

传祺E8满爱幸福“家” 年华整合营销

一场关于“满爱”的幸福家年华

- ◆ 品牌名称：广汽传祺
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2024.09.10-12.31
- ◆ 参选类别：汽车及交通运输类





案例视频

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.xinpianchang.com/a13474605?token=2EeLBF3HMI5f1fPtGd4ohxq3&from=UserProfile&ws_referrer_origin=https%3A%2F%2Fwww.xinpianchang.com%2Fu15755105%3Ffrom%3Dnavigator



2024年9月广汽传祺E8 PHEV 升级为E8+全新上市

作为传祺抢占市场的重磅车型，这不仅是传祺家用车形象的升级，更成为实现用户向上扩容、拉高价值锚点的重要抓手

家用车
形象升级

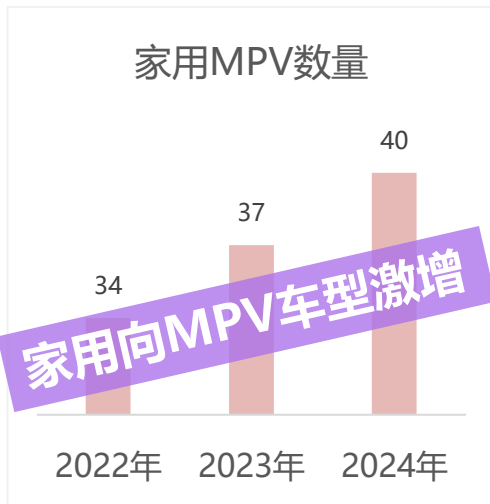
用户
向上扩容

价值锚点
拉高





背景&目标



G70装下我的全世界
五星满配家用MPV

风行·游艇 | 游艇级7座家用车

适合所以为家
ODYSSEY

话语权不断趋向家用
得其所的幸福
—— 恰到好处的MPV 唯有艾力绅 ——

ZEEKR MIX
未来的家 为你而来

**E8+上市营销实质为
品牌「家心智」话语权抢夺**



背景&目标



中型国产MPV销量TOP

抢夺泛家用市场

夯实「家」品牌形象

E8+上市发布会



家用MPV标签营销同质化，上市流程模式化

车企普遍打起了“家用”牌，以大平层、家相关的slogan作为宣传标签

标签 同质

流程 模式

大多车企上市采用**领导致辞**、**新车揭幕**、**公布价格**的形式，较为模式化且单向输出



奥德赛 **广汽 HONDA**
适合 所以为家选择
智能、安全、舒适、安心

ZEEKR 极氪009
空中大平层
豪华、智能、安全、高性能



岚图梦想家
云端大套房、梦想的移动城堡
智能、安全、舒适、安心



领导致辞

车型技术讲解、品牌展望等

新车揭幕

领导揭幕，新车首度亮相



公布价格

领导最终公布新车价格



洞察&创意

华为

01

- 借助名人与用户的深度绑定提升用户互动



名人效应引爆粉丝群体关注



- 以用户视角出发，引爆产品话题



极客媒体展露话语权

专业媒体背书形象

媒介铺开全面成名

02

戴森

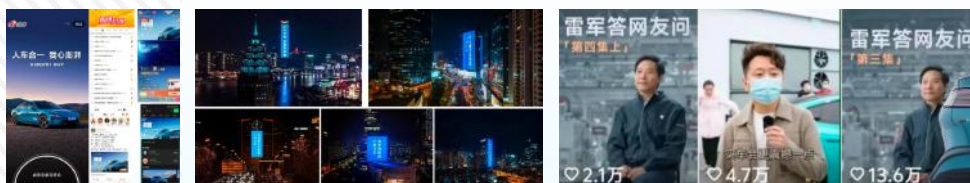
话语权高的品牌所具有的共性

- ✓ 重视用户共建
- ✓ 借助名人效应
- ✓ 大流量登场

小米 SU7

03

- 以热点话题事件引爆上市流量，以创始人魅力调动消费者互动



线上线下广告齐亮相打造上市高影响力

雷军自带流量调动消费者互动





E8+上市怎么做? 双IP联动，抢夺话语权!



