

## 领克03++上市，新时代燃油车营销破局

- ◆ 品牌名称：LYNK&CO领克
- ◆ 所属行业：汽车及交通运输类
- ◆ 执行时间：2023.08.10-11.30
- ◆ 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://www.bilibili.com/video/BV15mpxejEjv/?share\\_source=copy\\_web&vd\\_source=28836f008a78f362a7a75921ab0b1b43](https://www.bilibili.com/video/BV15mpxejEjv/?share_source=copy_web&vd_source=28836f008a78f362a7a75921ab0b1b43)

## ● 背景&目标

### 背景

- 领克03自2018年上市以来，相继推出了03+，03+Cyan等爆款车型，在WTCR冠军的加持下，建立起“中国性能车”的市场地位。03++，作为领克03系列的性能巅峰，在无数车迷的期待中诞生。以350匹马力，专业赛道性能，填补了中国高性能燃油车市场的空白，成为唯一硬刚国际品牌的中国高性能车。



## ● 背景&目标



### 目标

- 当前新能源汽车日趋成为市场主流，唱衰性能车的声音此起彼伏，在此环境下，领克03++的传播面临着 **逆时代的难题**。
- 如何利用好性能车爱好者以及领克粉丝的热情，让03++一经上市，就奠定起 **性能神车** 的地位，展现领克品牌的 **技术实力**，从而拉动03家族的整体销量，是本次公关传播的首要目标。

## 洞察&策略

### 洞察

- 无论用油还是用电，对真正的汽车爱好者来说，他们爱的是一辆车的 **机械素质**。
- 对性能车的向往不为日常代步，对声浪、发动机、胎痕、底盘、调校.....技术实力持久以恒的追求，才是每一位性能车爱好者的初心和信仰，这是当今新能源汽车无法满足的集体情怀。
- 在传播中，我们刻意避免了燃油or新能源的讨论，以 **“机械素质是一辆车的根基”** 为传播的基础点，以此确定了「**一起，触摸信仰**」的新车上市口号，表明了与汽车爱好者同一战线的品牌诚意，并让汽车爱好者们站到台前，自发为03++说话。

## 洞察&策略

### 策略

- 对于一款自带流量的车，广告主的存在感只会掩盖它的光环。
- 我们和品牌方在此次传播中选择退居幕后，制定了 20%官方传播+80%民间传播 的“二八”传播策略。不再一味自上而下输出卖点，而是将关注点落在每一个汽车爱好者身上，倾听他们的声音、回应他们的期待。
- 项目执行过程中，密切监测舆论、及时回应各方观点，以此延展出新的创意事件，将粉丝声量最大化，与性能车爱好者共同完成一场前所未有的“对话式营销”。

## ● 媒介&执行

- ✓ 预热阶段：以一条情感沟通先导片开启与粉丝的对话
- ✓ 上市阶段：以一场超长直播深度开启与消费者的对话
- ✓ 收尾阶段：以一条同频发声的纪录片，携手媒体与市场对话

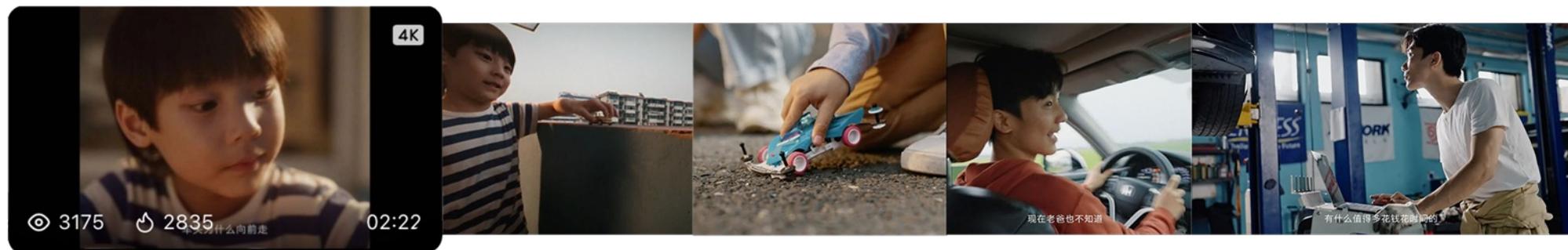
## 媒介&执行

### 预热阶段：以一条情感沟通先导片开启与粉丝的对话

- 2021年，03车主“二表哥”的文章《我为什么要改装我的车？》在车友圈疯转，让我们和品牌方看到了03车系在粉丝心中的精神地位，在03++成为巅峰之时，向无数钟爱03的消费者予以及时的情感回应。



