

AION S MAX 70星意版上市种草

- ◆ 品牌名称：埃安
- ◆ 所属行业：汽车及交通运输类
- ◆ 执行时间：2024.07.15-08.15
- ◆ 参选类别：汽车及交通运输类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

赵喵喵喵：<https://v.douyin.com/iM6aoTgw>

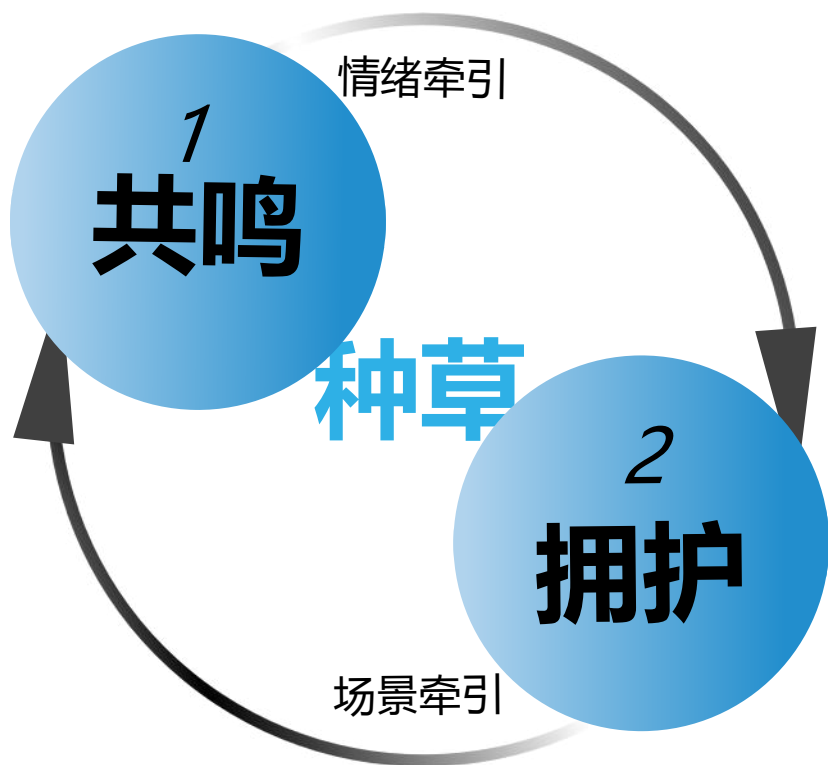
莫邪：<https://v.douyin.com/ihEwYyFn>

Unee彤彤：<https://v.douyin.com/iMAhqsoK>

猪猪小野：<https://v.douyin.com/ihEwk39c>

● 背景&目标

当前，中国汽车已经建立起成熟完整的本土供应链。在强供应链的整体驱动下，市面集中涌现出一批降维打击经典神车的超级新品。**置身强劲新品集中投放的市场，新款如何跃众而出，破圈种草？**



「共鸣-拥护」种草滚动机制

传统新款上市营销，主要从产品参数的相对优势沟通数个产品点。在新款集中的市场中，较难靠配置激发人影响人的雪球效应，抢占购买优先度。

1. 共鸣

情绪营销：积极情绪激发社会共鸣，在日常中突破日常，积累关注量变；

2. 拥护

场景营销：正向场景激发生活向往，在流量平台滚动口碑，引发带货质变。

● 背景&目标

背景：AION S MAX新版上市，新版更具性价比，预测新版将成核心主销版型

原S MAX 主打15万级 “年轻享乐家庭人群”

思考：S MAX新版售价下探至12万区间，其价格带所吸引的人群及竞争市场与过往不同

必须破圈沟通新人群

基于12万区间购车人群，调整S MAX人群画像特征；

背景&目标

研究目标受众不仅依赖垂媒决策，更可通过社会性趋势消费实现广泛的购前沟通



数据来源:

- 1、懂车帝&中国汽车工业协会《2024新能源汽车消费洞察报告》
- 2、懂车帝&新能源汽车国家大数据联盟《2023年轻用户汽车消费洞察报告》
- 3、艾普思咨询《2024 新能源汽车消费者社交媒体大数据洞察报告》

