“深场景，强共感”
赋能2024款AION V Plus新车上市全面突围

- **品牌名称：**埃安
- **所属行业：**汽车行业
- **执行时间：**2023.06.20-07.31
- **参选类别：**场景营销类

报奖视频

https://www.bilibili.com/video/BV1BP411Y7Ps/?share_source=copy_web&vd_source=b75f3a52fb4059f1270024b0e0e0e43c

内容提要

创新整合多元媒介优质资源，场景化生动种草新车升级卖点传播

2024款 AION V Plus新车上市之际，埃安从家庭用户的日常用车需求出发，通过**创新整合新车上市直播+店端互动体验+O2O联动种草**的方式，生动传递新车产品力升级感知，助力新车热度与销量的双向攀升；

背景目标

2024款AION V Plus

上市3年热度逐渐消退
需重获目标家庭人群关注

借小改款重新上市
将销量目标重回高峰

面对车型热度减退和销量目标的双重压力

如何利用营销高效传播，实现热度与销量双攀升

掌握突围关键，摒弃传统产品思维
以“用户思维”具象产品价值，直击目标用户心智

传统产品思维——

概念式输出车型卖点
空泛抽象，难以触动用户

“我（产品）有什么，我很好”

产品性 | 最大性 | 最多性

创新用户思维——

聚焦用户用车需求，
以利益点具象新车价值引共鸣

“我（用户）需要什么，都可以满足，这很好”

识别需求 → 满足需求 → 引导需求

产品定位

区别于以往罗列产品功能的传播形式，结合目标家庭人群特征

精准以“家”为概念贯穿传播

2024款AION V Plus - 深化家庭标签“以AI触动更多家庭用户”

更有AI的家庭SUV

创意视觉

AION埃安
2024款AION V Plus
更有AI的家庭SUV
15.99万元起
3年10万0息
置换补贴至高6000元
-扫码下载-
埃安APP

传播公式

埃安联合75万用户，深入研究家庭高频出行场景，选用最优场景种草打动用户

“家庭需求 + 别人不行 + 产品优势 = 场景种草”

车内神兽场，车外父母PARTY

买五座送三排，一家7口不落下

泊车不用手，潇洒抱娃走

埃安送给年轻家庭用户更有AI的礼物

定位：更有AI的家庭SUV

聚焦**6大场景**讲好“家庭”故事

让每一位家庭成员都成为VIP

“只有我可以,其他都不对味”

