

领克5周年品牌宣言-不愿装睡的我们

- ◆ **品牌名称**：领克汽车
- ◆ **所属行业**：汽车
- ◆ **执行时间**：2021.10-11
- ◆ **参选类别**：汽车及交通运输类

背景

领克汽车是吉利与沃尔沃合资成立的高端品牌，凭借优秀的设计、出色的性能和极具个性的品牌调性，备受消费者青睐。然而调研显示，领克仍存在品牌知名度不足，价值感知较弱，品牌功能形象不清晰等问题。

目标

2021年10月，领克汽车迎来品牌五周年，车主数量达到60万。如何通过一支全新品牌视频，锐化品牌形象，获得用户精神共鸣，是这次传播面临的挑战。

洞察

我们洞察到：每一个行业，都有“**装睡的人**”。他们把“随波逐流”说成“紧跟潮流”，把“老旧退守”说成“经验操守”。你永远叫不醒“装睡的人”，但总有一些人极力保持清醒。

策略

我们为领克塑造全新品牌公众角色——**不愿装睡的人**。用极具象征性的宣言视频，将领克“挑战惯例”的品牌价值和“持续改变移动出行”的品牌愿景传递给用户。

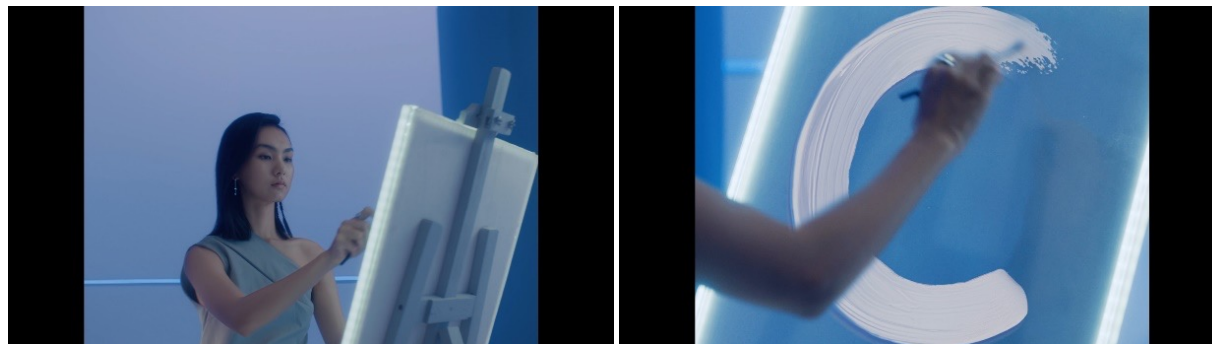
作品链接：https://v.youku.com/v_show/id_XNTkwNTQzMTgyOA==.html（密码：8888）

创意执行

戴眼罩的人：“装睡的人”，不断重复着机械性动作，盲从他人，毫无新意。

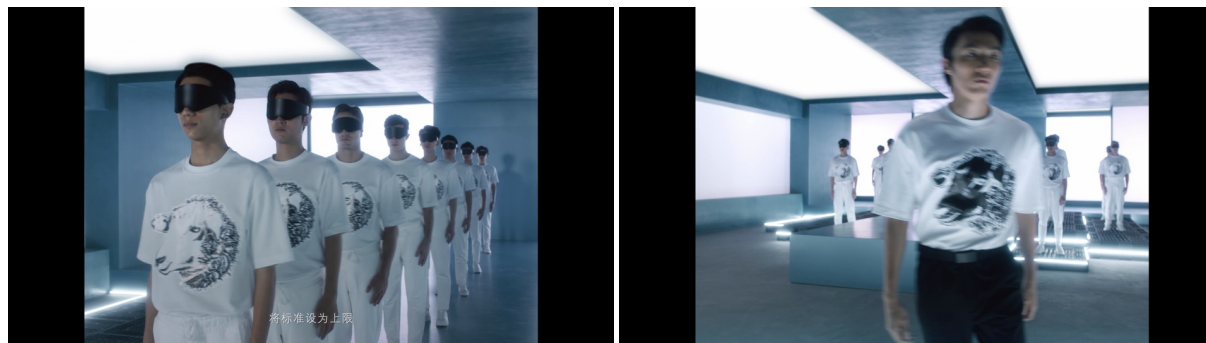


不完整的圆：代表开放，呼应领克LOGO缺角的O，象征更具创造性的未来。



创意执行

致敬BLACK SHEEP : 当“白羊”成为唯一的审美标准，“黑羊”站出来，向所谓的权威说“不”。



从4:3到16:9 : 演员拨开眼罩，变得“清醒”；画面比例从4:3展开到16:9，动作和视觉都宣告着“打破惯例”。



- 抖音观看量7000W+，点赞量30W+；
- 各平台推文总阅读量10W+。