

## 争取胜利，GEELY打造三大洲体育营销新范式

- ◆ 品牌名称：GEELY
- ◆ 所属行业：汽车及交通运输类
- ◆ 执行时间：2023.11-2024.03
- ◆ 参选类别：出海营销类

# 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://pan.baidu.com/s/1dHXPUreINyLQubzhl-qXg?pwd=mbya>

# 吉利汽车：争取胜利

吉利汽车积极布局海外市场，以用户需求为导向，通过持续创新，致力于为用户提供更好的出行体验  
在2023年年末，吉利汽车对产品的不断调整打磨后，因地制宜在不同地区推出新品  
分别是：墨西哥-COOLRAY车型、菲律宾- Emgrand SS11车型、沙特- STARRAY车型

---

作为早期出海的车企品牌之一，吉利是新兴品牌的代表  
一直在积极打造更适合当地消费者习惯的产品来展现品牌的科技实力  
本次推出的三款新品车型都是吉利攻占当地市场的关键车型，在销售工作中发挥着重要作用  
为了传递车型的核心USP，帮助新品在细分市场中脱颖而出  
需要和目标受众搭建良好的沟通桥梁，建立起吉利的“品牌情感壁垒”，提升品牌知名度和车型认知度！

# 背景&目标

引爆声量



互动认知



圈层渗透



品牌拓客

帮助吉利汽车顺利渡过海外品牌营销的认知建设

实现墨西哥、菲律宾、沙特市场汽车声量的打响

在短时间内实现超高曝光度

激发用户互动，触达高潜用户跳转落地页，提升对吉利汽车和新品车型的认知



## 吉利海外市场潜力巨大 持续沟通更广泛的用户圈层，才是品牌实现海外销量增长的关键

### 沙特市场：认知度高

- 吉利是中国最早进入中东地区的汽车企业之一，已成为沙特市场增长最快的主流汽车品牌；
- 此外，吉利最大的海外4S经销商位于沙特阿拉伯首都利雅得的核心商业区。

### 菲律宾市场：有一定认知基础

- 吉利也是最早布局菲律宾车企之一，将持续推出满足当地市场需求的汽车；
- 吉利的设计受到用户的喜爱，并受到高度讨论，但其售后服务受到批评，为回应客户投诉，吉利正改善其售后服务。

### 墨西哥市场：认知度有限

- 预计2023年第四季度进入，拥有热情的品牌追随者，但认知度有限；
- 吉利墨西哥公司将押注于根据国内市场及其当前需求设计的SUV初始组合。

GEELY HOLDING EXPERIENCES 4.7% INCREASE IN ANNUAL SALES, 82% YOY MARKET SHARE GROWTH IN SAUDI ARABIA

February 6, 2023

SHARE: [Icons]

- Geely Group sales of electrified and clean alternative fuel vehicles doubled to more than 675,000 units, representing 29% of aggregate sales.
- Continued global expansion and pivot to electrified vehicles supports further growth at Geely Auto.
- Geely is the fastest growing brand in Saudi Arabia
- Geely Coolray is amongst the top 5 selling SUV-B brands in the kingdom
- Geely achieved 82% YoY Market Share growth; highest for any Chinese brand in KSA
- Geely New Energy Commercial Vehicles achieved record sales following expansion of global presence in 2022.

Geely Holding experienced a 4.7% increase in annual sales in 2022, with a total of more than 2.3 million units sold across its brand portfolio. The demand for new energy vehicles was a key driver of this growth, as the group's sales of electrified and clean alternative fuel vehicles doubled to more than 675,000 units, representing 29% of aggregate sales.

The continued global expansion and pivot to electrified vehicles has supported further growth at Geely Auto. The company attributed this success to their ongoing efforts in implementing the "new four" transformation and "Intelligent Geely 2025" strategy, which included significant investments and planning in the electrification and intelligence fields. This has led to a substantial increase in the rate of new energy vehicles.

