

比亚迪《远光灯·荣耀之声》

- **品牌名称：**比亚迪汽车
- **所属行业：**汽车及交通运输类
- **执行时间：**2024.07.21-08.31
- **参选类别：**视频节目合作类

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://view.inews.qq.com/a/20240723V09AGX00>

项目简介：腾讯新闻深度打造的冠军探访式微纪录片《远光灯·荣耀之声》腾讯全网独播

- 在2024年巴黎奥运会即将到来之际，中国体育代表团回归奥运大家庭迎来40周年。当汽车强国梦碰上体育强国梦，比亚迪携手腾讯新闻打造《远光灯·荣耀之声》，挖掘奥运冠军的荣耀记忆，传达比亚迪品牌的向上精神。品牌理念高度融合冠军故事，能量共振激发用户共鸣移情，二者共同释放中国能量。
- 比亚迪联动《远光灯·荣耀之声》在巴黎奥运会展开合作，承接国民高关注度，传递品牌精神的同时致力于创造社会价值。通过讲述奥运故事的方式，多平台聚合，紧抓时事热点传递体育精神，激发国民自豪感。
- 腾讯新闻《远光灯·荣耀之声》借中国体育代表团回归奥运大家庭40周年之际，邀请孙正平、韩乔生、杨毅等著名体育解说员；郎平、罗雪娟等著名奥运冠军共同参与，重启中国的奥运荣耀记忆。



模式升级

节目模式升级为：体育解说员+体育冠军多人物模式；**多维度、多视角**解析人物故事与奥运故事，唤起国人的奥运情怀。



热点升级

围绕实时热点赛况结合节目内容策划，节目从【女排】、【游泳】、【举重】、【篮球】等**热门赛事切入**，基于节目自身内容打造话题，提高节目曝光度。



传播升级

联动腾讯新闻官方矩阵以及**微博体育矩阵**，针对节目重点内容进行规模化发布，扩大节目传播范围，提高节目影响力。

《远光灯·荣耀之声》项目采用了多维度的内容营销策略，通过创新的内容制作和全方位的传播执行，实现了比亚迪品牌与受众的深度连接。

情怀共鸣：

邀请孙正平、韩乔生、杨毅等著名体育解说员和郎平、罗雪娟等奥运冠军共同参与，重启中国的奥运荣耀记忆。在比亚迪车内的深度谈话，点燃时代的参与者、经历者，面状群体辐射，激发用户情怀共鸣。

全平台矩阵传播：

端内资源：重点推广核心资源位，如热点精选、端内热榜、push、眼界页卡等。跨平台联动：联合公众号、视频号、腾讯视频、腾讯体育等腾讯系媒体资源。KOL资源整合：联动知名篮球评论员杨毅的微博、视频号、抖音、企鹅号等账号。

品牌话题营销：

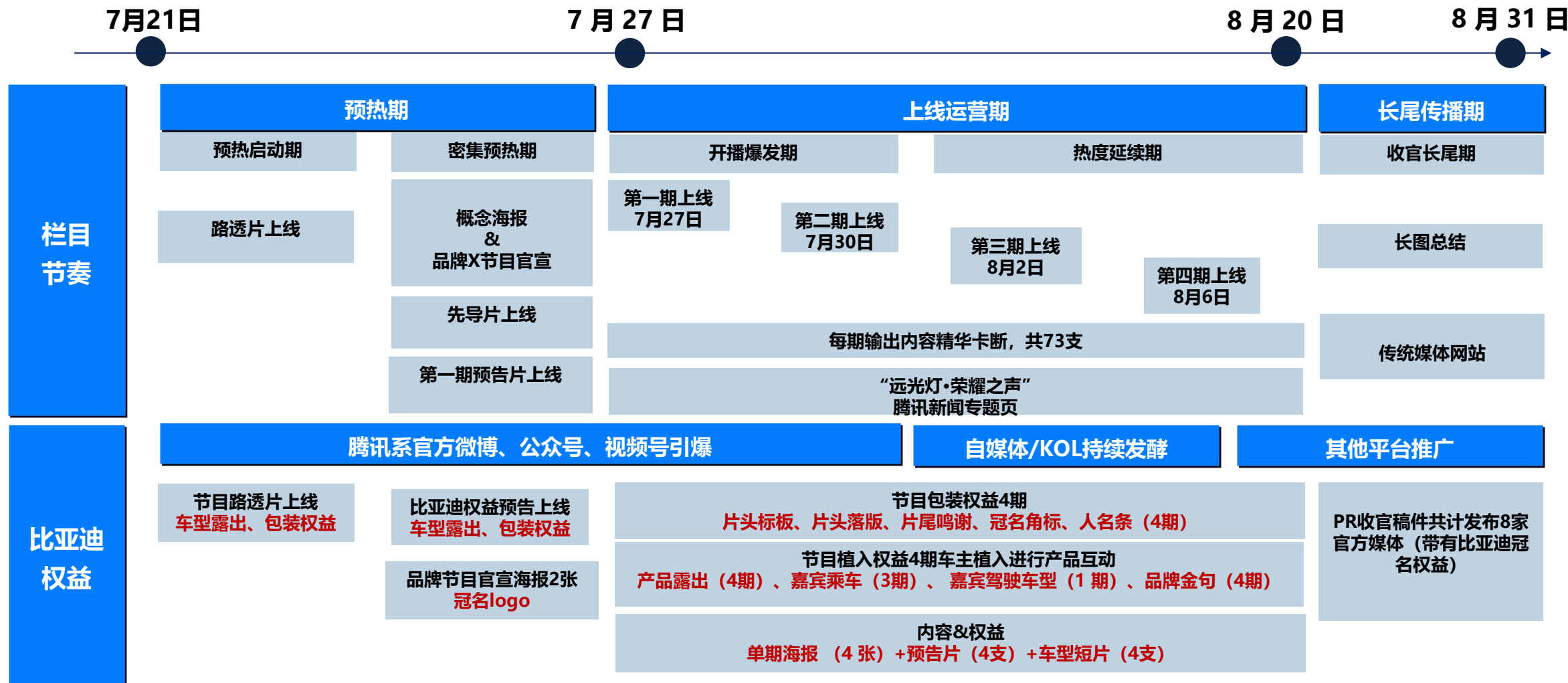
围绕节目内容策划多个热点话题，如#郎平谈女排为何能重返巅峰#、#蛙后罗雪娟自揭夺冠前的小心思#等，结合实时赛况和热点赛事，联动品牌核心价值观，制定话题传播时间线。

