

零跑汽车-更年轻人卷出更理想的家

- ◆ 品牌名称：零跑汽车
- ◆ 所属行业：汽车及交通运输类
- ◆ 执行时间：2024.03.02
- ◆ 参选类别：内容营销类

● 背景&目标

新能源大内卷时代下，既分高下，也决生死

两座大山

特斯拉-绝对的开山鼻祖
比亚迪-燃油颠覆者，国货之光

新势力多兄弟

理想-极致家用缔造者
蔚来-豪华国产塑造者
小鹏-智能驾驶先驱者

跨界猛男来袭

华为-多品牌、多车型齐发力
小米-出道即王炸，网红车锐不可挡

赛道拥挤不堪，夹缝中找寻生机，是每一个后来者的**命题作文**

● 背景&目标

1

■ 跳出原有品牌固有认知，为产品贴上**信任标签**

2

■ 塑造产品新的标签形象，占据**空缺的市场细分领域**

3

■ 构建高效传播体系，以小投入占据行业**传播制高点**



合资时代年轻人往往只能随波逐流去购车
而现在TA们的多元化需求逐渐被市场所满足
既要又要则是现在TA的购车主旋律

时代前沿的智能化

舒适豪华的家用向

配置拉满的硬件单

续航能力的安全感

满足以上条件，车型寥寥无几，但零跑C10恰是其一
但这个名字对于TA们来说，存在陌生感、缺少信任感

1次

全新认知

零跑C10首款全球化车型

以全新技术架构面向全球市场

2个

车型节点

预售发布-产品预热试探市场反馈

正式上市-根据市场反馈敲定政策

3点

认知打透

15万SUV最具性价比车型

18万以下唯一高阶智驾车型

十万多比肩理想豪华家用车型

耍

花枪

以在15万级不存在的配置
进行话题打造预热

立

参考

亲子家用属性与标杆
理想进行强贴靠

秀

肌肉

全面释放产品属性
秒同级、对越级

100+位达人排兵布阵，内容主打就是一个分工明确 基于零跑C10上市节点与产品属性，将不同达人进行不同内容的输出，科技讲智驾、车评聊定位、亲子述生活

方向1-发布会事件

基于零跑全家桶发布发布会本身，进行这次发布会内容的事件陈述，友好媒体现场mingle区、会场内拍摄配图，重点说明C10产品在今年的SUV市场的讨论火爆，以15万的价格带来30万以上的产品体验，并带出零跑全系的产品LEAP3.0技术架构全面赋能的焕新升级

方向2-新定价成为大内卷时代的先行者

2024年是更为内卷的一年，电比油低的号角已经大面积吹响，从零跑全系价格+四驱高光卖点，强调零C10这个预售即爆款的车型，在15-20万的队伍中凭定价成为顶流了

方向3-聚焦于四车产品体验本身

聚焦C10、双C车型这个定价下“不该存在”的配置、实际生活场景的产品测评，突出同价卷配置、同配置卷价格、高热度的产品属性。零跑的四款车，品牌内如何选车（产品定位区间）座椅跨圈场景种草、座椅研发故事



@孙少军09

车圈客观大佬，
以梗玩味解读
C10发布会



@杰克涛
全篇干货，以
市场角度聚焦
C10产品



@可可粽子妈

人气宝妈以亲
身需求讲产品

500以内最好的SUV，零跑来接力

新时代的内卷大王，一定是零跑

只有当妈的，才知道亲子出行真正需求

● 媒介&执行

耍花枪-预售期

舞刀弄枪只为了让你的目光停留

通过多圈层KOL结合话题输出C10的炫技配置
凸显15万级不存在的配置，零跑这里真可以有

#2024了开车还需要用脚吗



- ① 驾驶场景：讲述零跑NAC与NAP在不同驾驶场景下的作用
- ② 使用人群：给不同用车人群带来的优势
- ③ 价格：强调在20万内能做配置高阶智驾，凸显零跑C10的性价比
- ④ 实用性：科普零跑所采用的智能驾驶技术及适用于海外驾驶

#汽车升级从此只需1秒



- ① 以8秒完成更新突出车机更新速度与手机更新速度对比
- ② 主流车企ota对比，突出零跑Ota升级到速度
- ③ 从架构上讲OTA无感升级，介绍零跑架构的硬核技术
- ④ 对无感OTA的震惊

