

东风日产N7上市全媒介整合营销

- ◆ 品牌名称：东风日产
- ◆ 所属行业：汽车及交通运输类
- ◆ 执行时间：2025.04.13-05.30
- ◆ 参选类别：整合营销类



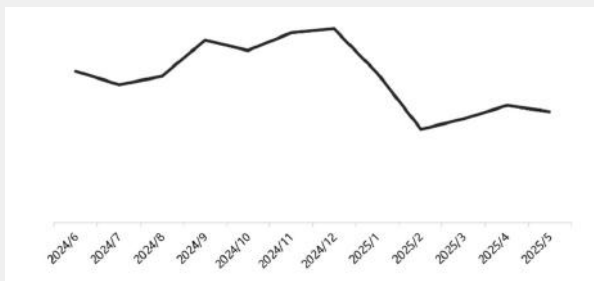


困局

中国车市正在经历三十年之大变局，以东风日产为代表的传统车企则面临更大的转型压力，处在变革中心急待寻求营销突破

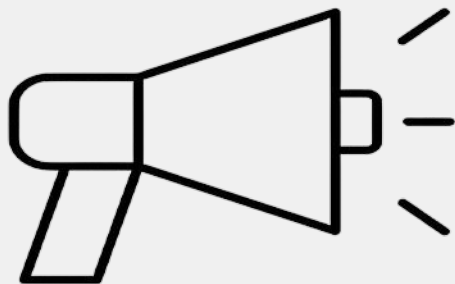
01 销量 待突破提升

在新能源渗透率不断提升的当下，日产仍以燃油车为销售主力，销量急需新能源增量



02 声量 需持续扩大

在全媒体协同时代，偏重单一的媒体平台难以实现声量的持续扩大，声量急需更大势能



03 线索 需提质提效

在数字和AI工具兴起的背景下，内容和线索的精细化运营成种草和线索的关键，急需提质提效





背景&目标

破局

推纯电车型N7，通过研究媒体+车主+竞品，打造声量组合最优+媒体经营最优+全新运营体系的标杆玩法，赋能品牌破局

深度研究各平台打法 确定平台新能源传播定位与价值

平台
商业特征

平台
算法逻辑

新能源
用户特性

新能源
车企内容

根据商业特征、算法逻辑、用户特征、车企内容四大维度研究

垂媒：聚合多维内容，冲击热度榜单

微博：海量话题内容，脉冲式话题热搜冲榜

字节：多重曝光+科学种草，链路完整高效转化

腾讯：黄金曝光+优质内容，人群渗透助力收割

小红书：K+FS内容种草为核心，破圈用户心智

深度调研车主触媒习惯 锁定N7上市核心传播矩阵

强曝光能力

强种草能力

强转化能力

Tencent 腾讯



根据车主使用各媒体平台的习惯调研

声量引爆
核心



话题热度
核心



新能源
增量机会



其他
社媒扩散



深度拆解竞品上市案例 确定上市声量最大化关键

启源A07

小鹏P7+

重点聚集抖音&垂媒，以明星大咖为主引爆上市声量，垂媒试驾硬核展现产品力

重点聚焦微博&抖音，以多个爆款话题+KOL优质内容，引爆新车上市声量

内容量	微博	抖音	腾讯	头条	小红书	B站	垂媒	快手
启源A07	3120	16374	1332	16122	2217	341	16341	414
小鹏P7+	21867	25486	3829	13600	21142	731	15574	220

根据竞品动作&竞品上市月内容量拆解

通过强话题体系媒体组合，结合运营动作紧抓传播时效，制造高热度话题+内容持续发酵新车热度

声量组合最优

媒体经营最优

全新运营体系



借势N7推陈出“新”，上市即上量 打赢东风日产的新能源转型之战

- 01 创新营销爆声量**
实现东风日产在全链营销“声量”的可持续引爆
- 02 建新机制积数量**
实现东风日产在目标人群“数量”的多圈层沉淀
- 03 革新运营助销量**
实现东风日产在纯电市场“销量”的强增长突破



