

人民的想象力 五菱的爆款潜力

- ◆ **品牌名称:** 五菱汽车
- ◆ **所属行业:** 汽车及交通运输类
- ◆ **执行时间:** 2020.12.31-2021.01.22
- ◆ **参选类别:** 跨界营销类

结案视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://v.youku.com/v_show/id_XNTgwNDYxMTM4OA==.html

或扫码看视频



发现爆款潜力：人民的宏光Mini 不应只是买菜车

- 人民需要什么，五菱就造什么——宏光Mini EV，每个人都能拥有的代步买菜车，新能源车中的平价亲民力作。
- 审视营销环境：在消费者年轻化的大趋势下，汽车营销原本以大曝光+垂直媒体渗透为主的传统营销模式受到挑战，无法深度触达目标用户。五菱推出瞄准年轻用户的宏光mini EV，希望与小红书共同携手，借助站内年轻、热爱分享、多元的用户，通过展现生活方式的形式，与年轻群体展开更有效的沟通，在小红书沉淀优质口碑资产，影响消费决策。

行业维度

**新能源行业
马太效应明显**

2020年中国新能源汽车行业进入洗牌期，市场竞争激烈，家用智能新能源SUV车型占据主流市场

品牌维度

**宏光mini EV
传统营销不适配**

宏光mini EV以微型代步车切入市场，实用性与智能科技不占优势，传统以产品力为主的传播不具备说服力

小红书

**女性用户
对汽车敏感度低**

小红书用户70%以上是女性，而在传统汽车营销语境中，女性用户对汽车技术知识敏感度低。

但是
此处应有

机会!

策略核心：女生也爱国产车，解放创作欲，激发占有欲！

小红书上的小姐姐们，爱美丽，爱潮流，爱表达，宏光MiniEV应该成为她们的**腔调涂鸦墙**！

装出腔调！ 搭建装出腔调线上种草改装图鉴
为用户渴望的全新生活风潮提供舞台

可爱出街！ **REDesign** 小红书官方视觉设计厂牌 REDesign
首度联名定制汽车，从认知到认同，一步到位

传播节奏

宏光miniEV潮装趴
PUGC带动UGC
全面带起改装风潮

小红书首次联名汽车
定制「小红车」
横空出世 全网炸场

五菱官方百大作品
潮创盛典全国巡展
C位领衔品牌升华

宏光miniEV潮装趴 带动宏光mini改装风潮全面繁荣

STEP1: 搭建活动阵地 让用户被优质作品全面包围

装出脑洞

搭建活动线上主页 广告点位引流
优质PUGC预埋带领更多优质UGC产出

以改装视觉盛宴充分激发用户尝试欲
引发更多人动手改装并且分享改装成果



开屏广告等点位引流

活动话题页



小红书官方定制「小红车」横空出世 全网炸场

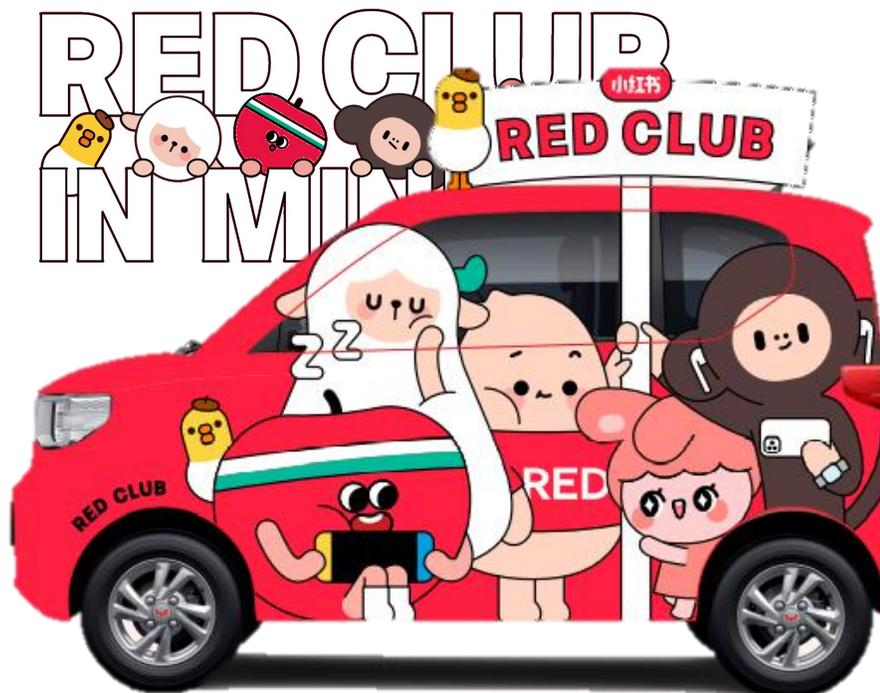


小红车可爱出街!

小红书官方设计厂牌 REDesign
首次官方联名汽车品牌定制实车

STEP2: 官方设计厂牌首度联名 梦幻联动引发全网种草

- 融合小红书设计风格与REDesign视觉元素, 官方团队执笔设计并产出实车, 上街实拍
- 小红书官方账号站内发布, 炸出一众用户点赞评论, 喜爱之情溢出全网, 量产呼声持续高涨



更多「小红车」出街实拍精致美图



亲民而潮酷 让高端用户也为之疯狂

活动总曝光超过

2.4⁺
亿

总互动超过

21⁺
万

长尾官号涨粉

3.7⁺
万

站内话题活动引发了

2500⁺
名

真实用户分享改装成果
诞生超过2500款不一样的宏光Mini

活动让五菱品牌热搜量提升

600⁺
倍

合作前，传统豪车品牌霸榜行业热搜
合作后，五菱宏光长期稳站站内热搜第一

提升高线城市销量占比

助力宏光mini EV
上市270天销量27万台
登顶全球新能源汽车销量冠军
活动后更改变宏光Mini销量格局
从过去的以下沉市场销售为主
到高线城市销量占比达到

40%

*高线=一线、新一线、二线

从车型到营销模式均收获全网高度关注 突破汽车圈层 刷屏级案例 一战封神

宏光mini EV 刷新传统汽车认知

从迷你代步车，到少女心大玩具
Mini Ev车型，全面刷新品牌和车型认知

新能源汽车行业 营销革新

迈出新能源汽车营销传播创新一步，
抓准产品核心闪光点+平台特色赋能，
精准冲击头部品牌用户心智

小红书用户价值 最大化体现

深刻洞察+小红书官方带动，罕有的汽车圈改装文化以官方身份传播出圈，
深度激发用户参与感和行业讨论热度