

上汽大通携手《超级行家》 对话行家影响行家，打造品牌营销高端局

- **品牌名称：**上汽大通
- **所属行业：**汽车及交通运输类
- **执行时间：**2024.09.11-09.30
- **参选类别：**视频内容营销类

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://v.qq.com/x/cover/mzc002003z2ra9m/y1428hvt8uz.html>

节目主理人：梁宁
著名产品战略专家



节目洞察

经济低迷的当下，有一群逆势而上的大行家，他们选择的生意，与个人命运和生活共存，他们尝试摆脱工具性，回归成一个个鲜活的个体。他们是谁？他们如何找到新空间中的生存法则？

节目亮点

商业新知，系统全面深挖：源自对社会与人性的独到理解 / 行业揭秘，话题易出圈：广阔市场，如何突出重围成为行业top / 独家深度内容：撬动头部产品幕后大佬，实现首次深度对谈

节目简介

- 节目类型：商业观察类人物纪实访谈节目
- 以梁宁视角，看中国创新性产品对商业文明的贡献
- 关键词：商业文明、国民级商业产品、创业人物
- 受众人群：30-45岁城市高知社会中坚力量，渴望突破职业天花板，对商业社会、社会热点有讨论欲望、求知欲望
- 节目规划：3期/季，20-30分钟/期
- 播出平台：腾讯新闻、腾讯视频、视频号
- 合作机构：腾讯新闻x中信出版集团 联合出品

节目出境嘉宾



荣耀手机CEO 赵明

新荣记创始人 张勇

阿那亚创始人 马寅

话题合作结合点

上汽大通·大家9



极智旗舰 内核强大

是新能源汽车行业的颠覆之作
高端旗舰电动MPV，它是新能源领域的“大家”
更是突破行业惯性的“行家”

行业革新与创造力兼具

穿越经济周期，寻找在时代洪流中「极具生命张力的大行家」
他们在「坚守中求变」，将新思路注入早已红海一片的市场。
他们既保持行业的风貌和底色，又是在进化中求革新的一群人。

是宜商宜家人士的首选
大家9主打极智优雅、驾驭、舒适、灵活，以绿色出行的
新体验成为了多人出行的首选，为用户带来N种出行可能。

目标人群塑造品牌人设

高品质企业家群体IP背书，瞄准高净值人群用户
选择权威性与话题性兼具的企业家极其背后企业，对话高能
时代潜行者，传递潜在车主形象，打造传播聚合效应。

见自己，见天地
个人努力成就事业，大家9，为驭势而行者提供坚实保障，
与同行者一起去触达更广阔的世界

精神理念彰显品牌气质

“寻找心中的锚点”是应对当下形势一种定力。
探究生命的肌理和生意的价值。他们关照当下形势，能够审
时度势、驭势而行，保持定力，打开更广阔的世界。



腾讯新闻·《超级行家》

行业颠覆 时代潜行者

上汽大通
MAXUS

上汽大通·大家

9



极智旗舰 内核强大

大家9，是新能源汽车行业的颠覆之作

高端旗舰电动MPV，它是新能源领域的“大家”，更是突破行业惯性的“行家”。连续11年高速增长，作为中国汽车出海的代表品牌，“中国大通”成为“世界大通”。

大家9，是宜商宜家人士的首选

大家9主打极智优雅、驾驭、舒适、灵活，以绿色出行的新体验成为了多人出行的首选，为用户带来N种出行可能。

大家9，见自己，见天地

个人努力成就事业，大家9，为驭势而行者提供坚实保障，与同行者一起去触达更广阔的世界。



出品

《超级行家》



行业颠覆 时代潜行者

穿越经济周期，寻找在时代洪流中「极具生命张力的大行家」

我们想寻找在传统行业中，依然看到新机遇与生机的一群人，他们在「坚守中求变」，将新思路注入早已红海一片的市场。他们既保持行业的风貌和底色，又是在进化中求革新的一群人。