人群特征

30岁左右，男性为主，家庭月均收入在5000-7000元，务实家庭一族

购车选择偏向从众心理，注重口碑

购车考虑因素

续航及电池、价格、用车成本
乘坐感受（家人朋友）、品质耐用

关注内容调性

汽车、美女及体育内容为主
其次为生活类资讯

触媒习惯

聚焦抖音&视频号短视频平台，兼
顾新闻资讯类的今日头条&懂车帝

洞察&策略 传播节奏

传播
周期

7.15-7.21

上市话题#埃安星意，如“七”而至



聚焦抖音，承接平台7月原有最火话题【愿美好如“七”而至】的流量，提升讨论度，打造AION S MAX 70星意版上市话题#埃安星意，如“七”而至#，并结合当下短视频最热门的“转场”玩法，由颜值类KOL创作演绎新版产品转场场景，实现扩圈传播。

传播策略：以上市话题打开新版车型【流量开口】，累积关注；进而由扩圈话题实现【产品拥护】，深化种草

扩圈话题# 你的city多少钱能躺平



聚焦视频号，借势当下“大城市年轻人都想躺平”的流行现象展开话题，由高互动率KOL创作演绎AION S MAX 70星意版前排座椅180°全平放倒，马上实现“一键躺平”的产品场景，实现话题互动扩圈。

话题
规划

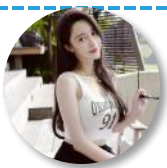
根据S MAX人群喜欢看的**颜值、生活圈层头部达人**，创作演绎话题，实现扩圈传播



