

#这个年，09在一起# 领克09新春匠心营销

- ◆ 品牌名称: 领克
- ◆ 所属行业: 汽车
- ◆ 执行时间: 2023.01.11-01.20
- ◆ 参选类别: 场景营销类

结案视频

<https://www.bilibili.com/video/BV1kh4y1K7Dy/>

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

回家过年

2023年，后疫情的第一个春节前夕，“返乡过年”成为异乡人的热门话题

多久没回家了？

今年过年回家吗？

带点什么年货回家？

回家路上怎么做防护？

突然放开没做好回家的准备怎么办？

用户

过了魔幻的三年
每个人都在等
重回故乡，全家团聚

品牌

营销主题&场景受限
每个品牌都在
等一场正能量的狂欢



对自己

安全返程
家人放心

对于2023春节
用户最在乎什么？



对家人

置办年货
大饱口福

关于回家，他们充满着不安，也饱含着期待
这种复杂的社会群体情绪，成为了领克09沟通的最佳介质

领克09



幸福，一部到家

超级好开，超长续航，超强安全
一辆车，一个家，装下一个春节

至味年货

网易味央

WEIYANG.CN

口福，一步到家

联动网易味央黑猪，放心猪肉安心享受
甄选年货礼盒，承包家人的味蕾大满足

一部到位
一步到胃

过大年

#新年，09要一步到家#

告别三年的原地过年，家人们久等了。
这一次，终于可以启程回家过大年。



领克09 装载满满的匠心年货与新春猪福，陪伴中国家庭一步过年！

共造

大大大大大话题

过年回家路温情故事走心记录

共燥

大大大大大礼盒

黑猪肉新春礼盒品质尊享



三组有特色的素人乘客，见证返乡全过程，共享家乡年味

媒介&执行



除夕奔波



知名导演

《赶路篇》

“要拍好他们的年
更要过好我的年”

老友相聚



草原向导

《敢路篇》

“人们都在新年回家
但这次我想四海为家”

家庭出行



二胎家庭

《感路篇》

“三年了，第一次
带二宝回家见爸妈”

带故事上车，带温暖下车

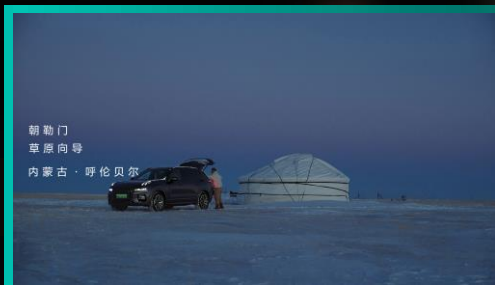
温情故事背后，展现领克09强悍全能实力，为年货礼盒预热 媒介&执行

《赶路》

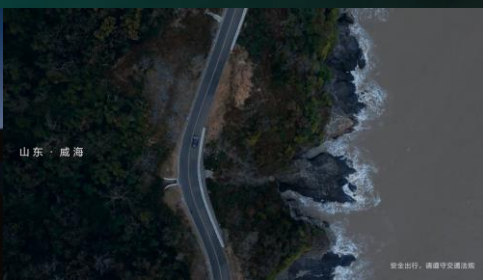
不怕长途堵车
不必排队补能
就算忙在他乡
也要一步到家



大年三十当天，眼前，是上海片场待他掌镜的一道道年夜大餐，身后，是远在宁波等待着他的一桌团圆饭菜



朝翰门
草原向导
内蒙古·呼伦贝尔



山东·威海



三年啦

强悍性能
无惧复杂路况
从冰原到山河大海
什么路，都挡不住



《敢路》

这个新春，比起继续留在大草原上过年，他更想去看看大海，也看看三年没见的老朋友

《感路》

超强安全设计
全家人的欢乐堡垒
放下担心
回家旅途更安心



全家都在翘首期盼今春的大团圆，因为疫情，上一次回苏州还是三年前，这也是二宝第一次去外公外婆家过年

“量车定制” 史上最大黑猪肉礼盒兔年限定版，刺激下订

媒介&执行



幸运
主角



味央猪脚

身材
精瘦



味央精肉

肘遍
四海



味央猪肘子

脊祥
如意



味央里脊肉

梅有
烦恼



味央梅花肉

早日
腿休



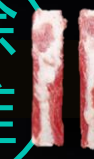
味央猪腿肉

心花
怒放



味央五花肉

排除
万难



味央猪小排

职场
主心骨



味央猪筒骨

猪19件大大大礼盒

09要一步到胃，全家大饱口福

适配领克09车厢空间，自带吸睛噱头

活动期间下订领克09并完成提车，即可获赠价值¥1000新春“猪”福礼盒。

跟随猪小花驾驶领克09，线上也能一步到位「食来运转」

媒介&执行

基于辞旧迎新的新春氛围，洞察用户对讨口彩、送祝福的心理需求
网易哒哒x领克09，共创一支节日刷屏级H5。

新年，09要走花路

生成属于自己的个性化新春开运海报，抽取领克新春大礼
植入车型卖点，为品牌引流。

猪小花IP加持

交互过程植入卖点

新春开运海报

用户留资&引流到店



打造领克09主题表情包，携手占领春节长尾社交聊天高地

媒介&执行



根据新春社交场景及领克09卖点，融入#新年，09要一步到家#主题，持续渗透用户日常。

全网立体化传播布局，塑造差异化春节营销浪潮

媒介&执行

× 这个新年，09在一起! ...

