

| 灵悉L 《心有灵犀，鹊桥飞跃》

- ◆ 品牌名称：东风Honda灵悉L
- ◆ 所属行业：汽车及交通运输
- ◆ 执行时间：2024.08
- ◆ 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.qq.com/x/page/l3559mplv2v.html>

● 背景&目标

当前汽车市场竞争激烈，消费者对新能源汽车的需求日益多样化。品牌需要通过更加创新的营销手段来吸引潜在客户的注意力，提升品牌知名度和市场竞争力，在众多新能源车型中脱颖而出。

东风Honda灵悉L作为一款充满创新与科技感的纯电新能源汽车，需要在新车上市前夕，搭载营销热点，产出创新内容以吸引更多的年轻的潜在消费者提升对东风本田全新新能源品牌的关注，提升对东风Honda灵悉L产品力的感知。

● 洞察&策略

- **案例策略阐述：**

我们洞察到了东风Honda灵悉L的目标受众，他们年轻、追求个性化与高品质生活，对新鲜事物充满好奇，愿意尝试新技术，对汽车的外观设计和智能功能有较高要求。

因此我们在新车上市前夕，结合中国传统节日七夕，策划了一次别开生面的节点营销活动。通过拍摄一支高难度、强视觉冲击力的飞跃鹊桥视频，将传统文化与现代科技完美融合，展现品牌的独特魅力。

此外，在整合传播层面，我们通过社会化矩阵的组合拳，打造社会化媒体的话题传播并带动不同圈层达人的二创，为整个事件造势，引爆话题热度。

灵悉L作为全新品牌首款产品，“出圈”是提振认知关键



易车有料车研所×灵悉L 七夕节点事件营销助力上市出圈

节点出圈

易车大事件节点营销出圈

声量出圈

全网传播声量出圈

标签出圈

大事件助力车型标签出圈

洞察&策略

- 案例创意阐述：

- 1. 创意亮点：

- 传统与现代科技相融合、极具视觉冲击力、将车型科技与浪漫氛围结合

- 2. 创意概述：

- 在七夕这个充满浪漫与传说的节日前夕，东风Honda灵悉L以一场前所未有的营销活动，将传统与现代科技巧妙融合。

- 我们拍摄了一支高难度、高视觉冲击力的视频：通过500架无人机构建的鹊桥，将科技与浪漫完美融合，创造视觉震撼。灵悉L在一端，在无人机搭建的唯美鹊桥上，成功完成高空飞跃上，与对岸的另一台灵悉L相遇，迎合了七夕“有情人终成眷属”的主题，同时寓意消费者与品牌的美好邂逅。

- 我们通过贴合七夕主题的镜头语言，与全方位高清的拍摄展现了东风Honda灵悉L多面体的设计理念，“疾飞鸟”的设计灵感来源，梦幻般的数字座舱，灵悉DRIVE智驾系统和全场景沉浸式的灵悉SPACE智趣座舱等尖端技术等产品点，也展现了寓意着“与你心有灵悉，激活人生喜悦”的品牌愿景。

「心有灵悉 飞渡鹊桥」 联袂易车王牌IP，七夕大事件节点出圈

易车王牌IP栏目
有料车研所
易车独家创意跨界硬核测试视频栏目

心有灵悉 飞渡鹊桥

“身无彩凤双飞翼，心有灵犀一点通”