### Geely to launch newest subcompact crossover fit for the everyday Filipino

by Manila Standard — August 5, 2023, 6:40 pm in SUV, Wheels & More

Reading Time: 2 mins read

[Share on Facebook] [Share on Twitter] [Share on Email]

LEADING automobile maker Geely Philippines is gearing up to unveil to the local market its latest 5-seater subcompact crossover SUV that aims to give the Filipino motorist a unique driving experience. Set to hit the roads this month, the GX3 Pro is proof of Geely Philippines' commitment to provide motorists and car enthusiasts with top-of-the-line vehicles that blend performance, style, and affordability.

**Safety, style, value for money**

The GX3 Pro's contoured silhouette and spacious windows enhance its aesthetics and provide unobstructed vistas from the city to the great outdoors. Inside the cabin, elegance melds with practicality as the SUV's two-tier dashboard and user-friendly control panel design ensure that every drive becomes a delightful experience.

### Geely, Chinese automaker, will arrive in Mexico Grupo Milenio

LOCAL Delay Local News Tuesday 29th August 2023 05:47 PM REPORT

the chinese firm Geely Auto Group automotive brand global founded in 1997 and part of Zhejiang Geely Holding Group will reach the Mexican market during the last quarter of the year, as part of its expansion plan, under the brand Geely Mexico.

*"The Mexican market has a strong automotive industry, a strategic geographical position and important global trade agreements, making it the ideal place for geely establish your presence", the firm said in a statement.*

*"With the arrival of geely to Mexico the brand intends to create a bond of collaboration and trust between China and our country, which understand the importance of innovative mobility, but at the same time accessible to the Mexican market," he added.*

# 洞察&策略

目标用户共性：  
年轻化、注重汽车性能、泛生活娱乐

## 沙特汽车用户画像

### 人群特征

年轻化，25-45岁男性用户

### 兴趣爱好

关注体育赛事/政治、喜欢旅游

### 消费行为

对汽车高要求、强调美观性、功能性、定制性

年轻高知

男性

注重功能

有趣

新新人类

Z世代

性价比

颜控

## 菲律宾汽车用户画像

### 人群特征

年轻化，千禧一代

### 兴趣爱好

玩游戏、购物、看视频

### 消费行为

在负担能力、价格、性能之间获得平衡

## 墨西哥汽车用户画像

### 人群特征

年轻化，千禧一代

### 兴趣爱好

喜欢体育、音乐、玩游戏

### 消费行为

欣赏时尚和技术娴熟的汽车

Z世代

时尚

有个性





 TikTok引领海外社媒市场  
用户体量庞大

## 平台数据

- DAU超11亿+
- 海外短视频总DAU超26亿+

## 用户数量

- 2023年累计15亿用户
- 预计2024年达到15.87亿用户

沙特-35.1M  
菲律宾-43.4M  
墨西哥-74.15M

## TikTok用户群体分析



千禧一代占比高  
与品牌目标市场圈层用户高度契合!



