



Top
Mobile
Awards

吉利博瑞-美车美年

- ◆ 广告主：吉利博瑞
- ◆ 所属行业：交通汽车类
- ◆ 执行时间：2016.02.08-2016.02.14
- ◆ 参选类别：内容营销类

案例视频观看地址：

<http://v.ifeng.com/biz/201605/01d6041e-3c23-4486-9bc4-ea27b2efe855.shtml>



扫一扫看视频



Top
Mobile
Awards

背景&目标

背景

- **品牌背景**：吉利博瑞是吉利汽车实施战略转型之后的首款中高级轿车，其具独特中国审美元素的造型艺术，被誉为“最美中国车”，但其特点及优势并未被大众普遍了解。
- **品牌竞争环境**：消费者对外国车系颇具有好感，作为国产汽车品牌，吉利汽车在品牌辨识度、认知度、美誉度等方面不具备竞争优势。
- **国内市场环境**：外国车系的强势进入和对国内市场的占领，使汽车行业竞争加剧。

目标

此次传播旨在突出吉利博瑞最美中国车的形象，提升品牌的知名度及美誉度。

- 强化品牌曝光。**此部分KPI为：凤凰新闻客户端开机大图的曝光量；春节读诗HTML5专题全网PV、UV；**
- 提升消费者对吉利博瑞“最美中国车”品牌形象的认知。**此部分KPI为原创文章微信平台阅读量、微博转发量、评论数量；**
- 带动消费者实际购买，促进吉利博瑞的销量。**此部分KPI为预约试驾人数。**



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

洞察

- **消费者洞察**：随着中国城市现代化进程的发展，春节在浮躁的社会和各种压力下开始变味，春节之美逐渐迷失在人情世故和科技膨胀的交错之中，人们想要改变现在，期待一种精神的回归。
- **渠道洞察**：人们获取信息的方式越发碎片化，获取信息渠道越来越多依赖于移动端。
- **品牌洞察**：吉利博瑞以中国元素作为卖点，以最美中国车为品牌主张，与文化遗产、传统文化等关键字有较高的契合度。

策略

创意曝光
引爆流量

1

凤凰新闻APP
春节8天开机大屏原生植入

明星资源
每日惊喜

2

移动端小型互动
每日一星，为你读诗
明星贴心语音祝福分享朋友圈

外围平台
传播话题

3

联动外围社交平台
充分利用年节话题和粉丝效应

1

创新媒介应用，打造优质内容

假期浮躁，人们停留在一个资讯上的时间不过几秒，能够快速吸睛的创意和形式是营销的基础。

- 将传统年俗结合现代过年场景，给每天赋予全新的情感关键词和解读。唤醒传统中国之美，体会浮躁假日中的精神慢生活。
- 采用动态开机大图+名人读诗语音的形式，以古诗词为传统文化的载体，邀请4位文艺界和企业界名人围绕当天的春节情感，诵读古诗，献礼新春。
- 利用未读语音“红点强迫症”吸引网友点击，有效吸引受众注意力，增加开机大屏的互动性。

2

以移动端为主阵地引爆流量，提高品牌曝光度

假期出行增多，移动端成为大众获取信息的最主要渠道。从除夕到年初七，以全流量广告形式，打通春节期间凤凰新闻客户端开机大图，用移动端优质资源高效覆盖人群碎片时间。

3

明星惊喜

邀请4位文艺界和企业界名人，围绕当天的春节情感，诵读一首古诗，献礼新春。

4

互动小而美，消费者不反感，利于再传播

以轻型互动的HTML5，承载百姓的过年场景、明星献诗语音等内容，形式力求美、静、轻，利于在社交圈层进行多轮传播，扩大传播效果与声量。



Top
Mobile
Awards

媒介&执行

媒介&执行

春节读诗融入客户端大屏+全网联动

- 在2016年春节来临之际共同邀请4位艺术界和企业界大咖初一至初七登陆凤凰网强势资源——新闻客户端开机大图为大家朗诵有关回家（归来）、家常、回娘家（归宁）、宅、妈妈做的饭（饕餮）、亲友相聚（逢源）、离家不舍（舍得）与催人奋进（立新）的诗句。从除夕到年初七，定制凤凰新闻客户端开机大屏，8天开机大图原生植入，移动端优质资源高效覆盖目标人群；



媒介&执行

- 联动全网热门资讯 APP：一点资讯、今日头条、网易新闻、网易云音乐、酷我音乐等，在春节期间形成高强度曝光，引爆流量，覆盖更多消费者人群。



打通社交圈层，扩大传播层次多及实效

- 定制轻型而具有美感的H5，融入传统年过场景、风俗与明星献诗语音条，小而美的形式更利于在社交圈层传播，扩大传播层次；
- 同时，凤凰网还出具了8篇原创文章，描述春节传统习俗、中国传统之美，供社交平台外围传播，软性植入吉利博瑞品牌主张。





Top
Mobile
Awards

效果&反馈

效果

此次传播成功实现品牌的大面积曝光，其最美中国车的形象被大众广泛认知，知名度和美誉度皆得到大幅度提升，成功促进销量转化。

- **春节读诗专题实现品牌强曝光：开机大图曝光2.7亿；点击到达率168%；CPC 1元（汽车行业平均5-10元）；H5专题UV超988万（行业内8天UV超100万即为翘楚）。**
- **提升了消费者对吉利博瑞“最美中国车”形象的认知。8篇原创文章的微信平台阅读量近11万，微博转发+评论超过7000条。**
- **带动消费者实际购买，促进销量转化。实现2万人预约试驾。**

客户反馈

该项目获得了客户的高度评价。吉利汽车销售有限公司副总经理易寒表示：“这个项目以现代人情感需求为切入点，以古诗词为载体，结合品牌“最美中国车”的定位，是一个非常有创意的原生营销项目。在广告曝光、网友参与以及品牌知名度的提升方面，都有着超预期的效果。”