

一汽奔腾绿动公益品牌线上发布

广告主：一汽奔腾

所属行业：汽车行业

执行时间：2019.03.12-03.20

参选类别：数字媒体整合类

营销背景

一汽奔腾作为国产汽车品牌，在“新奔腾”品牌发展战略发布之后，一直致力于打造百年汽车品牌，有责任、有信心、有能力顺应时代前进的潮流。新奔腾将为用户创造价值、为社会创造财富、为人类创造美好出行。

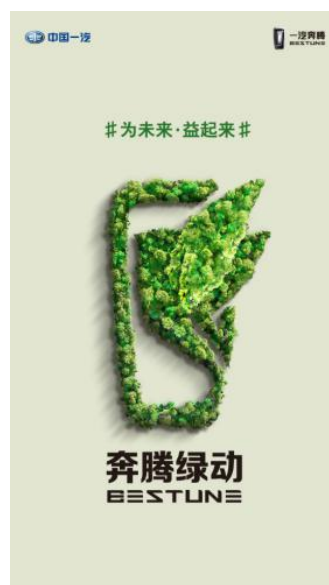
为建设美丽中国，坚持绿色发展理念，让“低碳、健康、和谐共生”的价值理念深入人心。一汽奔腾勇担责任，积极作为，树立品牌公益形象，提高品牌声量。

营销目标

通过对“奔腾绿动”公益品牌立体式传播，线上多品牌联合共同发声，引爆话题提升关注，创意传播快速提高活动认知，并将奔腾的品牌形象和公益理念进行深度阐述，塑造品牌公益形象和凸显企业担当。

策略与创意

1、以绿色的树叶作为基本元素，配合品牌联动，制作出风格统一又具有品牌信息的图片，快速提升奔腾绿动 LOGO 的认知度。



2、以各品牌和 KOL 为源头，产生大量 PGC&UGC 原生内容，在社会化媒体上引爆话题。

执行过程/媒体表现

1、预热期：打造品牌矩阵，为活动站台发声

与众多知名品牌强强联合，围绕#益起来，为未来#公益主题，助力话题传播和品牌声量提升。



2、爆发期：舆论助推，增强品牌公益效应

资讯、汽车等 40 多家主流媒体，多平台、全方位深度解读，强化品牌公益占位，塑造企业社会责任担当。

🏠 搜狐 新闻 财经 娱乐 体育 房产 汽车 时尚 科技 游戏 搞笑

新标志、新作为 一汽奔腾全新公益品牌亮相

2019-03-13 09:30:00

📍 汽车 / 一汽 / 奔腾

阳春三月,万物生长,在3月12日植树节,心系环保公益的一汽奔腾,发布了全新公益品牌“奔腾绿动”。作为绿色生活的倡导者和践行者,新奔腾品牌在公益的路上又向前迈进了一大步。



3、引爆话题，登公益话题榜第 9 名

#为未来，益起来#话题登上微博公益榜，阅读量达 5239.5 万，讨论量 50.5 万，吸引网友关注讨论。



营销效果与市场反馈

品牌联合 39 家；微博 KOL20 家；6 篇公关稿件发布 100 频次，涉及 40 余家主流媒体；微博话题 #为未来，益起来#，阅读突破 5239.5 万，讨论量达 50.5 万。