高品质企业家群体IP背书，瞄准高净值人群用户

选择权威性与话题性兼具的企业家极其背后企业，对话高能时代潜行者，传递潜在车主形象，打造传播聚合效应。

“寻找心中的锚点”是应对当下形势一种定力。

探究生命的肌理和生意的价值。他们关照当下形势，能够审时度势、驭势而行，保持定力，打开更广阔的世界。

格局

行业革新与创造力兼具

人物

目标人群塑造品牌人设

精神

精神理念彰显品牌气质



执行过程/媒体表现

《超级行家》节目从9月11日上线预告片，一个月强运营期节目总曝光**3.5亿+**，全网总VV **1.1亿+**；
其中腾讯新闻&腾讯视频平台曝光**2.41亿**，VV **7200万**；social平台宣推曝光及覆盖 **1.1亿**，VV **3800万+**；



1.1亿 高播放
全网播放量
3.5亿 高播放
全网总曝光

高关注

10931

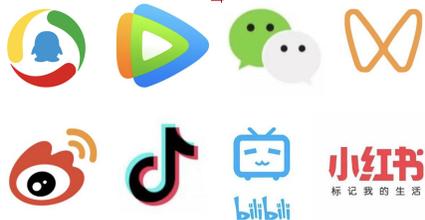
新闻端热度值最高

20万+

全网互动人次

多平台传播，爆款短视频不断

覆盖主流媒体、短视频等平台



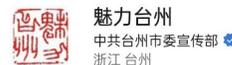
腾讯新闻热度值对快破万IP

开播27小时，腾讯新闻端内热度值破万，最高10931，均值9000+，9月唯一热度破万IP



官方机构助力传播行家智慧

中信出版集团、台州市委宣传部、台州市新闻融媒体中心等官方机构助力节目出圈：



100+自媒体达人自来水扩散

房产、财经高端圈层社群传播，精准触达高端人群



截止10月21日，节目上线运营40天，全网总曝光**3.5亿+**，总VV **1.1亿+**，总互动 **20万+**；

《超级行家》内容上线运营数据统计

运营平台	上线内容	上线日期	曝光量	播放量/点击量	CTR
腾讯新闻APP	节目专题	9月11日	4,038,294	618,395	15.31%
	预告片	9月11日	5,462,892	1,472,901	26.96%
	第一期张勇	9月12-16日	66,299,222	18,730,071	28.25%
	张勇定制片	9月13日	7,418,233	2,763,821	37.26%
	热度值破万新闻稿	9月14日	819,394	73,829	9.01%
	第二期马寅	9月20-28日	61,550,143	19,375,053	31.48%
	梁宁定制片	9月24日	6,452,853	2,047,852	31.74%
	第三期赵明	9月27-10月3日	63,572,323	17,718,809	27.87%
腾讯视频APP	预告片	9月11日	2,638,247	917,384	34.77%
	第一期张勇	9月12日	5,978,376	1,863,830	31.18%
	张勇定制片	9月13日	2,935,748	839,592	28.60%
	第二期马寅	9月20日	5,894,394	1,703,942	28.91%
	梁宁定制片	9月24日	2,374,785	709,931	29.89%
	第三期赵明	9月27日	5,639,490	1,729,943	30.68%
合计			241,074,394	70,565,353	

主要social传播平台传播数据统计

发布平台	曝光数据	播放/阅读量	互动数
视频号	41,397,151	23,719,238	151,120
微博	50,783,909	2,950,213	25,687
公众号	1,855,364	17,386	903
抖音	14,122,191	10,984,198	19,398
小红书	1,721,405	449,226	616
B站	247,975	39,112	988
快手	253,047	77,076	394
社群传播	23,000	-	-
合计	110,404,042	38,236,449	199,106

- **视频号累计播放量2300万+，总互动15万+**；
单条最高播放量301w，总互动1.9w；（台州市新闻中心）
一条创始人徐沪生定制视频播放量138.4万，互动1.6万
- +;
- #米其林的起跑线是大排档#等微博话题引发讨论；
总曝光1310万+，总阅读量210万+，引发1.5万用户参与互动；

- 三期节目合计曝光2.09亿，合计VV 6112万，**期均VV 2037万，超出此前预估的1500万/期**；
- 张勇定制短片VV 360.3万 梁宁定制短片VV 275.8万；