# 吉利新车上市，如何在海外市场推广？ 针对体育爱好者的精准营销传达品牌价值

## 平台热点兴趣

契合TikTok用户兴趣点  
撬动流量密码  
引爆大众期待

## TikTok

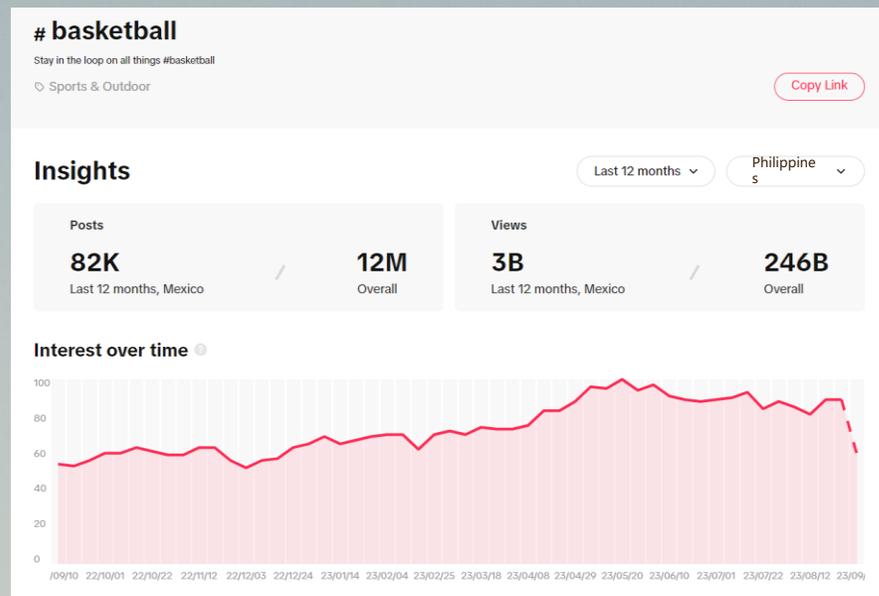
品牌与用户共创  
助力传播势能

## 消费者记忆点提取

寻找玩家共鸣点  
关联汽车与生活  
塑造独有品牌标签

## 吉利如何与海外市场用户沟通？ 汽车、运动是TA们最感兴趣的议题

- 在TikTok的汽车用户画像中，相关话题包括技术、美食、电影、旅游等，关注「运动」话题的用户超过70%；
- 以篮球为例，在TikTok话题标签下，菲律宾年轻人对篮球的话题热度仅次于美国
- 在购车的选择上，他们持有同样的消费态度，希望选到一款会玩，既能表达个性化态度，又能享受更自由的多元化生活方式的车辆



# 吉利如何与海外市场用户沟通？ 以最受欢迎的体育项目切入掌握目标用户

- Z世代共同的体育爱好：F1赛车  
墨西哥：因为F1城市大奖赛即将到来，墨西哥作为F1的主赛场，相关话题十分热门，讨论度极高  
菲律宾/沙特市场：F1是世界汽车运动的顶峰，是速度与激情的集合，与汽车的结合度最高
- 特色的互动机制：城市主题赛车  
《Real City Car Driving》在墨西哥、沙特、菲律宾市场都是最受欢迎的赛车游戏之一，既能带来汽车驾驶感受，又富有地方本地特色



# 媒介&执行

丰富的平台玩法+创意趣味的内容=用户心智全面渗透

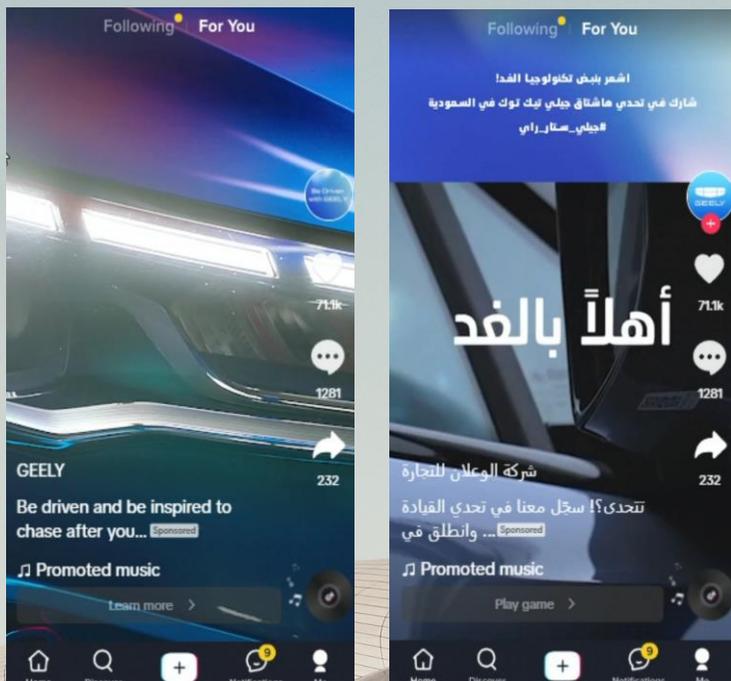


最受欢迎的短视频媒体  
社交传播的突破点



## 品牌广告-超级点位+信息流广告矩阵，品牌声量大爆发

- 选择TikTok的高曝光产品位，<开屏+信息流>强强组合，信息流圈定精准目标人群、开屏扩大触达边界，全量输出展示下，为品牌带来巨量曝光
- 强效品牌资源在三大核心市场同步投放，共同打造话题声量，落地实现远超预期的强曝光效果