灵悉L在一端，飞跃在由500架无人机搭建的唯美鹊桥上，成功完成高空飞跃上，与对岸的另一台灵悉L相遇，迎合了七夕“有情人终成眷属”的主题

1 事件有热度

七夕节点氛围，与新车名称灵悉高度契合

2 挑战有看点

高空飞跃安全落地，对新车动力将是巨大考验

3 产品高契合

飞渡鹊桥凸显灵悉L动力操控强大优势

「心有灵悉 飞渡鹊桥」在飞渡鹊桥过程中，充分展现灵悉L优势



飞渡前

灵悉蓄势待发，瞬间爆发力迎来第一重考验

多面体个性造型，0.243cd超低风阻



飞渡中

从静止到飞跃，动力与扭矩迎来第二重考验

大师级底盘调校，低重心确保安定性



飞渡后

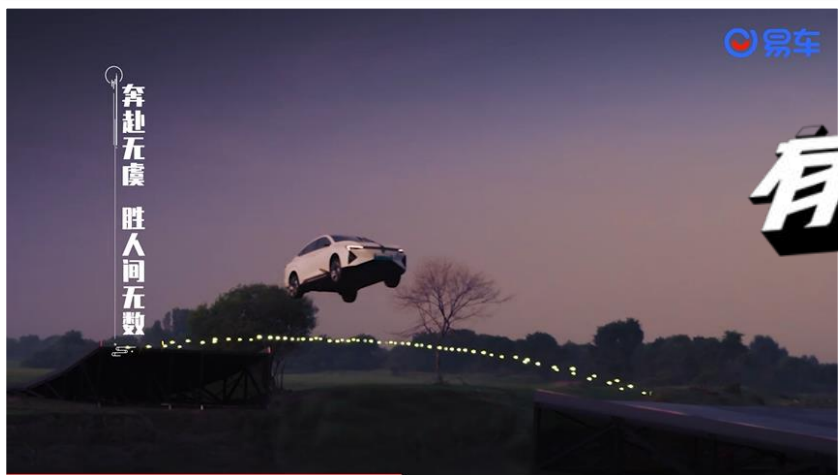
平稳落地，底盘与安全第三考验

大师级底盘，车身整体高刚性结构

媒介&执行

• 创意短片执行：

为构建一个在七夕节点令人有情感共鸣的故事性内容，我们设计了两车通过跨越高空鹊桥相遇的桥段，打造浪漫氛围的同时展现车型产品力。为此我们将500架无人机的同步飞行和定位以确保空中鹊桥的视觉震撼力。此外我们选在内蒙古锡林郭勒，多伦河进行拍摄，该地有丘陵、沙地、草甸、河流等唯美的自然景观，确保画面展现出一种七夕节独特的传统中式节日之美。在确保视觉美感的同时，我们打造了一次真实可验证的硬核挑战，东风Honda灵悉L真正的飞了一次间距足足有34m的跨河断桥，与对岸的另一台灵悉L相遇，在保证浪漫故事性的同时展现了车型真实的产品力。



有料车研究所
BOOM NEWS



● 媒介&执行

- **话题传播执行：**

本次新车上市前的七夕热点营销，我们以创意TVC视频为本次事件的主要创意内容，联动了易车+视频号+B站+小红书+微博+腾讯视频等主流平台同步上线，打造了一场跨平台的事件话题营销：

①**跨平台联动：**利用不同平台特性，在预热期上线预热悬疑先导片、事件爆发期上线创意TVC正片、长尾期上线挑战解析视频，实现内容的多样化传播，覆盖更广泛的受众群体。