腾讯新闻端内S级爆款，开播27小时，**腾讯新闻端内热度值破万**，是腾讯新闻热度值最快破万的IP；
最高10931，均值9000+；也是9月唯一一档热度值破万IP，热度值大幅领先同期上线的《超级问诊》、《财富的答案》、《向上的答案》、《不止于她》等IP；



- 腾讯新闻热度值是一个综合性的指标，它不仅考虑了播放量，还包括了互动量和搜索量等多个方面。这个指标能够反映用户对内容的反馈情况，从而评估内容本身的质量和当前的受欢迎程度。与传统的单一维度播放量相比，热度值提供了一个更加全面的数据标准。**热度值在1万以上是腾讯新闻爆款节目；9000是必看节目。**目前腾讯新闻热度值破万的节目仅6个：《听到请回答》、《万里国境》、《大国之树》、《敦煌师父》、《超级问诊》、《问路远光灯》；

注：数据统计截止10月11日12点



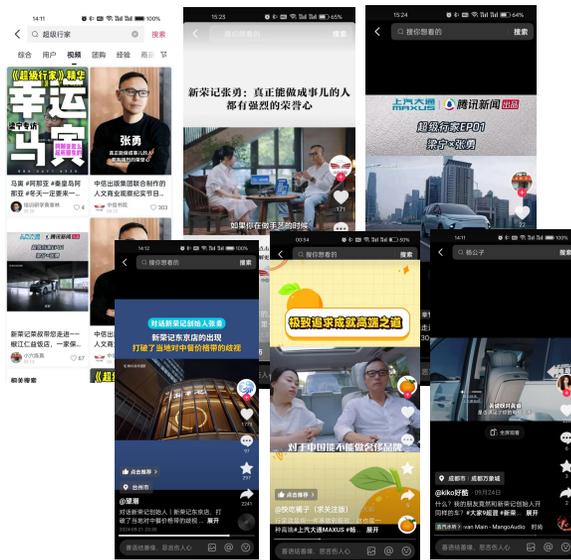
营销效果与市场反馈

节目除在腾讯系（腾讯新闻、腾讯视频）等平台传播外，同步覆盖微博、小红书、抖音、B站、快手、豆瓣等外部媒体及社交平台，节目端外宣推总曝光**1.1亿+**，总阅读/VV数**3824万+**；总互动量**20万+**；

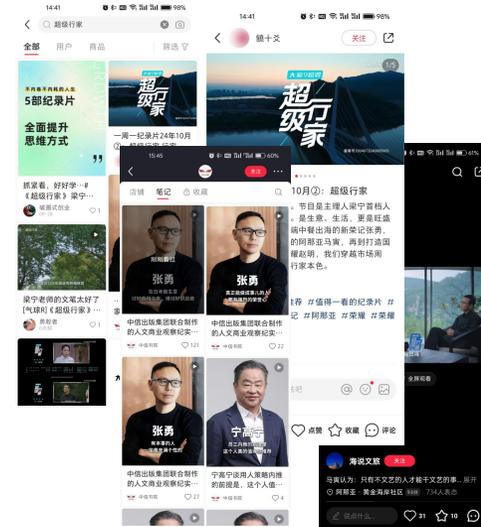
微博



抖音



小红书

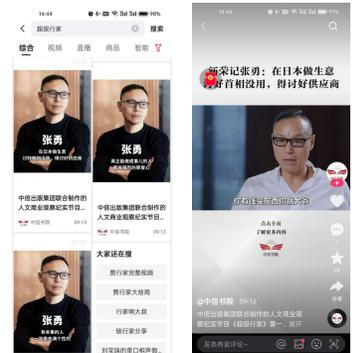


B站



@中信云科技 B站官方账号

快手



@中信书院 官方账号

豆瓣



- 节目主理人梁宁探秘“行家”新荣记张勇引发微博热议；
- #米其林的起跑线是大排档#、#大排档如何华丽蜕变成米其林#等微博话题引发讨论；
- 总曝光1310万+，总阅读量210万+，引发1.5万用户参与互动