精准洞察目标市场偏好，视频前3秒主画面配合开屏浮现弹窗组件，4秒后无缝切入TVC画面配合信息流，吉利的Topview首秀以极致动感的车型，给予用户沉浸感体验，迅速占据心智提升产品认知

6413万  
总曝光

3088万  
总触达

7.3万  
总互动量

## 创意贴纸设计-本地化元素定制，打通体育营销新玩法

- 根据目标市场喜好定制化贴纸背景，使其更具地方特色，与消费者建立了有效的情感联系
- 借力F1和赛车游戏的热度，把挑战赛的机制设置成赛车游戏一样的体验感，将吉利勇敢进取的体育精神融入玩法中，成功输出给受众，取道体育，引发共鸣

“城市赛车”创意贴纸设计公式  
完美结合新车USP与城市主题，击中目标用户心智



“城市”本地化元素洞察



挑战赛互动机制设计



- 游戏玩法：融合获取金币排行榜的创新设计，将游戏与贴纸页面进行模块化呈现，实现品牌与用户的深度交互

# 效果&反馈

## 内容营销挑战赛-紧扣品牌主题，促进二次流量爆发

- 「争取胜利」的主题有效搭建了吉利与Z世代的沟通桥梁，激发共创热情，UGC裂变式破圈传播，用户在参与的过程中可同步感知新车的USP，成为品牌主张的传播者
- 海量用户自发参与，投稿用户不乏TikTok红人，极大地扩展了品牌广告的覆盖范围和影响力



3890  
UGC原生内容

4248万  
触及人群

4900万  
视频播放量

挑战赛触发体验共通，诱导大量尾部KOL自发参与  
给品牌带来自然优质流量，汇聚成新车话题热度

## KOL合作-矩阵式达人营销，有效触达核心圈层用户

- 铺展不同量级的KOL形成圈层效应，头部达人广泛提升吉利汽车的品牌认知度和曝光度
- 腰围部达人的粉丝运营泛生活类用户，强化核心人群的触达，吸引更多圈层用户的关注

KOL传播矩阵



912万  
总曝光

88K  
总互动量

# 效果&反馈

## KOL合作-多类型KOL拓圈，多场景传递新车USP

- 精准洞察用户心智，本土化KOL用第三方的角度分享品牌的价值观，提升用户对品牌的忠诚度
- 把创意拆分，达人结合生活化场景、游戏内容全面展示新车的产品特质，更具传播力

