

《玩心大升级 快乐更给力》 一汽-大众 全新高尔夫产品力视频

- **品牌名称：**一汽-大众
- **所属行业：**汽车行业
- **执行时间：**2024.11.10-12.30
- **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_XNjQ1ODM4ODQ0NA==.html

- 随着汽车市场竞争的加剧，传统的产品展示方式已无法满足现代消费者对信息获取和体验的需求，品牌需要寻找新的营销方式来吸引年轻消费者。对于年轻一代消费者，他们对于汽车的期待不再仅限于传统的性能参数，更寻求与品牌的情感连接和个性化体验。全新高尔夫家族作为面向年轻市场的车型，需要一个与众不同的推广策略来突出其年轻化、科技化和运动化的产品形象。因此，我们决定制作一条创新的产品力视频，以全新的视角和互动体验来展示高尔夫家族的核心优势和产品特性。



- 创新地将全新高尔夫与赛车游戏相结合，提升全新高尔夫在目标消费者中的品牌认知度和市场影响力，并吸引更多对赛车文化和游戏感兴趣的年轻消费者，扩大目标受众群体。利用视频的沉浸式体验，增强用户对全新高尔夫的感知，增强用户的参与感和沉浸感，提升品牌忠诚度。



这是一支极具视觉张力与趣味属性的影片，

「用游戏感代入产品力」

围绕全新高尔夫GTI&全新高尔夫R-Line两款车型，以生动、形象的方式有趣地展现全新高尔夫智能、外观、动力等方面的产品力，配合丝滑的运镜和氛围感强烈的画面场景，彰显全新高尔夫家族好玩、会玩的年轻活力。

表现形式：

- 用类似赛车竞速游戏的形式组建画面场景，通过在“车库展厅”内，利用视觉HUD（二维与三维特效）中的信息呈现，展现产品亮点信息，配合丝滑的运镜手法和多处细节特写，让用户置身于「玩」的第一视角，成为GOLF的「玩家」。

文案形式：

- 通过游戏NPC式的旁白语音引导，结合车主对爱车的VO讲解，带出全新高尔夫GTI&R-Line的产品力。

用介绍赛车游戏装备的方式
介绍全新高尔夫的产品力



- 视频用介绍赛车游戏装备的方式介绍全新高尔夫的产品力。通过选装备的形式，模拟赛车游戏中的车辆定制体验，将高尔夫R-line和GTI的产品特性与游戏元素相结合，创造了一种全新的产品展示方式。视频采用第一人称视角，模拟赛车游戏的体验，让观众感觉自己就是驾驶全新高尔夫的“玩家”，这种视角的转换极大地提升了观看的吸引力和记忆点。
- 视频直观地展现了车辆的外观设计、动力性能和智能科技配置。在展示产品亮点信息时，使用跳跃剪辑手法，快速切换不同场景和角度，以模拟赛车游戏中的快速切换视角，增加紧张刺激感，增强了视频的动感和视觉冲击力，使产品特性的展示更加生动和直观，利用互动性和趣味性强的内容形式，提升与年轻目标受众的互动，加深他们对产品的理解。