

## 零跑汽车-“载人风筝”卷上天

- ◆ 品牌名称：零跑汽车
- ◆ 所属行业：汽车及交通运输类
- ◆ 执行时间：2024.04.21
- ◆ 参选类别：内容营销类

# 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

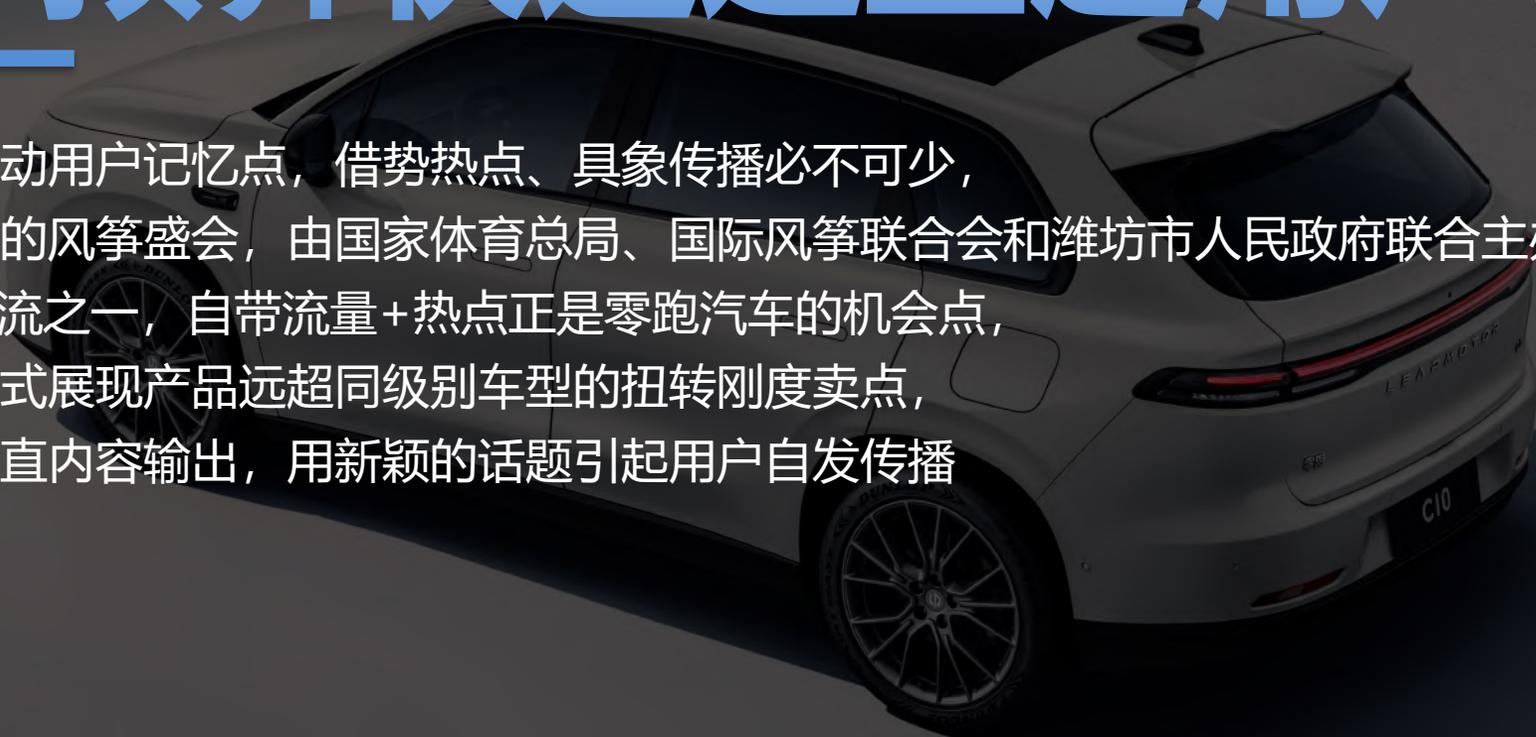
[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNjQyNzc0NTE2NA==.html](https://v.youku.com/v_show/id_XNjQyNzc0NTE2NA==.html)

## ● 背景&目标

常规的汽车类社媒传播都在卷达人咖位  
作为新秀的零跑汽车如何凸显C10超越劳斯莱斯的车身强度

# 以小预算快速建立起用户认知?

要用小预算撬动用户记忆点，借势热点、具象传播必不可少，  
恰逢一年一度的风筝盛会，由国家体育总局、国际风筝联合会和潍坊市人民政府联合主办的潍坊国际风筝节，  
文旅IP中的顶流之一，自带流量+热点正是零跑汽车的机会点，  
用放风筝的形式展现产品远超同级别车型的扭转刚度卖点，  
跳出传统的垂直内容输出，用新颖的话题引起用户自发传播