洞察&创意

新能源后浪推前浪

日产需要掀起自己的破局之浪

东风日产N7-造浪营销计划

叠浪花
爆持续声量

行业贴热, IP引爆, 全媒冲榜

聚势能
积客数量

破圈内容, 工具协同, 线索提效

重回落
助产品销量

全员动员, 全链运营, 全域赋能



多频次贴热制造话题破声量局

低成本，借热度，打快战，多波热点话题持续炒作持续声量

亮相期

#合资新势力#

借势广州车展，分派别，造行业争议话题

预热期

#致敬这个电的时代#

借势联动小米SU7Ultra，蹭热点，拔价值

盲订期

#老外都惊叹的车竟然是N7#

借势上海车展，树立民族自信“中国造”

上市期

#何小鹏向东风日产取经#

借势高热车企领导何小鹏，营造上市话题

合资新“新势力”，东风日产N7打响合资反击战？



开着BBA提N7，合资友商及国产汽车品牌都惊呆了！





高权威IP & 多媒体冲榜破流量局

借IP, 全冲榜, 打大战, 央媒&社媒&垂媒势能叠加引爆流量

强势联手苏迪曼杯赛事, 同时联动6大媒体主战场冲榜, 以曝光最大化&声量最大化&效益长效化引爆N7上市传播声量

类别	项目	资源示意
品牌定制资源	品牌访谈	
	定制环节	
	二创素材	
赛事曝光资源	背景板	
	A板	
	展位	
赋能区域资源	车主观赛方阵	
	IP授权物料	
	周边产品	
	运动员礼品	
线上曝光资源	CCTV5硬广植入	
	央视频客户端资源	
明星车主资源	梁王组合明星权益	

6大媒体主战场

朋友圈、小红书、微博、抖音、视频号、快手

汽车热榜

品牌	销量	环比
1 日产	2,987万	3.38% ↑
2 比亚迪	2,696万	0.66% ↑
3 大众	2,458万	3.74% ↑
4 宝骏	2,441万	0.22% ↑

品牌热榜

品牌	销量	环比
1 日产N7	14,125.10	标志占比
2 别克S90	120.8万	日均销量
3 别克N7	123.41万	日均销量
4 Model Y	17,020.8	日均销量

汽车热榜

品牌	销量	环比
1 东风日产N7	11.99万	起
2 上海车展MPV扎堆		
3 今年汽车价格战还会打下去		
4 男子使用小米SU7代驾泊车发生剐蹭		
5 贾跃亭首次回应“下周回国”梗		
6 长安马自达EZ-60或8月底上市		