粉丝量：
636w

颜值类

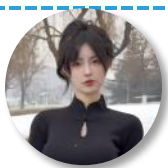
赵喵喵喵



粉丝量：
254.4w

颜值类

Unee彤彤



粉丝量：
519w

颜值类

猪猪小野



粉丝量：
20w

生活类

莫邪MM



粉丝量：
220w

生活类

是妙陈



粉丝量：
340w

颜值类

萌萌老斯

全民
讨论

KOC评论扩散，持续撬动流量机制，激活车主口碑，提升产品美誉度



静待佳音
之前打车打到这个车，内饰真的很舒服，每次坐上都是一种享受，提车后刷到了这条AION S MAX 70星意版的视频，意满离了
7-21·山东 回复



鹏程思念
车的外观挺时尚，和女生在意细节一样，内饰做的也很精致，值得去试驾下
7-21·河南 回复



一粒石子
AION S MAX 70星意版，阿联车头等舱同款，不费力拿捏车内高级感
7-21·黑龙江 回复



一粒石子
小羊皮，也太舒服了吧，还有没有躺平任务，一起去
7-22·广东 回复



洞察&策略 上市话题-创意思考

共鸣 情绪破圈

内容思考

1、2024年正式迈入下半场，全民充满了对下半年的期许，所有希望实现和尚未实现的事情，都想通过一个情感宣泄窗口，大声说出来。

2、**AION S MAX 70星意版**7月上市，是为了用户美好出行而存在，通过打造相关话题，**传递车型与用户美好生活相伴相随的理念。**

玩法思考

结合当下短视频最热门的“**转场**”玩法，由颜值类KOL创作演绎新版产品转场场景，实现扩圈传播。

我希望下半年...
美好和**#埃安星意**,
如“七”而至#



● 媒介&执行 上市话题-创意呈现



【赵喵喵喵】：播放量**841w+**，互动量**21.8W+**



拿捏抖音顶流“转场”玩法，**创新**车型卖点植入形式，深化种草

创意阐述

--性感风、通勤风、可爱风、户外风...不管哪种风格，AION S MAX 70星意版都能轻松驾驭——**多场景展现车型卖点，结合颜值类达人优势加深观众记忆**

--户外草地舒适惬意，达人一躺下，镜头秒切换至车内躺平，原来是小羊皮座椅比草地还舒服！**丝滑转场**加强代入感的同时也传递了车型与用户美好生活相伴相随的理念

● 媒介&执行 上市话题-创意呈现

【猪猪小野】：播放量**835w+**，互动量**39.5W+**

【Unee彤彤】：播放量**106w+**，互动量**0.62W+**

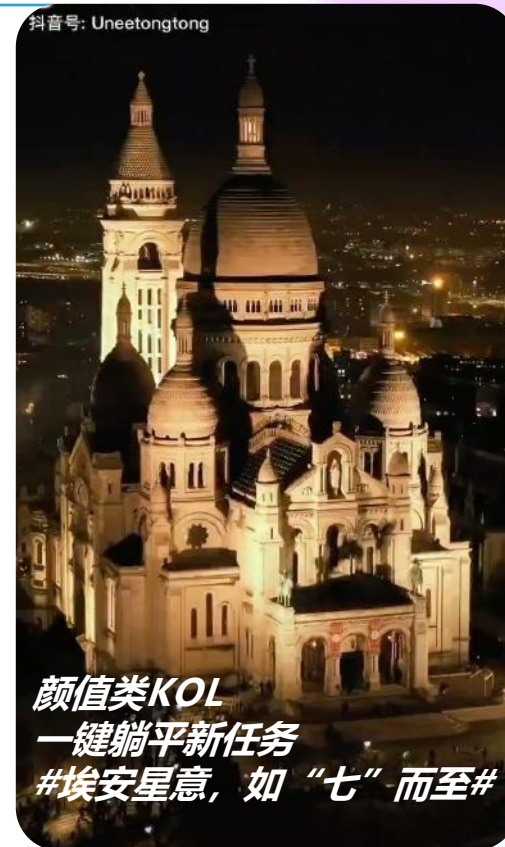


-- “各位旅客，欢迎乘坐星意头等舱，希望我们真诚的服务，为您带来轻松愉快的旅途...”空姐声音响起，画面一转，竟是在车内。以空姐身份丝滑转场AION S MAX车内，展现车型被美誉为“阿联酋头等舱”的驾乘体验。让观众更有代入感，舒适性的乘车感受也能具像化



创意阐述

-- “您的任务已达成，本次任务目标为躺平休息...”一把伞就能让特工实现风格切换，一辆AION S MAX 70星意版就能一键实现躺平休息。将座椅180度全平放倒的卖点作为特工任务推动剧情，特工会心一笑，S MAX又一次出色完成了任务



媒介&执行 上市话题-抖音流量思考

构建**立体的内容传播梯队**，以**平台机制为支点**，利用**推流矩阵**，打造“传播杠杆模型”
撬动自然流量10倍、甚至更多的关注

流量逻辑

找到热度上升内容，针对性打造创意

一、抖音爆款内容特点：

娱乐搞笑
占比17%

颜值
占比11%

励志榜样
占比8%

吃喝旅游
占比8%

超萌宠物
占比7%

亲子母婴
占比7%

二、爆款内容工具

➢用好【抖音热点宝】，找到上升热点内容，针对性打造内容，48小时内能获得更多流量推送



算法属性+实时热度+用户关系

基于兴趣推送，播放5秒判断为有兴趣，兴趣用户越多，推算曝光越多

本质是流量池递进逻辑，有8次分级推荐。每条内容需要跑赢基础流量池，进入到下一级流量池，才能获得更多自然推荐



具体手段

近期抖音热门创意形式-转场互动

触碰、开门、碰杯等一个动作或一个音效，随即**立刻切换画面，转场至AION S MAX路跑镜头**，并展开演绎埃安星意的产品力。

通过流量大号发布视频，引发讨论。且转场视频易模仿、易玩梗，可在抖音激发更多素人创作热度

优质KOL选择标准：

- ①传播指数>60;
- ②完播率>5%;
- ③互动率>1%

平台机制：重观看，兼顾互动

①优选头部KOL进入热门流量池

②腰部KOL发布视频，自然发酵48小时，选择潜力视频推进流量池

③卷入更多KOC拱热潜力视频

①全民营销，观看视频，同步转评赞，12小时内互动量破万

②赛马机制，海量KOC推送优质视频

■腰部KOL自然发酵赛马48小时后，跑出潜力视频，海量KOC观看视频，并进行互动，支持原创视频进入更高流量池

③对优质视频进行抖音投流，24小时达成百万播放量

洞察&策略 扩圈话题-创意思考

拥护 场景带货

#你的city多少钱能躺平#

内容思考

- 1、现在的卷就是为了以后的躺，在大城市奋力拼搏的年轻人，越来越热衷赚够XXX钱就躺平享受生活，这一观点在各个平台都掀起广泛讨论。
- 2、AION S MAX告诉你答案，**躺平只需一台埃安星意！因为AION S MAX前排180°放倒，一键躺平！**

流量思考

相关热门话题--越来越多年轻人在大城市工作，想着赚够多少钱就可以躺平，已经不想卷了。

玩法思考

计算不同城市需要多少钱才能躺平，几百万甚至千万都不够，反转星意版座椅180°全平放倒直接躺平，突出购买优势。

没有千万还得干...
星意版一键躺平!