第一战

借助大流量平台IP
引入达人明星资源

抢占市场关注

结合字节两大平台
抖音+懂车帝



第二战

突破同质化slogan式传播
以活动形式传递家用概念

传祺E8+幸福家年华

幸福感爆棚的家年华活动
下午嘉年华+晚上演唱会



第三战

突破传统独白式上市流程
发布会与车主用户实现

双向奔赴全民共创

一场没有领导参与的发布会
卷入全民参与的共创活动



全行业首次整合字节两大流量IP定制上市活动

两大顶级IP携十亿级流量，为E8+定制资源玩法，打造极致产品体验高价值的内容营销



#万友引力节#年度最大IP 打造下午场
“E8+幸福家年华”千人玩车盛会



#城市生活节#顶级IP打造晚间场
明星演唱会式新车发布会



家年华式车友派对打造沉浸式新车试驾体验

7大主题展区+2个试驾区，10项互动，大量亲子场景激发家庭用户打卡互动

7大主题展区



邀约达人

20+

到场车主

70+

参与用户

1400+



品牌形象展示



亲子互动



功能展示



金卡纳挑战



盲驾体验

2个试驾体验区



小舞台



萌宠区



多项氛围互动设置



明星大咖同框互动，真情演绎串联产品亮点

创新以用户主导的“无领导”演唱会，通过明星+达人的共创内容揭晓价格，增强用户信任

明星达人阵容深度互动

1 明星演唱乘车出场，人与车同框互动

2 上市发布会为E8+站台，互动分享

3 明星歌曲MV定制拍摄

4 达人分享用车体验公布价格



许飞演唱植入展示侧滑门、大空间卖点，引出“老车主”告白



土豆小王国MV定制，以及返场表演，契合家庭出行理念



KOL魏十一分享用车体验，并代表车主上台揭晓价格



内容共创生态, 持续为“幸福家用” 共鸣发声

延续期卷入车友、达人及素人全民共创, 持续紧扣「幸福」「家用」关键词传递E8+核心价值



抖音: 全民挑战赛

全民任务#晒出E万种幸福

抖音话题关联全民任务, 贴纸定制互动场景软性植入
智能+、安全+、舒适+, 用户自发传递新车卖点, 种草潜在人群

20.7亿+
抖音话题播放

63.7万+
任务参与人数

4662万+
互动量

懂车帝: 硬汉奶爸测评

2位车垂大咖国际视角首次国内试驾国产家用MPV

独家片场Cody Walker+Sean
正片+Vlog
合计播放量97万



国际车垂大咖
Sean、Cody Walker

Sean:
吴彦祖、林俊杰、保罗沃克人生挚友,
北美最大的汽车慈善组织创始人

Cody Walker:
速度与激情-保罗沃克弟弟, 世界知名汽车文化活动Fuelfest创始人



效果&反馈

双端营销缔造上市超级声量，助力新车上市即登顶



屠榜热榜

热榜最高**第四位**
种草榜和同城榜
最高**第一位**

抖音热榜		抖音热榜	
热门 / 新鲜 / 多元		热门 / 新鲜 / 多元	
更新于: 2024-09-10 23:36:09	更新于: 2024-09-13 21:19:24		
1 退钱哥已抵达大连 542.0万	1 Ella在大连雨中唱嗨了 535.9万		
2 大连禁止鸣笛出现了返祖现象 537.3万	2 女生“晒手”被网友提醒查肝功能 525.6万		
3 晒晒你的大连旅游OOTD 534.5万	3 陈奕迅大连演唱会 525.2万		
4 陈奕迅安利大连是用心的 534.1万	4 烟台大连3天2晚攻略 524.4万		
5 夕阳下的海边演唱会有多浪漫 533.1万	5 大连这座城市是包浪漫的 524.0万		
6 陈奕迅大连演唱会 532.7万	6 陈奕迅安利大连是用心的 523.7万		
7 陈奕迅到底吐了什么 532.3万	7 Eason大连Citywalk路线来了 523.3万		
8 Ella在大连雨中唱嗨了 532.1万	8 大连市气象局发布大风蓝色预警 522.8万		
9 陈奕迅的淘汰勾起了回忆 532.0万	9 在大连海边听到了父亲的青春 522.6万		
10 江苏球迷乔老爷到大连为国足加油 531.9万	10 夕阳下的海边演唱会有多浪漫 522.5万		
11 Eason大连Citywalk路线来了 531.6万	11 中秋在大连怎么玩 521.6万		
12 退钱哥已赴大连支持国足 531.4万	12 库里连夜从西安飞往沈阳 483.2万		
13 和海鸥拍到了人生照片 531.2万	13 一个心如止水一个如临大敌 396.5万		
14 家长来接他们1米8的宝宝了 399.1万	14 激情演绎东北不养闲人 394.5万		

抖音热榜
13个

双端登顶



上市一周抖音车曝光量
TOP1品牌
登顶懂车帝中型MPV
热门榜TOP1

排名	品牌	排名环比
1	传祺E8	▲212
2	帕萨特	▲3
3	奥迪Q6	▲3
4	问界M9	▼2
5	揽胜	▼4

懂车帝中型MPV
TOP1

抖音曝光量
TOP1



效果&反馈

强势抢夺「家」心智话语权，助力E8站稳市场榜首



声量爆破

- 全网曝光量**30.9亿+**
- 「家」心智的联想声量**6012万+ (+1811%)**

联想度		
「家」	+12%	行业↑9位
「幸福」	+658%	行业↑53位
「舒适」	+354%	行业↑77位
「智能」	+94%	行业↑11位

品牌美誉度
+25%
行业排名上升11位

品牌偏爱度
+9%
行业排名上升4位



稳站市场

- E8持续占领中型家用MPV市场**TOP1**
- 上榜插电混动车型保值率榜单

销冠加冕 满爱相伴

传祺E8 中国家用车超优选

——传祺E8——
蝉联中型家用MPV市场
TOP.1

传祺E8上榜插电混动车型保值率榜单
2025年2月W2持续领跑中型MPV市场

*数据源自：2024年2月-2025年1月中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会数据
中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会秘书处 2025年1月中国汽车保值率榜单发布



创新上市形式荣获
《巨懂车101年度案例大赏》

数据说明：对比维度2024年10月对比2024年7月