IP 跨界 & 素材提效破人群留量局

由热点赛事到产品卖点，多圈层内容种草提效扩大人群开口

热点破圈种草

- 结合苏迪曼赛事破圈实实现人群关注

实时战报 热点捆绑吸睛
官方+经销商实时输出比赛战报



社媒赋能 话题运营种草
官方微博/小红书赛事相关话题互动

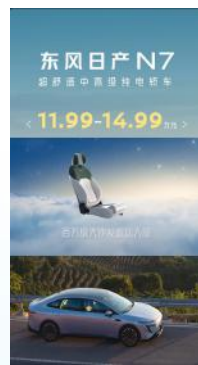


二创配合 多维内容引爆
官方+经销商+达人矩阵
借明星车主传递信息释放卖点



产品种草提效

- 结合工具做N7心智素材测试，研究用户兴趣点
- 分析高转化素材特点，赋能下波素材制作，引发用户共鸣



心智测试

高转化素材类型

人群包策调 & 工具协同破线索质量局

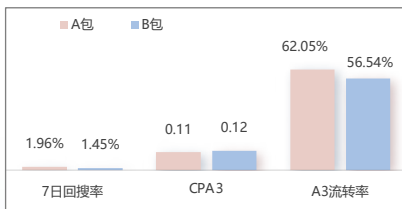
由人群包测试到工具协同，实现种草用户的高质高优积累

ABtest测试+动态调优 有效提升人群获取精准度

A包人群精准度**更高**

A包种草转化率**更优**

A包7日回搜率**更优**



人群包精准构建两步法

①本品+竞品兴趣人群=基础人群池

②基础人群池(A包) vs 线索人群画像(B包)
ABtest测效率→动态优化



合约+竞价动态组合种草 最大化提升人群获取效益

合约种草通
人群资产效益更优

竞价种草通
回搜效益更好

可短周期快速种草

可常态化积累种草

可集中投稳拿量
(上市/重要阶段)

提前布局提升回搜
(预热/长尾期)

聚焦官号大事/头部KOL

聚焦中腰部/KOC

多组合种草通效益对比，以视频内容区隔，前蓄后搜



全员参与 & 全域运营破销量局

全员动员、1+N+X全链全域运营，助力N7销量增长

1大央视媒体IP

苏迪曼赛事合作



6大媒体主战场

视频号、微博、小红书、抖音、朋友圈、快手



全员发动

东风日产全体员工

经销商体系

供应体系

全链路持续运营保流量

① 即时热点运营

每周运营精选日常话题，紧跟车型节奏露出内容，通过轻松、富有讨论性的话题进行用户互动与测试，精准聚焦，逐步将流量沉淀与N7车型深度绑定。

② 社媒加热扩散

配合内容传播节奏，为官方/经销商/达人与核心投资人/媒体账号等内容加热扩散
①盲订；②上海车展；③上市发布会；④交车仪式；⑤苏迪曼杯合作

③ 新媒体直播推流

紧跟发布会节奏直播推流及经销商短视频加热，增强观众参与感，助力产品信息高效传播，加速线索收集。

④ 舆情全时维护

利用智能化舆情监测平台，“机器+人工”并行，实现全域的舆情监测机制

全场域赋能终端提销量

① 激活保客，促进下订

- ①**保客触达**：通过APP社区/短信/电话/企微/等多种手段，触达社区活跃车主及机会保客；
- ②**保客邀约**：保客来店及试驾N7，抽取N7周边盲盒及送保养券；
- ③**保客晒单**：发布#N7 全民种草发声计划、#N7 预定晒单征集活动，引导粉丝扩散传播，引导预定客户晒单。

② 社媒资源，赋能终端

- ①**社媒KOS**：品牌自建“达人”矩阵，既是品牌销售，也是品牌专属专业博主，通过直播打破空间限制，助力门店经营辐射更远范围；
- ②**车主KOC试驾种草活动**：结合阳光关爱活动，邀约头部车主KOC深度试驾N7，进行创作和传播；
- ③**上市发布会车主活动**：邀请车主（含车主 KOC）亲临上市发布会，引导KOC进行内容创作和口碑传播。



效果&反馈

最快突破

万辆 大定

全网曝光

47亿+

微博爆款
5大话题

上市榜单
6大榜单

共创内容
400+条

The image shows a screenshot of a car website's ranking page and a promotional poster for the Nissan N7. The ranking page lists several models including 日产N7, 汉, 宝骏享境, 长安启源A07, 银河E8, 小鹏P7+, and 红旗天工06. The Nissan N7 is highlighted as the top choice. The poster on the right features the Nissan logo and text: '东风日产 N7 上市18天 大定突破 10000台' (Dongfeng Nissan N7, 18 days on market, big orders break through 10,000 units). It also mentions '创合资纯电最快记录' (Created the fastest record for joint venture pure electric) and '全国交付现已陆续开启' (National delivery has now begun).

对比本竞品上市阶段声量数据，全阶段由于竞品

本竞品上市前后90天声量对比