#15万买个更理想的家



- ① 15万级家用新选择，配置高更舒适
- ② 简直是理想小平替
- ③ 15万买不到理想，但是可以买零跑

媒介&执行

立参考-上市期

零跑C10是谁？没概念？举个栗子

15万级的“理想”那就是零跑C10

发布会领导抛出话题，KOL迅速接入话题, Combo拉满

#零跑C10是年轻人更理想的家#



秀肌肉-上市期 就像在八角笼中，比的就是谁的拳头更硬 贴靠车圈价格战热潮，全网共同解锁 零跑C10上市价格通过六 边形硬核实力传递质价比、品牌诚意及优势

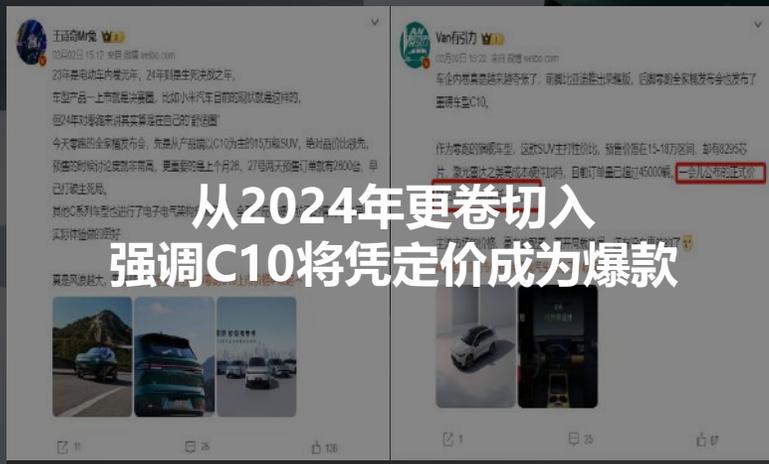
王诗奇Mr. 03月02日 15:12 来自 weibo.com
2024年新能源汽车内卷元年，24年则更是决战之年，车型产品一上市就是拼配置，比如小米汽车自研电机就是这样的，但24年对车企来讲其实是在自己的赛道里

今天零跑的全车发布会，先是产品端以C10为自研15万级SUV，绝对性价比领先，预售时间比竞品提前，更重要的是上个月26、27号两天预售订单就有8000台，早已打破生死局。

其他C系列车型也进行了电子电气架构，实际体验会更好。

真风风光大。

**从2024年更卷切入
强调C10将凭定价成为爆款**



具体售价露出惊
呼零跑“卷”



零跑C10的六
边形战士属性



以价格配置与理
想L7比较



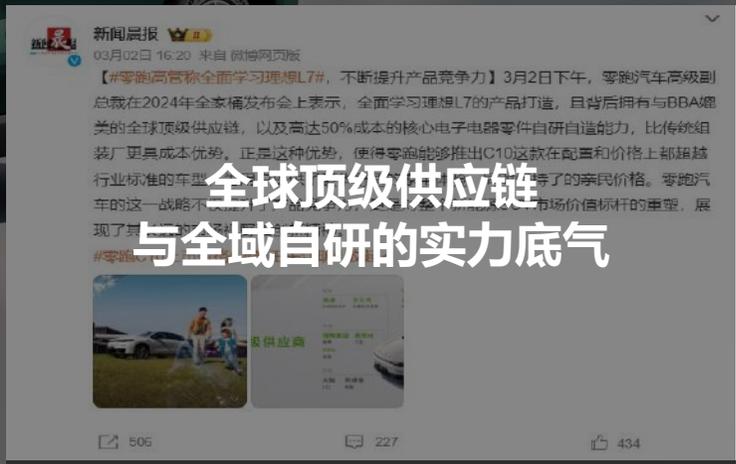
座舱跨圈场景
化种草



新闻晨报 03月02日 16:20 来自 微博网页版

【#零跑高管称全面学习理想L7#，不断提升产品竞争力】3月2日下午，零跑汽车高级副总裁在2024年全车发布会中表示，全面学习理想L7的产品打造，且背后拥有与BBA同类的全球顶级供应链，以及高达50%成本的核心电子电器零件自研自造能力，比传统组装厂更具成本优势。正是这种优势，使得零跑能够推出C10这款车在配置和价格上都超越行业标准的车型，给了消费者等了很久的亲民价格。零跑汽车的这一战略不仅体现了对技术创新的坚持，更是对市场价值标杆的重塑，展现了其作为全球领先新能源汽车品牌的实力与底气。

**全球顶级供应链
与全域自研的实力底气**



● 效果&反馈

谁说电车上热搜靠自燃，零跑凭实力上热搜 多话题冲上微博热搜，打造品牌事件 全面提振品牌产品认知广度

#零跑C10上市价格

在榜最高排名：19 在榜时长：1.1小时
最高实时热度：2 汽车榜最高排名：4
阅读量8395.1万 讨论5万 互动19.1万
商单合作达人热门上榜7个

#零跑发布会

在榜最高排名：10 在榜时长：1.4小时
最高实时热度：2
阅读量285.2万 讨论1.9万 互动6.2万
商单合作达人热门上榜9个

#零跑C10

在榜最高排名：11 在榜时长：26分钟
最高实时热度：2 发布媒体数：12家
阅读量6601.8万 讨论3.6万 互动10.5万

#零跑汽车太卷了

最高实时热度：2 发布媒体数：2家
阅读量1.3亿 讨论2.4万 互动7.2万
商单合作达人热门上榜7个

#卷王朱江明

最高实时热度：2
阅读量8395.1万 讨论5万 互动19.1万
商单合作达人热门上榜7个

#零跑高管称全面学习理想L7#

最高实时热度：2
阅读量285.2万 讨论1.9万 互动6.2万

#2万入手零跑C10#

最高实时热度11
阅读量6601.8万 讨论3.6万 互动10.5万

● 效果&反馈

TA们对于零跑这个名字，从今天开始不局限于新势力
两次产品重大节点，通过精细化达人筛选
建立多维度内容，曝光/认知双打透

零跑C10预售发布会

55个达人

累计曝光约**6866.5万** 累计互动量**3.4万**

千人曝光成本为**12.71**

零跑C10上市发布会

97个达人

累计曝光约**9270.4万** 累计互动量**9.69万**

千人曝光成本为**12.62**