针对性重点策划：

针对比亚迪旗下不同的车型类别，契合单期奥运冠军精神点。单期植入不同车型，每集单独产出品牌车型专属短片。“一期一冠军，一集一车型”的策略，提升品牌植入的自然度与观众接受度，将比亚迪多元化的产品线与奥运健儿们多样化的成功故事巧妙联合。



- 此次传播已内容为核心驱动，通过车型与节目内容做巧妙融入，产出优质的比亚迪内容权益，在借势腾讯新闻官方&嘉宾影响力扩散，同时结合节目热点话题发酵以及比亚迪品牌与车型自媒体矩阵联动推广为整体传播赋能。

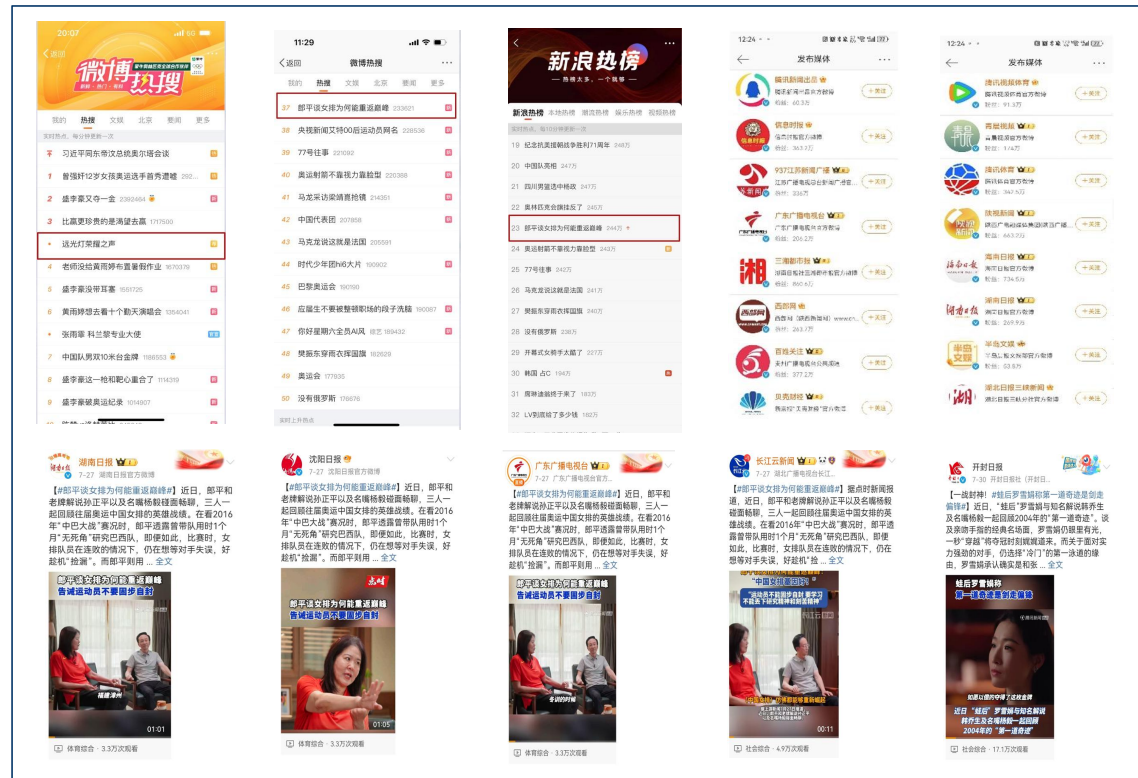


- 作为奥运人物探访纪录片，比亚迪品牌与节目内容做了巧妙衔接，让品牌自然贯穿在讲体育情怀的奥运故事当中与用户产生共情，引爆各界关注。
- 除腾讯平台外，拓展了新浪微博高位内容热搜，实现跨平台联动高曝光传播。

腾讯新闻站内热度破万

高位热搜曝光，加持节目口碑

上宣媒体-高度认可



腾讯新闻站内热度值突破 1 万，目前腾讯新闻热度值破万的节目仅4个。

#远光灯荣耀之声#登上微博主榜热搜TOP3，#郎平谈女排为何能重返巅峰#登上微博主榜热搜TOP37，新浪热榜TOP23；节目吸引近多家微博蓝V媒体跟进。

光明网、中国网、中国日报网等多家官媒发布节目稿件