

红旗HS3 PHEV&快手「山野音乐会」唱响青城山

- **品牌名称：**一汽红旗
- **所属行业：**汽车
- **执行时间：**2024.10.9-12.31
- **参选类别：**IP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://www.kuaishou.com/short-video/3xzs7epdjqp5k?utm_source=video&utm_medium=video&utm_campaign=video

快手的显著用户优势契合红旗HS3 PHEV新车的目标受众

一汽红旗新车HS3 PHEV，主打目标用户人群为新线城市，新车上市需要以出圈的优质内容，结合快手国民级的用户流量，助推新车上市引全网围观，热度出圈，车型内容出圈，深入用户心智，深化目标用户对新车的认知认可，同时带动新车意向转化

过去一年，在居民消费分级的大趋势下，三线及以下城市新线市场用户消费能力进一步提升，价值被广泛认可。

在快手7亿用户群体中，新线城市用户占比约60%，消费潜力巨大

快手在新线市场的显著优势，令其成为品牌抢占商业增量、下探新线市场的首选。

覆盖新线城市人群，出圈的优质内容，车型内容出圈

快手国民级的用户流量，助推新车上市引全网围观，热度出圈

深化目标用户对新车的认知认可，同时带动新车意向转化

激发年轻人围观及喜爱，带动新车热度

快手「山野音乐会」

红旗HS3 PHEV唱响青城山

逃离喧嚣的闹市，循着歌声走进悠然青城山

快手&都江堰市人民政府和青城合作片区管委会

HS3 PHEV 回归山野的民谣之旅

在音乐里撒野，在自然里放空自我

放大地缘特色、焕新城市名片

山野民谣俘获**HS3 PHEV**新车年轻潜客

音乐
唱响
新车
热度

新车热度-山野音乐会俘获年轻受众

快手山野音乐会汇集「音乐、文创、美食、美景」，为观众带来沉浸式的自然与人文双重享受

实力LIVE阵容开启民谣之约，锐化红旗HS3 PHEV年轻化形象

红旗X快手合作平台S级IP《山野音乐会》，
联合江堰市人民政府及地方官媒资源，开展线上线下联合传播。
@万晓利、@马頔、@金玟岐、@陈婧霏、@蔡鹤峰、@拾光者计划等6大明星助阵。

联合江堰市人民政府及地方官媒，线上线下联合传播



新车热度-线上宣推互动聚焦新车热度围观

红旗山野音乐会活动话题页、H5活动专题页，多点位植入红旗HS3 PHEV的logo露出，借势活动热度助力品牌大量曝光。

项目活动话题页



#快手山野音乐会

红旗冠名活动话题页
多点位露出品牌

头图Logo

话题导语

Banner

置顶红旗品牌视频
聚合红旗优质内容

H5活动专题页



红旗冠名H5活动专题页
多点位植入品牌

头图Logo

品牌banner

账号关注

鸣谢Logo

红旗新车TVC宣推亮点
关注组件-引导红旗官号涨粉

山野民谣唱响青城山，助推城市出圈

以“山野”元素为出发点，舞美、灯光、舞台设计等都融入都江堰厚重的历史感和青城山幽静的自然风光，将都江堰地区的传统文化因素与现代音乐进行有机融合，传统历史文化的创新式传承，开拓青城山全新名片。

传承与弘扬地方文化

音乐会融入了都江堰本土音乐人马龙演唱的《都江堰》以及四川大凉山拾光者计划乐队的彝族民谣《出嫁调》等具有地方特色的音乐，将当地的文化元素通过音乐的形式展现给更多人，有助于传承和弘扬地方文化。



促进文化交流与融合

音乐会邀请了万晓利、马頔、金玟岐、陈婧霏等来自不同地区的知名歌手以及快手音乐达人蔡鹤峰等，他们带来了不同风格的音乐，与当地文化相互碰撞、交流和融合，丰富了当地的文化内涵。



山野民谣唱响青城山，助推城市出圈

为青城山景区增添全新旅游体验，提升吸引力和竞争力打造具备独特魅力的文旅新IP。直接带动消费增长：为都江堰引流**1.6**万人次，累计实现旅游收入约**640**万元，门票收入、餐饮住宿、购物娱乐等消费显著提升，直接刺激当地经济增长。

提升景区吸引力

为青城山景区增添了新的旅游项目和体验，吸引了**2500+**游客前来，尤其是对音乐和户外活动感兴趣的人群，丰富了游客的旅游选择，提升了景区的吸引力和竞争力。



打造特色文旅品牌

以青城山的自然景观为背景，将音乐与自然、文化相结合，打造出具独特魅力的文旅品牌，为都江堰和青城山树立了新的形象，使人们对这一地区的旅游资源有了更深刻的印象，有助于吸引更多游客在未来计划前来深度游玩，进一步带动当地旅游市场的持续繁荣。