- 节目主理人@梁宁、嘉宾@马寅、机构账号@中信出版集团、@中信书院、@腾讯新闻出品、知名大V@思想聚焦 等账号联动传播发声助力；
- @思想聚焦 单条微博阅读3465万，视频播放79.4万，转评赞超4700条；

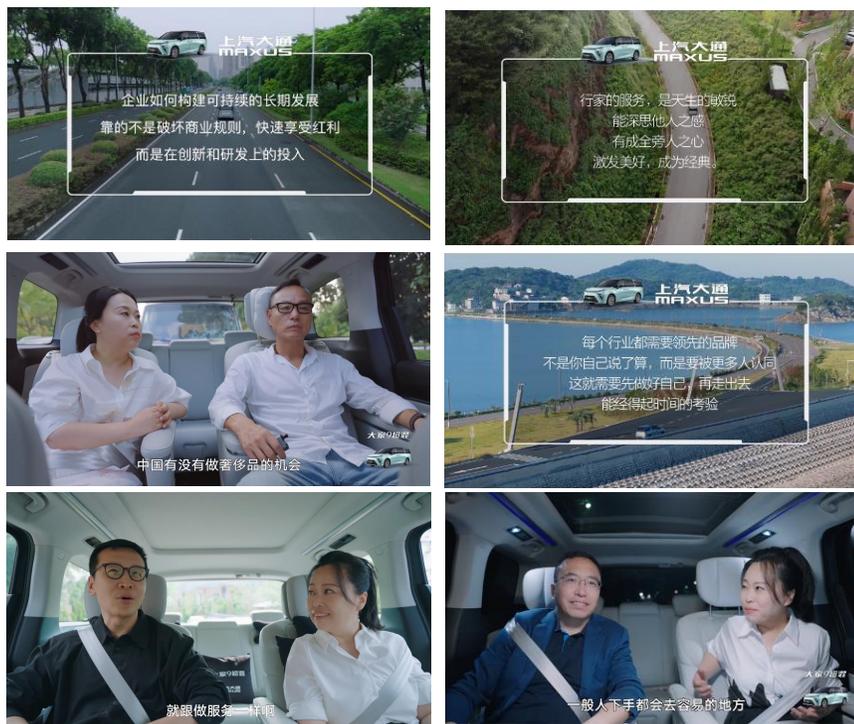
- @望潮（台州市新闻传媒中心）连发11条抖音，对张勇期节目进行解读；
- @培训研学黄章林、@快吃橘子、@小六陈真、@kiko好酷 等达人自来水传播分发；
- 抖音平台总曝光量1412万，互动1.9万条；