的独特家庭打动力

奶爸车既能温柔也能狂飙

儿童座椅放两边，妈妈轻松坐中间

高速自主巡航，妈妈超从容

场景解读

直击用户的“硬核金句”包装，让大众快速理解AION V Plus优势

让AION V Plus走到用户面前，更走到他们心里

场景概述

家庭需求

领先优势

车内神兽场
车外父母PARTY

无论去到哪里
都有孩子的娱乐场

地道宽又大
更是纯平地台

买五座送三排
一家7口不落下

偶尔有7人
出行需求

灵活空间变化
应急7座

泊车不用手
潇洒抱娃走

车位窄
上下车不方便

人先下车，再泊车
手机一键操作即可

奶爸车既能温柔
也能狂飙

想尝试
更多驾驶体验

驾驶模式任意换
满足个人/家人需求

儿童座椅放两边
妈妈轻松坐中间

空间利用率更高
方便照顾孩子

后排安装2个座椅后
还能乘坐一个大人

高速自主巡航
妈妈超从容

独自带娃出行
需兼顾

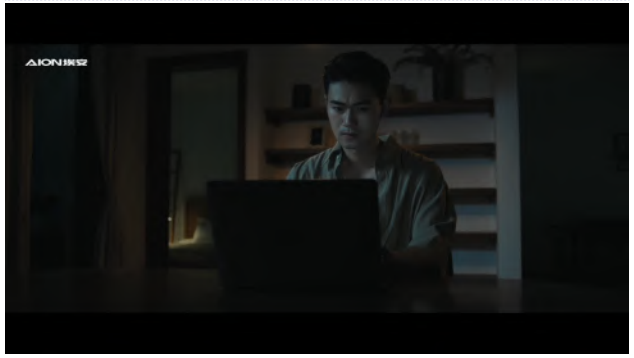
更多智驾功能
从容面对不同路况

场景动态演绎

可视化用车体验，将“用车习惯的碎片场景”串联成场景故事

车内神兽场，车外父母PARTY

买五座送三排，一家7口不落下

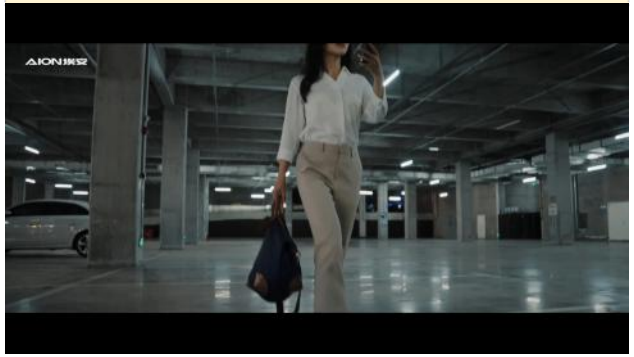


泊车不用手，潇洒抱娃走

奶爸车既能温柔也能狂飙

儿童座椅放两边，妈妈轻松坐中间

高速自主巡航，妈妈超从容



** 注：6大场景视频均由我方提供创意包装，不负责拍摄执行*

媒介策略

“深场景 强共感”

*以AION V Plus新车上市为原点，聚焦**年轻实用家庭人群**用车需求，构建**新车上市媒介创新整合传播***
*通过**打造高契合场景体验真实种草新车产品力价值**，引发用户新车购买欲望；*

PART ONE

构建品牌大事件 深化家庭标签认知

/ 上市即 热点

聚焦家庭定位，打造新车上市直播+店端体验活动

以品牌爆点事件强效曝光聚拢关注

PART TWO

定制场景化内容 具象车型价值感知

/ 上市即 种草

O2O联动包围用户出行/娱乐/购车场景

匹配专属场景素材持续强化新车产品力感知

线上新车发布会

特制场景发布会，总经理化身种草Vlogger，模拟多个家庭用车场景展现卖点

精准50城家庭人群定向推送，总曝光近1800+万次；

全网直播 ***#更有AI的家庭SUV#新车上市发布会***

官方社媒矩阵 - 精准推送	核心媒体矩阵 - 同步直播
四大顶级社交媒体扩散	全国汽车核心70家媒体同步直播 覆盖汽车垂直、新能源、财经、科技四大板块

小红书

汽车之家 autohome.com.cn · 易车 yiche.com · 懂车帝 · Almg · Pauto 太平洋汽车网 · 新出行 · 东方财富网 eastmoney.com · 第1电动

全国埃安店端同步直播

①全国经销商组织观看直播

②经销商新媒体同步直播观看线上发布会

…

线下门店活动

承接新车上市热度，门店依据家庭特性开展暑期体验“来埃安夏令营”