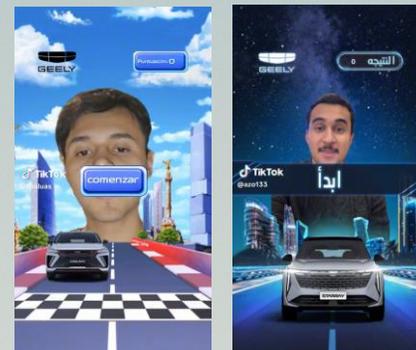
多类型KOL，粉丝全面覆盖目标用户



多样化内容，更多角度推广新车核心卖点



p 生活化角度：以时尚/美妆达人的人设突出新车靓丽的外观设计



p 汽车专业角度：借助挑战赛的画面，讲解新车驾驶感



p 情景剧演绎：塑造新车特有人设标签

# 效果&反馈

# 案例结果

整体曝光超3亿次，达成整体目标的240%

汽车行业贴纸使用人数TOP1



## 3亿+

完成率296%

### 项目总曝光



## 1316万+

完成率249%

### 总互动量



## 7394万+

完成率126%

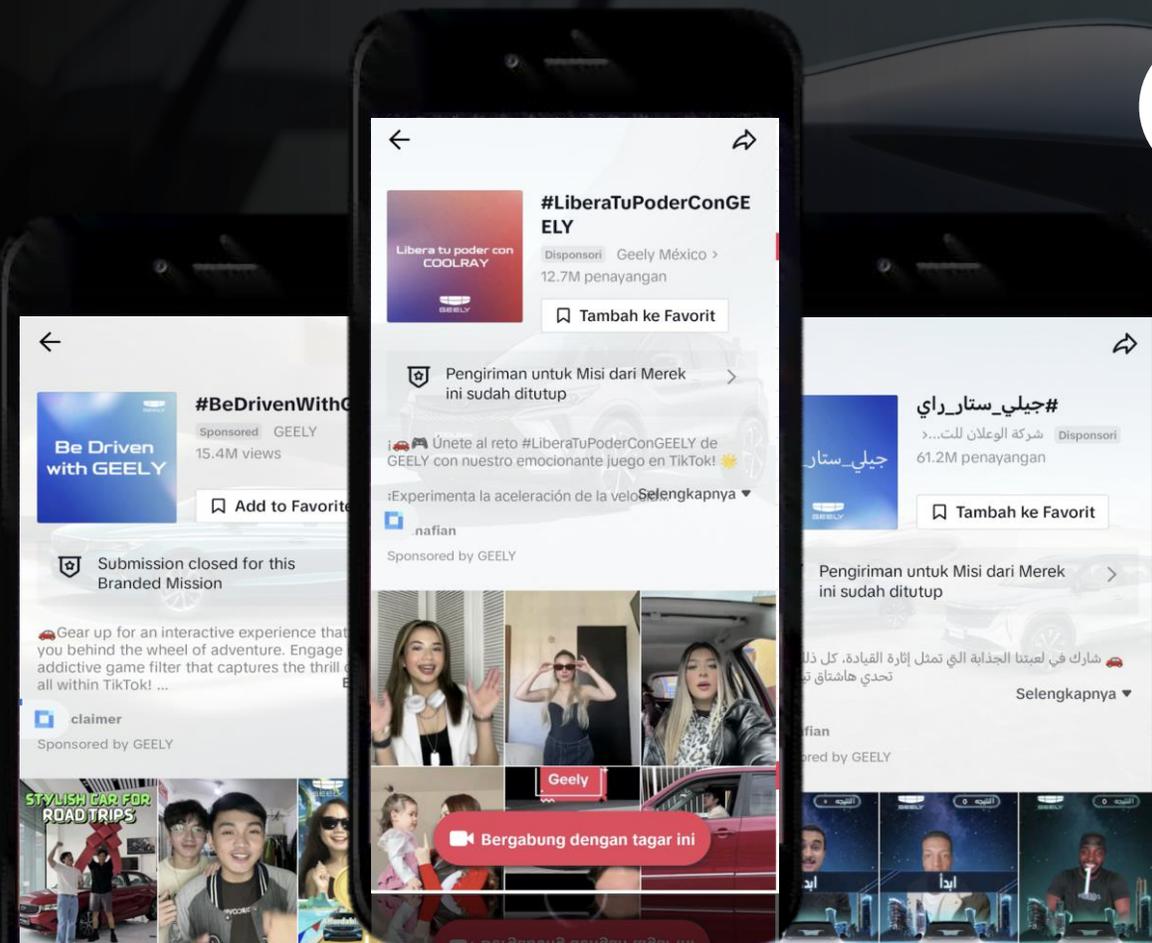
### 总触达人群



## 6.1W+

完成率103%

### 用户投稿量



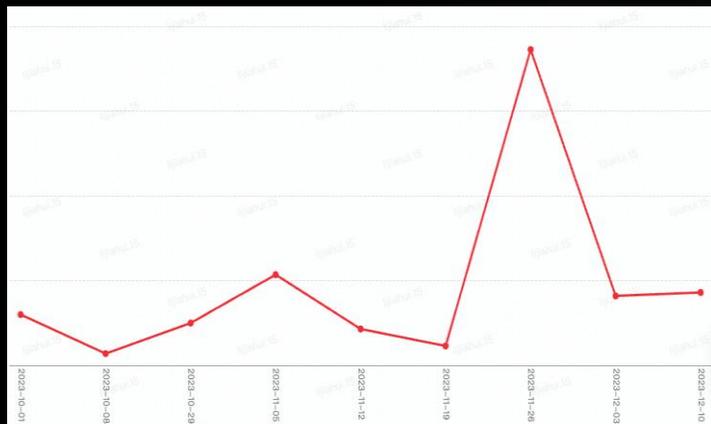
# 效果&反馈

# 案例结果

“GEELY”以及新品车型关键词连续登陆TikTok搜索列表位列TOP1

广告用户好评度第一

沙特



搜索指数热度增加400%以上  
品牌及车型搜索占据榜首

墨西哥



搜索指数热度增加2倍以上  
品牌及车型搜索占据榜首

菲律宾



正面评论高达90%  
品牌及车型搜索占据榜首

## 案例分析——行业借鉴意义

### 找准营销阵地

精准洞察目标用户触媒习惯，  
选取TikTok为主传播阵地，  
配合新车传播节奏，以Topview、信息流  
等王牌资源引流，适时引爆传播

### 品牌定制化创意

吉利深度洞察本地用户的兴趣爱好，采用赛车为载体切入，激活用户的参与兴趣，内容挑战赛的玩法让品牌素材跟着用户创意一起传播，实现内容共振

### 矩阵式达人策略

建立达人内容矩阵，以头部KOL撬动传播点，以腰部KOC聚合声量，尾部KOC联动共创，吸引大量跨圈层的优质创造者自发参与，实现了对生活、时尚、运动兴趣领域的广覆盖，形成裂变式社交影响效果

### 本地化营销内容创新

考虑跨文化营销的差异  
尊重各市场本地文化和用户心理，  
差异化内容制作（城市背景贴纸设计）  
和达人布局，深受用户欢迎，从而吸引  
海量用户积极参与，最终帮助品牌、创  