- @中信书院、@海说文旅、@破圈式创业 等账号倾情推荐；

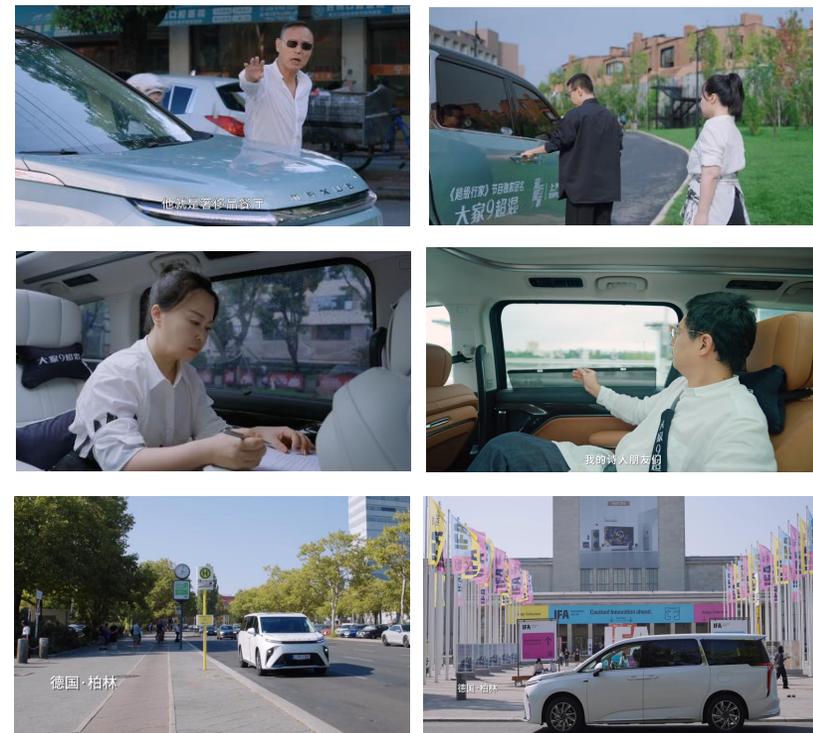
嘉宾短片传递品牌价值，精神理念彰显品牌气质



品牌精神与嘉宾观点紧密契合，精准传递目标受众人群



车型产品特点完美植入，传递行业革新与品牌创造力



- 新荣记创始人张勇、知名产品专家梁宁、一条创始人徐沪生 为上汽大通大家9超混 量身定制拍摄品牌短片，将企业家精神与上汽大通品牌进行深度绑定，高品质企业家群体IP背书，瞄准高净值人群用户；

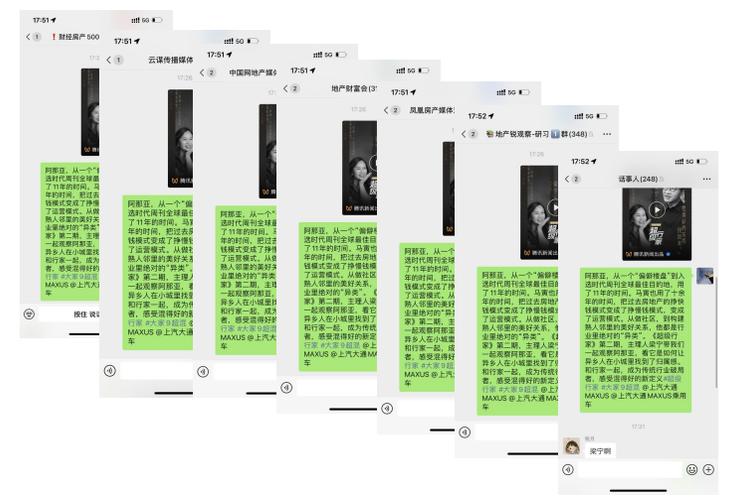
- 节目中上汽大通大家9超混作为嘉宾全程座驾，主持人梁宁与嘉宾在车上精彩分享，嘉宾金句频出；
- 节目包装嘉宾金句，与品牌精神理念紧密契合，大家9超混，为驭势而行者提供坚实保障，与同行者一起触达更广阔世界；
- **选择权威性与话题性兼具的企业家及其背后企业，对话高能时代潜行者，传递潜在车主形象，打造传播聚合效应；**

- 节目在中国、日本、德国 三国多地拍摄，国际化视野致敬时代超级行家，其中 **上汽大通大家9超混 车型在德国实地拍车露出，将上汽大通“出海”理念进行完美呈现；**
- 在每期节目中，嘉宾或主持人乘车中，会巧妙植入体现大家9主打极智优雅、驾驭、舒适、灵活，以绿色出行的新体验，并辅以字幕体现产品功能点；

多圈层高端社群传播，直接触达高净值人群



• 中信出版集团社群传播，100+社群覆盖高端人群2万



• 房地产媒体社群传播，覆盖房产财经媒体人群3000+

优质人文纪录片引发各大平台用户走心好评

好大一条咸鱼 70
对于手艺人来说，只有将手艺成就的荣耀看得比性命更重的人才能攀登到艺、术、道的巅峰!必须是这样!
上海网友 · 09月12日 · 回复

艾琳Erin.. 广东 28天前 10
产品专家采访各路行家聊产品、聊商业👍👍
好期待这样的碰撞和启发

曼曼人声 吉林 28天前 4
懂得认错的人才是真的好商人。好人品才会有好产品。

老农耕田「桃... 山东 19天前 5
梁宁：网上一直有个话题，“如何复制阿那亚?”。看这个片子就明白了
阿那亚不可复制，任何有生命，生长出来的东西都不可复制。。
只能沿着自己的基因，在对环境的适应里，长成自己的样子。。
收起