拓宽新线人群增量价值

布局新线城市地缘文化营销，融合地缘文化与生活体验，打通“线上+线下”种草转化链路，此次活动探索出更具烟火气的IP新玩法，实现品牌营销与文旅热点的双向赋能。

探索文旅融合新模式

将音乐会与地方文旅资源深度融合，集音乐、文创、美食、美景于一体，打造出全新的旅游体验模式，为其他地区的文旅发展提供了有益的借鉴和参考，探索出了一条可持续发展的文旅融合新路径。



创新营销推广方式

作为快手地缘文化项目的全新IP，利用快手平台的影响力和直播优势，实现了高效的品牌营销和文旅热点的打造，为地方文旅宣传发掘新路线，为红旗HS3 PHEV开拓新线市场新增量，为其他地区的营销推广提供了创新思路。



场景化营销联动红旗终端助推新车热度

红旗HS3 PHEV亮相音乐会，现场互动爆棚，经销场景化营销，沉浸式直播拉满氛围

红旗场景化营销「山野卖场、山野市集」

城市地缘文化加持+名人音乐场景化线上直播宣推——新车热度好评占领用户心智



红旗HS3 PHEV亮相



经销商展区互动



音乐会表演嘉宾场景化营销



主播沉浸式直播



音乐会表演嘉宾体验车型



专属体验区



明星集中造势，热度蓄能

嘉宾深度体验 定制植入

现场大屏播放TVC

麦标联合logo露出

主持人手卡联合logo露出

活动周边联合logo露出



前后垫片



歌名条



信息条



直播角标



片尾鸣谢



点赞图标



直播间皮肤



人名条

流量资源宣推 引爆全网热度

快手重磅资源及全国多端媒体联合发声，造势红旗山野音乐会热度，热度破圈热榜刷屏

快手重磅流量倾斜，全矩阵宣推

多端媒体发声 持续拉升事件&品牌影响力

热榜刷屏 声量破圈热度加码



媒体发声好评不断
四川&成都电视台重点报道



区域/营销/娱乐
多元媒体长尾报道



当地政府媒体大力支持强力助宣



主榜4个，文娱榜5个，成都本地榜7个



品效合一 承接转化项目热度

联动红旗官号及经销商账号，为红旗私域沉淀优质粉丝，同时收割热度转化本地线索到店。

一汽红旗发起#旗享购车钜惠好礼 话题挑战赛
流量激励号召全民参加活动，提升红旗新车EH7热度

直播PK赛-引流本地潜客到店
置顶品牌官方账号，聚合经销商账号矩阵

直播间引流组件
官号流量赋能经销商直播间，引导关注沉淀私域流量



红旗新车话题互动页



经销商矩阵挑战赛



置顶品牌官方账号，聚合经销商账号矩阵



锁链直播间多视角直播联动



关注卡片，引导红旗官号涨粉

品效合一 转化项目热度

联动红旗官号及经销商账号，为红旗私域沉淀优质粉丝，同时收割热度转化本地线索到店。

10月

@说车的阿飞



11月

@张泉灵



12月

@董哲



一汽红旗联合央视主持人张泉灵，车垂达人@说车的阿飞、电商带货主播@董哲，连续举办新车福利直播 **bigday**，直播间热度持续高涨，品效结合带动线索转化。

名人主播多场直播带货 收割项目热度转化潜客

福利宠粉直播大场

说车的阿飞「旗星闪耀 金秋献礼」

新车性能理念分享

张泉灵「天工开物 大器舒享」

福利促销售车直播

董哲「年终超值焕新季」



营销效果与市场反馈

新车热度-山野音乐俘获年轻受众

快手山野音乐会汇集「音乐、文创、美食、美景」，为观众带来沉浸式的自然与人文双重享受

全网总曝光量

8亿+

话题总曝光量

5亿+

直播总场观

1.1亿+

全网热搜

16个

明星海报+明星视频集中造势



快手平台官号独家直播 明星达人青城山下同台演绎



热度霸榜：4主榜、5文娱榜、7成都本地榜



亮点及总结



地缘特色内容加持新车圈粉

一汽红旗作为本次山野音乐会冠名商，品牌不仅在活动现场设立专属展区，还由其官方主播担任音乐会主持人，在与歌手、音乐人的互动中，自然展现红旗**HS3 PHEV**在不同场景的突出性能，实现品牌产品的深度植入。

区域文旅底蕴俘获红旗年轻潜客

快手线上为品牌提供了直播间皮肤、信息条、**H5**页面等丰富曝光空间。通过品牌经销商的场景化推介、主播沉浸式的直播，让红旗**HS3 PHEV**成为超级混动**SUV**新选择，塑造其“最懂年轻人的出行搭子”的品牌心智。

可复制的营销打法

持续挖掘更多区域文化特色，助力打造城市新名片，同时帮助更多品牌建立与新线人群的情感联结，不断拓展地缘文化营销的更多可能性。