏览器页面查看

https://v.youku.com/v_show/id_XNjQ1MDk4MjY1Ng==.html

- 高尔夫作为全球销量超过3700万辆的传奇车型，历经八代更迭，始终以其卓越的性能、精湛的工艺和不断创新的科技引领着两厢车市场的发展，在全球拥有近4000万车主。随着市场竞争的加剧和市场由“增量”转向“存量”，经营用户变得尤为重要。高尔夫车主群体，作为一群充满激情、热爱、有鲜明群体文化的用户，其口碑和品牌忠诚度对于品牌的长远发展至关重要。
- 玩，是一种状态，也是一种精神。从这条视频，进入GOLF的会玩领地。我们希望能通过“玩”这件事，透视出不同的高尔夫车主，拥有各自的玩法，从玩转生活，到玩转人生，每位高尔夫车主，都有自己的精神阵地。

最带感	最真实	最专业
故事主角	故事情节	故事内容

来包装他们都是高尔夫的历代车主

- 我们的目标是强化高尔夫品牌的历史传承和现代创新形象，提升品牌形象和市场影响力。通过历代高尔夫车主的真实故事，传递品牌的历史传承和用户对品牌的深厚情感，以此延续和增强用户口碑，提升品牌的信誉和影响力。

**用最真实的微记录，
将车主们会玩，好玩的故事讲给更多的人听**

- 玩，是一种状态，也是一种精神。从这条视频，进入GOLF的会玩领地。我们希望能通过“玩”这件事，透视出不同的高尔夫车主，拥有各自的玩法，从玩转生活，到玩转人生，每位高尔夫车主，都有自己的精神阵地。通过车主「会玩」的高能技艺，与高尔夫共创「好玩」的新玩法，展示车主的多样化特点和生活态度，同时传递了高尔夫品牌的历史传承与现代创新。
- 通过真实的车主故事，捕捉他们与高尔夫共度的日常生活和非凡时刻，展现高尔夫不仅仅是一辆车，更是他们生活中不可或缺的伙伴。这些车主的故事，不仅是个人的记忆，也是高尔夫品牌文化的重要组成部分。每一代车型都有其独特的车主群体和文化故事。这些故事不仅记录了高尔夫车型的演变，也反映了车主们的生活态度和价值观。

让每个会玩的车主 创造更好玩的高尔夫

用车主「会玩」的高能技艺，与高尔夫共创「好玩」的新玩法

第 6 代 车 主

玩无人机 更是顶级穿越机摄影家

**会玩：一组摄影大片，不是一个团队的作品，
而是一个人用穿梭机完成的高标摄影作品**

标签：个性、新鲜、坚持，追求内心



第7代车主

萌宠爱好者 更是萌宠COSPLAY的OOTD设计师

会玩：给毛孩子DIY流行服饰
自创每个宠物自己的流行风潮

标签：时尚、新视角、生活力



第8代车主

冠军乐队的吉他手 更是“一切皆乐器”的效果器玩家

会玩：实验生活的万物演奏吉他
制造全新声效和未曾感知的音乐体验

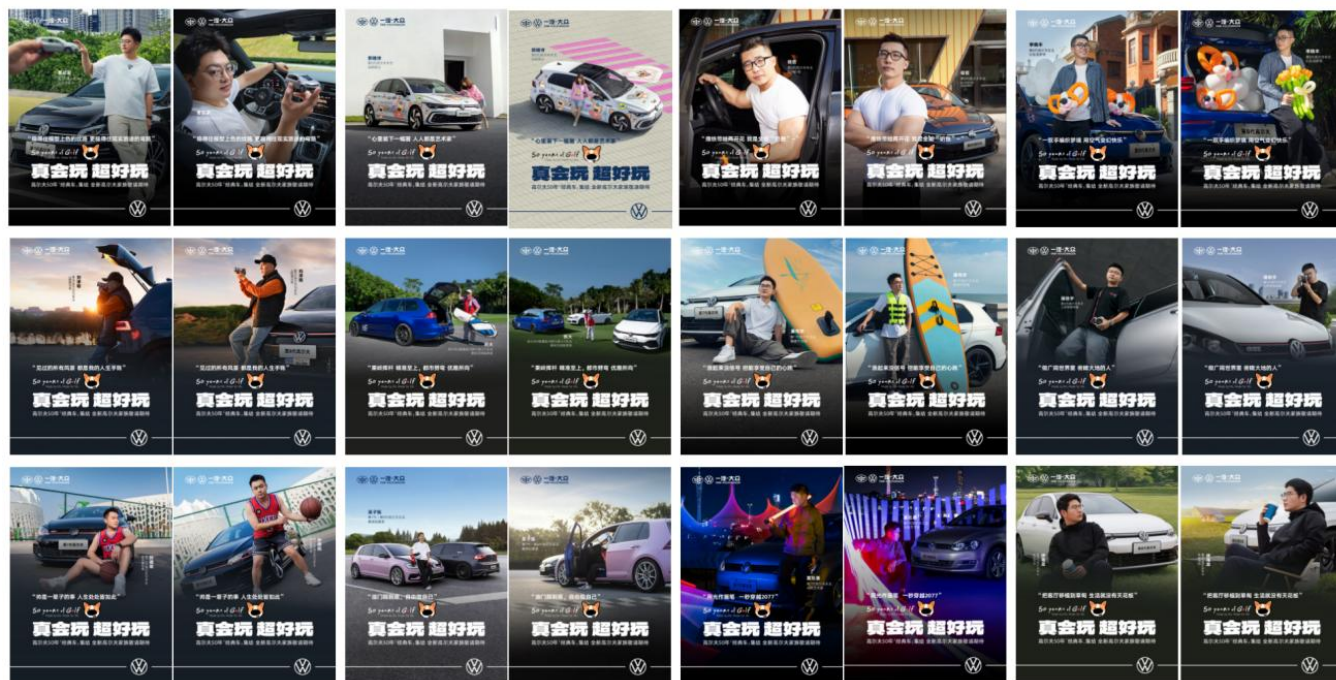
标签：自然、生命力、MIX



影片的最后，678三代车从四面八方汇聚而来，他们是真会玩，超好玩的“狗夫”
画面中全新GOLF也融入了这个集体，永远青春，永远抱有情怀和热爱的我们，从玩的状态，玩的精神，再到玩的升华，他们，好玩不止，热爱不灭，一起玩转属于自己的人生。



- 视频通过微记录的形式，捕捉了车主们与高尔夫共同成长、探索和享受生活的瞬间，这些未经雕琢的真实故事，触动人心，与广大观众产生了强烈的情感共鸣。视频中的每一位车主都是一个独立的故事讲述者，他们的故事不仅展现了高尔夫车型的多样性，也反映了车主们的个性和生活态度，这些故事的集合，构成了高尔夫品牌文化的一部分。
- 除视频外，结合不同车主的爱好及故事，打造车主美图进行传播。



- 永远青春，永远抱有情怀和热爱的我们，从玩的状态，玩的精神，再到玩的升华，他们，好玩不止，热爱不灭，一起玩转属于自己的人生。
- 视频在品牌官方全媒体平台发布，突破了369W+播放量，累计官方账号互动量达1万+，并广泛引发了用户的广泛讨论。