● 媒介&执行 扩圈话题-创意呈现



【莫邪MM】：播放量**426w+**，互动量**10.7W+**



借势“**年轻人想躺平**”的流行现象，将**座椅全平放倒可躺平**的产品点巧妙融入，趣味种草

创意阐述

--到底能不能躺平？通过同事、上司、老板三个**生活中常见的角色**计算在不同城市需要多少钱才能躺平，更能撬动网友情绪；“天文数字”**对比**“AION S MAX 70星意版只要12.99万”就能实现躺平，**自然带出车型性价比的优势**

--到底怎么躺平？不同角色通过夸张的面部表情表达车内躺平的舒适感受，让产品植入不再生硬，**爆笑的同时也加深了观众对产品点的记忆**

● 媒介&执行 扩圈话题-创意呈现

【萌萌老斯】：播放量**480w+**，互动量**24.4W+**

【是妙陈】：播放量**140w+**，互动量**3.2W+**

创意阐述

--拿捏“撕葱”、“烫平”等谐音梗，就算是算理财经济账也丝毫不觉得枯燥，直击大城市年轻人想躺平又躺不平的痛点，自然带出车型性价比的优势，轻松实现原地躺平！

--围绕“你的city多少钱能躺平”进行随机街采，客观展现年轻人对躺平的真实想法，并将车型舒适座舱的产品点和路人回答相结合，丝滑切换到产品植入场景



“撕葱~你算算在北京买房需要搬多少块砖才能躺平？”

“你看我现在不就躺平了”

“有**AION S MAX 70星耀版**，12.99万就能躺平！”



“钱我不缺，给我一张头等舱终生机票就能躺平”

“我的**阿联酋同款头等舱**马上就能满足你！”



媒介&执行 扩圈话题-视频号流量思考

以平台机制为支点，利用推流矩阵，打造“传播杠杆模型”
撬动自然流量10倍、甚至更多的关注

流量逻辑

内容机制

特有的熟人圈子私域属性，推荐内容更需“内驱动力”



价值观认同 “动手转发，就能指点江山”

社群影响 “互粉一下，交个朋友”

情感共鸣 “评论区有故事”

信息获取 “每颗点亮的红心，都是对知识的敬意”

新鲜体验 “大型围观现场”

流量机制

基于「50%用户社交+50%兴趣」，
社交指数越高、互动率越高，曝光越高；内容兴趣越高，推荐越多

私域流量

本质上是❤️驱动的裂变机制，从一个朋友圈传递到另一个朋友圈

❤️**推荐率**>转发率>评论率>点赞率>完播率

当❤️**推荐率**达到3-5W左右，判断为优质内容，可获得更多流量扶持；

铁粉（1000人以上活跃社群/账号的粉丝）越多，私域流量越好，平台流量扶持

公域流量

推荐给兴趣匹配用户，基于用户点赞互动反馈进入高阶流量池和私域流量池

1、**互选后台社交指数**越高，曝光越高

2、**互动率**：（点赞+转发+评论）/播放越高，公域流量越好

3、**KOL粉丝基数**越大，主动曝光率越高，平台扶持基数越高

爆款内容

内容创意-剧情版

三个品类达人各自盘点要在这个领域躺平需要多少钱，旅行的机票酒店，美食算吃喝花费，搭配算当季衣服等等，得出一个很夸张的数

优质KOL选择标准：

①**社交指数高于50**；

②**互动率>1%**

推流手段

平台机制：重互动，兼顾播放

①优选头部KOL内容24h互动量破万

②腰部KOL
发布视频，自然发酵72小时，选择潜力视频推进流量池

③更多KOC扩散+公域推流获得更多互动量

①**全民营销，观看视频，同步转评赞-24小时互动量破万**

②**赛马机制，海量KOC推送优质视频**

■ 邀请海量KOC对视频进行点赞/评论，支持原创视频进入更高流量池

③**公域扩散：视频号推流**

● 效果&反馈

目标及课题

70星意版目标人群（务实家庭、注重口碑、关注长续航、经济性、舒适性、强品质）
针对目标人群触达最高的**抖音和视频号平台**，结合7月热点话题，以网红矩阵流量打法进行扩开口，用头部KOL+圈层KOC创作演绎，实现扩圈传播

抖音

#埃安星意，如“七”而至#：

话题累计播放量

1,812w+

累计互动量

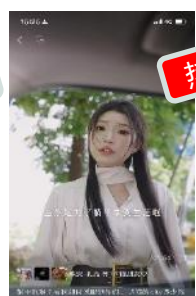
62w+



赵喵喵喵



猪猪小野



莫邪MM



萌萌老斯

视频号

#你的city多少钱能躺平#：

达人累计播放量

1,046w+

累计互动量

25w+

质爆：发布后3天，自然播放量处于分行业前10%，具有极强原生传播力的达人内容

量爆：发布后3天，A3新增率处于分行业前50%，具有极强种草效率的达人内容

热门视频：3万+互动量

爆款视频：10万+互动量

有效提升了S MAX的目标人群关注，并把
“星意版” **迅速树立成为S MAX的第一关键词**