- 以此为原型，联合二更视频创作先导片《以热爱敬热爱》，讲述了一个热爱机械的小男孩见证中国汽车走向性能巅峰的历程，将私人化的体验改写为汽车爱好者的集体回忆，唤起共鸣，让“每个汽车爱好者都能在这条片里找到自己。”



## 媒介&执行

### 上市阶段：以一场超长直播深度开启与消费者的对话

- 上市当天，一场12小时的超长直播带领观众深入探索03++性能魅力。走进领克赛事中心，和车手马青骅赛道刷圈，和媒体人陈震回顾中国性能车的发展历程，和领克高级工程师一起探寻03++背后的造车故事。
- 定制话题 #领克和高性能较劲图什么#、#中国人需要自己的燃油高性能车# 登上微博热搜，让更多人了解领克为提升中国汽车机械素质所做的努力和贡献。在social端和直播间里，更多性能车爱好者参与到这次关于03++、中国性能车的热烈讨论中。



10:00--13:00

实车讲解+模拟器练习



13:00--15:30

赛道知识普及



15:30--17:30

回顾03往事



17:30--18:30

专业车手大咖



18:30--21:45

新车亮相

## 媒介&执行

### 惊喜回应：圈粉明星大咖，自来水式打call，开启破圈联动



- 热爱性能车的演员尹正，惊喜打call
- 在微博发布对于03++的赞许——“真正的性能车”，更在评论区“自证清白”表示自己并非打广告，让03++火速破圈！
- 品牌及时抓住这波“自来水”，联动造势
- 邀请尹正现场观赛TCR拍摄VLOG，并被粉丝纷纷“偶遇”发博，从外围炒热引发关注，后续延伸打造#尹正被硬控的一天#等话题夯实03++性能车的强势地位！

## ● 媒介&执行

### 收尾阶段：以一条同频发声的纪录片，携手媒体与市场对话

#### 领克03++——最后的倔强,中国人不能在油车时代缺席|马力|...



2023年6月9日 发动机都已经送到了位于宁波的杭州湾研究院,最后因为种种原因这台机器依然没能上身,“最强03”这件事被搁置,领克一门心思放在了03+身上。毕竟,03+已经足够扛起中国“中国性能车”的...

网易



- 03++上市后，联合资深汽车媒体人吴佩以独特行业视角发表《最后的倔强》一文，以细腻笔触描绘中国性能车发展路上的艰辛。
- 领克顺势发声，联合媒体拍摄03++上市纪录片纪录片《倔》。不刻意，不煽动，而是实打实地将造车中的难题、挑战呈现在观众面前，让观众自然去评判，更软性与自然地展开03++背后不断探索、突破、进阶的故事，为03性能蓝图画上完满句号。

## ● 效果&反馈

- 微博话题流量**创品牌内车型上市新高**

#领克和高性能较劲图什么# 获得阅读量**1.8亿**，互动量**4.5万**，原创量**1万**；

- 领克官方直播累计场观达到**1377.8W+**

在抖音、视频号、快手、微博、B站、虎扑、APP等平台上引起高度关注；

- PR内容传播累计曝光量超**3,098w**，EPR传播累计曝光超**1482.6w**

斩获2023「人民汽车」风云榜年度轿车。

## ● 效果&反馈

### • 传播效果

本次营销活动实现触达广、平台多、覆盖面大。

无论是泛用户群体，还是专业汽车论坛的深度用户都以前所未有的热情关注并参与到本次营销活动之中。通过微博、抖音等平台深入了解03++的性能魅力，其中微博话题流量更创下品牌内车型上市新高，海量的讨论热情不仅提升了品牌的知名度，更深化了消费者对品牌的认知和情感连接。

### • 行业殊荣

本次营销案例荣获第15届虎啸奖“机动车关联市场及交通运输类-优秀奖”。