线下模拟“埃安上岗场景体验”以亲子趣味互动输出产品价值

三大职业岗位特供，萌娃通过角色扮演，向家长展示/种草核心卖点

销售岗

服务岗

维修岗

精彩花絮

“场景种草机”触达过亿家庭用户

坚持“四大投放原则 + 周度运营管理”确保达到最好效果

制定赛马推流机制：选定互动率最高视频，加大推流

选择最优平台

聚焦头部种草平台传播

2大社媒 X 2大垂媒

小红书 | 易车 汽车之家 autohome.com.cn

匹配最佳场景

基于平台内容生态

匹配最佳场景传播

e.g

垂媒重产品力；社媒重体验
匹配对应场景传播

选择最搭账号

基于家庭用户
挑选最佳的亲子类账号

选具有说服力的达人

选互动率、点赞量较高的达人
更易产出高赞内容

制定矩阵传播

① **头部KOL定调**
② **KOC铺量传播**
③ **线下门店二创**

持续运营动态管理 （周度检讨、监督、优化）

线上传播

聚焦头部种草平台，以KOL定调引爆声量，KOC铺量持续种草

用趣味娱乐场景展现价值，高频更新持续吸粉互动

嫁接抖音娱乐基因

以趣味家庭剧场+酷炫车型TVC撬动用户兴趣关注

抖音话题播放量 1亿+

基于小红书生活分享属性

亲子KOL矩阵输出暑期出游攻略种草卖点

万赞爆文 X 千赞爆文

@妮妮Ni
互动量：17,883
综合互动率：18.5%

@小怡宝啊
互动量：17,758
综合互动率：19.5%

@小饭粒麻麻
互动量：11,117
综合互动率：19.3%

线上传播

三大垂媒顶流矩阵传播，定制“场景化故事

以触动人心的场景对比体验评测打击竞品

同时将1个故事视频化为N+个种草小视频多渠道发散

易车 汽车之家 看车·买车·用车

大咖横评+竞品拦截提升车型热度，强化口碑

— 邀请大咖定制双车对比测评内容 —

亲身算
实车体验评测

理性算
强调“超大空间”

算价值
夸张描述“第二套房”

— 大咖结合热点定制双车对比测评 —

场景挑战 | 互动引入 | 总结优势

懂车帝 说真的 还得懂车帝

搜索广告精准拦截高潜用户，助力留资

— 大图 —

— 贴片 —

— 车系 —

线上效果投放

精准“50城年轻实用家庭”场景种草效果投放

依据“6大家庭场景”延伸，定制更多创意种草

*before —— **平铺直述，缺乏打动力***

- 金融政策
- 纯卖点讲解
- 销售讲车

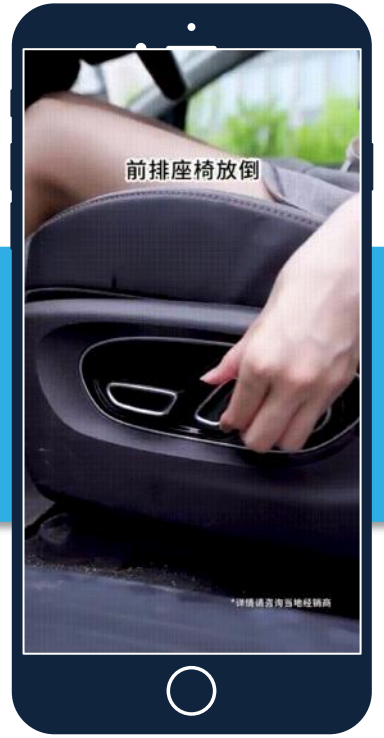
NOW ——

有场景
- *更有氛围/触动力讲述卖点*
- *结合金融政策触动留资*

更对味
- *搭配儿歌等温馨BGM*
- *设计萌娃出行日常出行内容*

有互动
- *不单是纯讲述卖点*
- *有体验感，有互动带出卖点*

示例视频



户外以“1场景1概念1创意的场景种草”

对应不同场景的用户诉求，匹配最适配媒体，定制创意表现

社区类

第二个居住空间，接娃代步

“第二个家”

(对应“可5可7+游乐场”等场景)

商圈类

遛娃购物，娱乐出行

“快乐遛娃 潇洒泊车”

(对应“一键泊车” 等场景)

交通类

全家出游，个人出行用车

“双面全能”

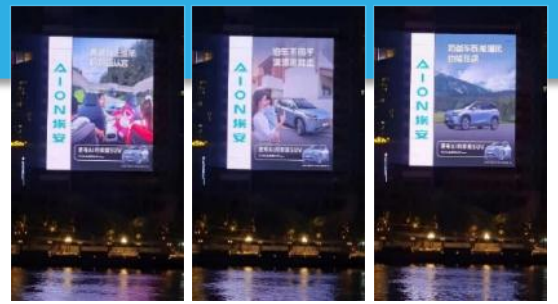
(对应“奶爸飙车”+“可5可7”场景)

*注：6大场景视频均由我方提供创意包装，不负责拍摄执行

线下轰炸式硬广露出

精准50城覆盖曝光，围剿家庭出行场景

北京、广州、深圳、成都、重庆、武汉、杭州、苏州、天津、温州、厦门 + ...



户外大牌

从地标扩散到全国家庭
高频出行场景露出

社区门禁、地铁、停车场 ...

2024款AION V Plus以高曝光、高热度、高互动

重回“主赛道”成舆论中心点

01 触达人数
1.72亿+次
家庭用户

02 传播声量
提升42+万
上涨 24.8%

03 车型热度
车型热词
提升62%

04 播放量
全网累计
超4000+万

05 互动率
242万+
受众点击互动