不仅仅有同行车企在卷  
更有多个不同类目品牌“上天”  
作为新秀零跑汽车要想脱颖而出困难重重

车型：东风雪铁龙 C3-XR

2015款1.6L手动先锋型

风筝，古时称为“纸鸢”，还记得儿时：放线的在前猛跑，托风筝的在后紧随，在欢呼叫喊声中，一只只美丽的风筝纷纷飞上了蔚蓝的天空。



舒肤佳潍坊风筝节

带着健康出发



跨界联合KOL将有引爆潜力的内容  
通过独特拍摄手法助力零跑汽车

打造 **汽车和手工界大新闻**  
成为当日营销大事件实现口碑扩散





基于人群属性**圈定B站**作为核心传播  
以三大重点玩法深度种草

趣味化

紧跟B站的梗文化、鬼畜文化等，制定个性化多元化趣味内容，以大胆夸张的创意演绎，促进泛兴趣人群入坑

潮流化

打造“时尚”“科技”“创新”的年轻化感、先锋感的形象；构建与年轻用户的对话阵地，与B站用户拉近距离

深度化

贴近用户心智，打造真实场景；以深入浅出的方式种草，充当“用户翻译官”让有门槛的内容被有效“转译”

既然万物皆可上天，不一定是你去放风筝，也可以是风筝放你  
用具备趣味性的内容，两步坐实万物皆可上天打造热议话题

「**1 话题制造**  
用特殊风筝打造方式  
激活用户好奇心

「**2 长尾扩散**  
用新闻的形式进行宣传  
形成流量峰值，提振传播声量

# 媒介&执行

脑洞大开的“上天”引关注，零跑汽车以赞助形式作为道具出演

大胆 选用 **破圈** 达人

不找车垂达人，用手工卷出圈



用一个“不垂直”的达人以「放风筝」为核心传播点引爆

@阿宇的科学冒险

一个喜欢发明和冒险的B站知名科技UP主

B站粉丝数：17.9w

强趣 味性 **创意** 内容

通过强趣味、挑战性引发用户讨论

史无前例的载人风筝博取眼球



爆改载人风筝！我把自己放上天了...

41.7万

4-21

具象 传播 **硬核** 卖点

用应用场景将卖点精准传递给用户

视觉展现，场景翻译打响品牌招牌



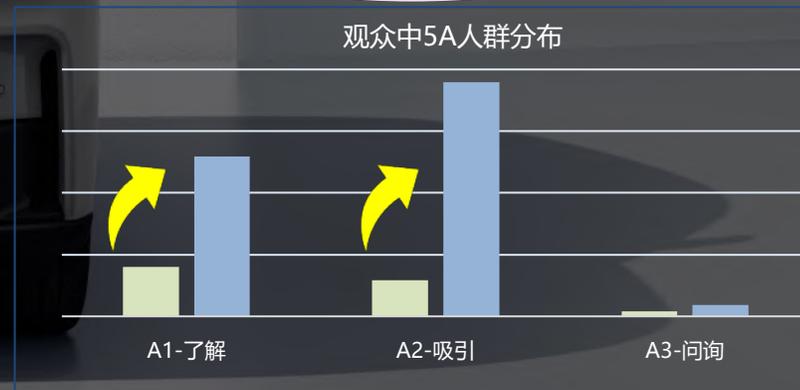
载人风筝上天，以风筝印花上曝光品牌logo



用牵引拉力输出扭转刚度反映车身“韧性”

# 媒介&执行

由B站作为主阵地引爆事件后，在抖音平台携手新闻号输出活动笔记二次传播助力热度持续发酵，实现抖音平台破圈



## ● 效果&反馈

借助国际风筝会官方赛事，打破节点内容同质化，  
风筝载着人与零跑汽车的流量一起飞“上天”，为品牌实现巨大声量增长

- 投放共计产出曝光量，播放量达 **1680万+**，互动量达 **15万+**
- 抖音：【潍坊风筝节巨型载人风筝】成功冲上抖音 **同城榜第二**，在榜时长 **14小时**，风筝节相关 **热点排名第三**
- 微博：引起共有19家官媒跟进转发，最高冲到地方 **热榜Top5**
- B站：**热榜Top10** 在榜时长有7小时+
- 百度：整体搜索指数2788，整体同比 **增长16%** 资讯指数349964，环比 **增长235%**