HAPPY NEW YEAR • HAPPY NEW YEAR • HAPPY NEW YEAR • HAPPY

网易新闻 × LYNK&CO 09

新年，09要一步到家

一脚踏门，同走花路 宜 满满心意，全家齐聚。



2023年1月1日至2月28日下订领克09并完成提车，即可获赠价值1388元的领克09 × 网易味央“09要【猪福】家宴装”!

这个新年，09在一起

网易 NEWS

新闻媒体发起话题

返回 微博正文 ...

网易陆陆 23-1-11 15:00 来自微博 weibo.com 微博@陆陆

这一年，我们不曾停下步伐，去享受无羁安逸的生活。岁末将至，幸而一年的人们即将踏上归途，去感受家的温暖，去肆意感受出发的快乐。要知道，世界上最美的风景，都不及回家的那条路，而父母的口中的唠叨和餐桌上的饭菜，则是我们心中最温暖的港湾！这个新年，@领克汽车 携手网易味央「花猪小花」，带上「09要【猪福】家宴装」年货，开上领克09，一向开启美味回家路，品味新年，向远方出发吧!



想回家，不管多远

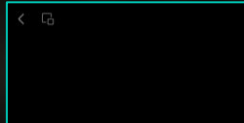
网易文创 × 浪潮工作室

大年初五了，三年以来全开第一个春节，正红红火火地进行着。

今年，能回家过年不容易，给家回家觉得更困难，年前，游子们积攒了三年的归心似箭，也积攒了三年的思念和遗憾，都在春节的这一刻得以发出。

浪潮工作室 2023-01-26 19:53 发表于北京

今年过年完，终于没人再说年味淡了



00:46 / 01:22 倍速

团圆，是多少人过去三年的期许，@领克新能源汽车 伴您到家，这个年，09在一起。

浪潮工作室 810 538 810 58



线上社媒
话题视频双分发



LYNK&CO

线下350家门店
礼盒陈列吸引订车

领克09差异化跟进春节热点，触动国民情绪

效果&反馈

全网总曝光：2亿+

总参与人数：897w+

视频播放量：500w+

Fay 来自陕西 回复 | 30
今年是2182天后第一次回家过年，15年远嫁，1516两年都没有在家过除夕，初一出发晚上才到，17年怀孕，年底生的孩子，1819孩子小，想着大一点回去，大一点后开始疫情，中间22年父母因为疫情困在西安和我们过年，今年终于回家了，提前请了假，拖家带口年28往回走晚上到，和家人过了除夕，除夕那天晚上，听着小县城热闹的鞭炮声，感觉真好。爱的人都在身边，想吃的家乡菜随时能吃，怀念的就在眼前。接下来每天的行程就是吃吃吃，叔叔伯伯舅舅姨妈哥哥姐姐，一大家人轮流在家聚餐，累但快乐，希望年年能有这样的春节。
4条回复>

夜行兔子 来自广东 回复 | 98
我是一名移民局警察，为保障国门安全，从警12年，12年没回家过过春节。对于移民警察而言，就地过节是一种常态，现在都已经习惯了。
2条回复>

欧阳phone 来自山东 回复 | 429
我是一名乘警，这个春节我坚持到了最后一刻，把最后一名旅客安全送到家，工作四年来第二个“真正”的春运，看着大家对回家的憧憬，由衷的感到开心，旅客走之前会和我们拜年，说一句辛苦了，我想说的是，为人民服务，不辛苦！👉
18条回复>
奕er 来自新疆 回复 | 60
辛苦啦

古古顺呐 来自广东 回复 | 4
年前回到长大的城市，一天约4个局，见了很多老同学、老朋友。过年的时候租了栋别墅，全家十多个人住在一起，度过了快乐的一周🎆看了烟花，放了烟花，一起去踏青，行绿道，好久没有一家人这么齐得过年了，太幸福了！

用户在留言区写下小作文
讲述自己的春节故事

落梅飘雪 来自黑龙江 回复 | 1
这一年让每个人拥有了太多的感触，万般滋味，化作希冀和祝福，相信一年更比一年好！

熊敏倩 来自青海 回复 | 19
今年回家就觉得，只要家人身体健康全都一起，就有年味了，其他别无所求。

1256 来自山东 回复 | 2
赶路，感路，敢路！年味都在眼里，在餐桌上！

念.妄. 来自海南 回复 | 1
看着满天的烟火绽放，真的感受到了年味

IT之家 来自广东 回复 | 1
今年开着领克回家过年。

晓菲 来自河北 回复 | 2
快充真的有缓解我的电量焦虑症！！

用户纷纷留下自己的“观后感”，为领克09打call

真实洞察唤起国民情感共鸣

差异化切入春节营销赛道，告别浮于表面的用户故事，而是从用户真实洞察出发打造更能融合领克09的回家+年货场景，让领克09成为众望所归的“返乡车”。

跨界联动送上用户喜闻乐见的新春“猪”福，引流到店转化

洞察用户对讨口彩、送祝福的心理需求，联动网易味央黑猪肉；设计超大新春“猪”福礼盒，满足用户过年置办年货需求，同时强化用户订车动因。