永缘 3.3 黑龙江 19天前 5

张耀侃财 SVIP 昨天 · 北京
之前听过梁宁老师的线上课，收获颇多。梁老师对于商业产品的洞察还是非常透彻的。突然在这看到梁老师做的商业探访节目，也想简单点评下：1、行家的确应该覆盖不同行业，只要是在各行各业里有影响力，有时间沉淀的企业家，都可以认为是行家，这个节目的嘉宾覆盖餐饮、文旅、消费电子，都是跟消费者紧密相关的，嘉宾选的好！2、从节目内容上看，有实地探访、有深度对话、还有梁老师的洞察分享，整体还是比较全面，可能稍微缺少一点行业整体的概括输出；3、节目时长控制的不错，25分钟左右，节奏比较快，访谈中间穿插随访，内容丰满，看着也不累。作为梁老师首次主理的视频节目，整体看还是不错的商业观察节目，期待后面两期马寅、赵明总的节目内容。

逐鹿天涯 09/28发布 安徽
累计观看少于1小时
还不错★★★★★
感谢梁宁老师能做这个视频。瞥见民众故事里的一个真实缩影。

平淡 VIPI 09/28发布 湖北
累计观看少于1小时
力荐★★★★★ 非常好 值得一看
纪录片很棒 用心 梁宁老师超级厉害

大猫啊 09/28发布 辽宁
非常棒的纪录片。从历史、市场、用户，再到个人的职业发展介绍了荣耀品牌的发展过程。从纪录片了解到各行各业的知识，也算是学习充电了。

因因 2天前发布 湖北
梁宁的节目，一个字都不想错过

梁琦 SVIP 09/29发布 江苏
很棒的视频!

马力 09/28发布 北京
梁宁老师在商业和产品上面的思考特别深入，很多高速增长的公司和产品背后，都有梁宁老师的辅导。她在得到上面的《产品思维三十讲》是很多人入门产品的启蒙课。

豆瓣网友精彩评论

看过 ★★★★★ 2024-09-24 23:35:32 北京
看过最好看的纪录片

Mage 看过 ★★★★★ 2024-09-24 23:39:15 北京
很诚实的好纪录片 加油

简 看过 ★★★★★ 2024-10-07 16:48:54 上海
2有用
选品也非常好 如果能更深度更好 现在的品牌打造需要审美 品质 打磨 神经质般的追求 每个人都可以打造属于自己的品牌形象

阿梨Alex 看过 ★★★★★ 2024-10-09 12:33:52 北京
0有用
在如今环境下更需要节目中的这些“行家”

Amy 看过 ★★★★★ 2024-10-07 13:23:04 福建
0有用
前两集很棒

党媒



- 魅力台州（台州市委宣传部）
- 望潮（台州市新闻融媒体中心）

机构



- 中信出版集团旗下 @中信出版集团、@中信书院、@中信书店、@中信云科技 等官方账号矩阵式传播；

自媒体达人自来水传播



- @热讯圈：混的好的新定义，张勇与上汽大通大家9超混的品质共鸣
- @最热事儿：新荣记家烧携手上汽大通大家9诠释混的好的新定义
- @小微财经：上汽大通大家9超混让“混得好”不流于表面
- @财经大事件：上汽大通大家9超混 豪华轿车内的超级行家
- @每日热视点：驾享生活新境界，上汽大通大家9与阿那亚共绘生活新篇章
- @科技盲盒：且看科技创新引领中国品牌出海新篇章
- @智慧科技君：荣耀与上汽大通的华丽蜕变与全球征程
- @热事探讨：上汽大通与荣耀完美诠释新时代下的行家精神与责任担当
- @精选热话题：混得好的新定义是一种追求品质、关怀人性的生活方式
- @洛森百科：扎根无风时代，与上汽大通大家9一起展现行家精神