作者彼此互助获益，打造出色传播效果

# 争取胜利

## GEELY 打造三大洲 体育营销新范式

BlueFocus



### INSIGHTS

#### 背景与挑战:

- 在 2023 年年末, 吉利分别在沙特、菲律宾、墨西哥市场推出对应新品。为了传递车型的核心 USP, 帮助新品车型在不同的细分市场中脱颖而出, 需要和目标受众搭建良好的沟通桥梁, 以全面提升品牌知名度和车型认知度!

#### 目标与策略:

##### 「Z 世代兴趣载体 + 创新互动玩法 + 爆发性传播平台」

- 兴趣载体: 吉利富有竞争力和进取精神, 赛车能表现体育竞技拼搏的一面。用赛车与吉利强关联, 得到“Drive to Win”的主题, 运用到传播内容中, 全面塑造吉利品牌力。
- 互动玩法: 采用城市赛车的游戏玩法, 用以展现汽车的核心 USP, 吸引更多用户参与, 为新车带来极高的流量话题。
- 传播平台: 选取头部短视频社交互动平台 TikTok 为传播主阵地, 达人传播由点到面深度触达目标圈层, 深度植入用户心智。

### IMPLEMENTATION

#### 「超级广告投放, 品牌声量大爆发」

Topview 引爆吉利新车上市话题, 信息流广告精准圈定目标用户。强效品牌资源在三大核心市场同步投放, 落地实现远超预期的强曝光效果。

#### 「本地化元素定制, 体育营销新玩法」

根据目标城市的本地元素设计了三套不同的贴纸背景, 分别是菲律宾的海滨风光、沙特的城市建筑元素以及墨西哥的 F1 赛场复刻, 使其更具地方特色; 借力 F1 和赛车游戏的热度, 把互动机制设置成赛车游戏体验感, 植入新车 USP, 取道体育引发共鸣。

#### 「紧扣品牌主题, 促进二次流量爆发」

赛车挑战赛增强用户粘性, 激发共创热情, 大量尾部 KOC 自发参与投稿, 引发素人粉丝主动参与分享形成二次传播, 形成裂变式社交影响效果。

#### 「矩阵式达人策略, 联合塑造产品标签」

铺展不同量级的 KOL 形成圈层效应, 触达更多核心圈层用户。合作达人从生活、汽车、情景剧等不同角度的原生内容场景传递车型卖点, 品牌向用户传递的内容更多元多维。



### RESULTS

7394 万+

总曝光

3 亿+

互动

1316 万+

触达人群