②**话题营销：**在微博等平台创建专属话题阵地，便于用户搜索和参与讨论，增加话题的可见度和参与度。

③**KOL合作：**车圈+编辑+跨界达人多维度解读及二创内容持续引爆挑战事件热度，利用其影响力扩大传播范围，提升话题热度。

媒介&执行

预热期

引爆期

延续期

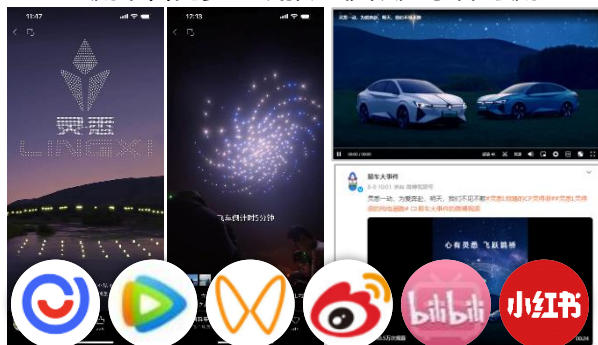
传播
话题

#灵犀L 我嗑的CP灵得很#

传播
内容

主流平台视频预热蓄力

易车+视频号+B站+小红书+微博+腾讯视频
主流平台同步上线预热视频为事件导流



灵犀L七夕节点事件出圈

《心有灵犀，鹊桥飞跃》

联合易车王牌IP栏目《有料车研所》，借势七夕定制爆点挑战事件，创意展示灵犀L产品力。



海量达人二创/解读持续引爆

车圈+编辑+跨界达人多维度解读及二创内容
持续引爆挑战事件热度



阶段
效果

视频全网播放量：**70W+**

正片全网播放量：**400W+**

视频全网播放量：**70W+**

执行
效果

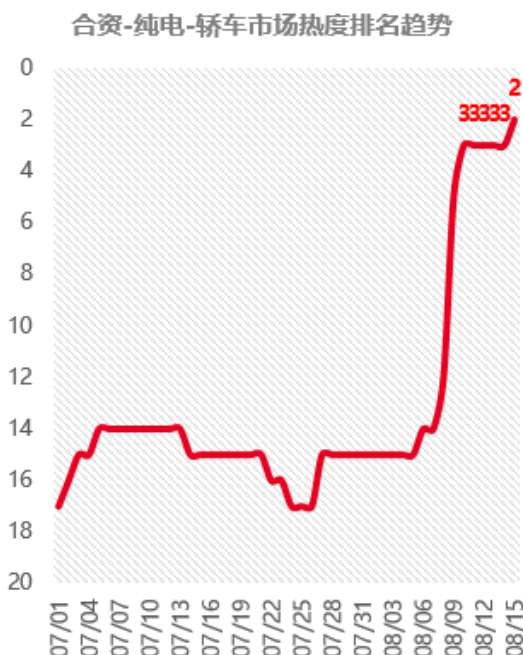
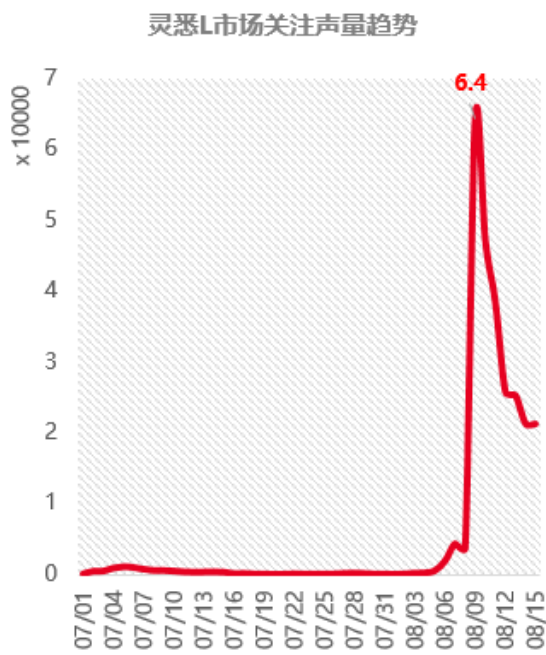


合资-纯电-轿车市场 TOP 3

3rd 灵犀L 1.75万 日均关注度
↑2 暂无

效果&反馈

- 8月9日灵悉L市场关注声量冲锋突破6.4万关注量，营销项目助推灵悉L冲榜合资-纯电-轿车市场TOP 3
- 《有料车研所》视频为灵悉L带来4.2万关注量，占当天内容关注量94%，占关注总量66%，视频上线3天共获得超11万关注量



级别市场热度榜 (8月9日)



视频示意展示



● 效果&反馈

- 全平台视频累积播放量**520万+**，话题总阅读量**1.53亿+**，话题总讨论量**5.5万+**，话题总互动量**7.4万+**。自然流量话题词 **#原来鹊桥是真实存在的#** 微博实时上升榜，热度**13.5万**

