

# 传祺向往S7大陆四极上市TVC

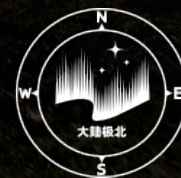
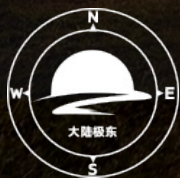
- **品牌名称:** 广汽传祺
- **所属行业:** 汽车
- **执行时间:** 2025.04
- **参选类别:** 创意传播类

# 案例视频

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/page/n3189lme0fh.html?url\\_from=share](https://v.qq.com/x/page/n3189lme0fh.html?url_from=share)

传祺向往S7以“大陆四极美学”为设计理念，针对二三线城市的“小城大叔”“熟男奶爸”而精心打造。S7以“中国新路虎”的高大霸气外形，超豪华舒适的座舱，第一梯队的智驾。在上市阶段，需要通过一条人车生活的大片，展现产品功能，演绎令人向往的生活。



这样一款从硬件配置到精神内核都如此丰富的车型，要打动“小城大叔”  
还需要为他们的购买决策提供**更充分、真实、可感知的情绪价值。**



在AI技术盛行、可快速生成视觉内容的当下，我们主动摒弃了单纯依赖数字效率的作业模式，坚持回归具有人情味与创作温度的传统拍摄方式。我们相信，唯有亲身抵达、实地感知，才能捕捉到机器无法复刻的自然光影、生活气息与情感流动。



我们集结上百人团队，历时一个月远赴大陆四极——极东抚远、极南徐闻、极西喀什、极北漠河，进行高强度实地拍摄，不仅原汁原味地还原了产品的“四极美学”设计理念，更通过一家三口的温情互动与孩子收集四极勋章的故事线索，将大陆第一缕曙光、热带雨林探索、日照金山、漠河极光、沙漠纵横等壮阔场景，与产品功能及用户向往的生活紧密融合。影片最终呈现的，不仅是车的实力，更是真实可触、令人向往的人车生活图景，让目标用户在观看中看见自己理想生活的模样。



得益于强大的产品力与饱满的情绪价值传达，传祺向往S7一经上市，便取得大订10275台的傲人成绩，全网总曝光量超3亿，并在小红书、抖音等社交平台引发广泛关注与讨论，为整个传祺向往车系奠定了良好的用户认知与口碑基础。

