**广汽新能源**

**所属行业：**汽车行业

**参选类别：**数字营销最具创新精神品牌

**品牌简介**

2020年广州车展，广汽埃安品牌正式独立，由[广汽新能源](https://baike.baidu.com/item/%E5%B9%BF%E6%B1%BD%E6%96%B0%E8%83%BD%E6%BA%90/23457008)更名为广汽埃安。以引领潮流的姿态，推出AION LX、AION V 、AION S三款明星车型，打造先人一步的科技享受。

广汽埃安（原名广汽新能源）是广州汽车集团股份有限公司旗下汽车品牌。2017年7月28日，广汽新能源品牌宣布正式注册成立，已启动首期投资46.97亿、产能20万辆/年的工厂建设，后续将协同合作伙伴累计投资超450亿元打造广汽智联新能源汽车产业园。

**2020年数字营销影响力表现**

广汽新能源新款车型埃安V上市，正值父亲节，而这款车型所代表的品牌符号，正是“下一代”新能源的标杆形象，在这个营销节点上，品牌主希望能有一个深度内容，可以去探讨代际的传承，并且贴合父亲节的营销热点，用温暖人心的故事，传递产品的关怀。

结合父亲节营销节点，为新车上市造势，以内容带品牌，将新车发布会和微电影首映礼结合，以父子关系的传承，隐喻“下一代”新能源车所之于中国汽车工业的传承，并传递爱（AI）的理念，全面提升该车型的品牌调性。

以父子代际关系的传承，隐喻“下一代”新能源车的传承，用一个探讨父子关系的微电影，进行演绎，最终输出，传承是创新的远点，创新是传承的发展，爱是这个过程里不变的意义，“下一代”新能源车正是秉承此道而负重前行。



**代表案例**

150+个工作人员（拍摄团队/策划团队/宣发团队），突击爆破45天，在客户预期节点完成广汽新能源《味道｜Flavor》微电影项目服务。共输出1条视频，10+张海报，50+篇稿子，照片素材300+张，多家媒体持续传播30天，总曝光量超过3000W+

父情节期间，新车上市，将新车发布会与微电影发布会合一，以内容带品牌，将新车发布会和微电影首映礼结合，以父子关系的传承，隐喻“下一代”新能源车所之于中国汽车工业的传承，并传递爱（AI）的理念，全面提升该车型的品牌调性。

在媒体进行内容化的全面推广

视频链接：

<https://www.xinpianchang.com/a10817801?from=UserProfile>