吉利汽车×《创造营2019》玩转饭圈年轻化传播

广 告 主：吉利汽车
所属行业：汽车
执行时间：2019.04.01-06.08
参选类别：社会化营销类

营销背景

1、1.5 亿的 00 后人群已逐步走向社会，拉开了属于他们的消费时代，也成为众多品牌的“拉拢”对象，如何让品牌深入 00 后内心，需要真正懂他们并玩在一起。

2、消费市场呈年轻化，吉利汽车也一直在品牌年轻化方面尝试突破，与年轻人进行沟通。

3、吉利汽车在年轻化方面，已有缤系产品主打年轻细分市场，车标也改了设计更加年轻化，但是尚未从传播上真正与年轻群体沟通。

营销目标

借势创造营 2019，覆盖更广泛年轻圈层，进行年轻化沟通，持续价值渗透、传递，强化年轻人对吉利品牌的归属感，同时为吉利汽车品牌年轻化打开更多流量开口，开启品牌进阶之路。

策略与创意

一、营销策略：

绑定今年网综第一流量 IP《创造营 2019》，结合其年轻感、互动属性，与吉利汽车产品的年轻化、向上精神的共同价值点结合，赋予吉利品牌“年轻基因+创造向上”的特征。

原因：《创造营 2019》是超级流量 IP：微博话题 225 亿，视频播放量约 30 亿； 传播期间，年龄分布上，30-39 岁人群，均占创造营与吉利汽车各自总人数 50%以上。

二、营销创意：

总指导原则：以爱豆为核心，深耕饭圈粉丝。借势创造营 2019，360 度全维度铺发覆盖饭圈需求，让吉利品牌充分吸收创造营 2019 资源。

执行创意：超强粉丝应援计划 1.双微 5 轮重磅应援资源持续释出;第一轮：亚洲第一长屏-杭州 LED 屏;第二轮：爱豆赛事拍摄地青岛市中心 LED 屏;第三轮：重庆亚洲最高 125 米 LED 屏；第四、五轮：双城灯光秀、环球天幕灯光秀。

深入饭圈运维聚焦饭圈关注，扩大吉利汽车在饭圈年轻印记；并联合《创造营 2019》、新浪娱乐打造#爱豆安利季#微博热门话题，铺发话题最大化借势创造营流量。联动终端 4S 店，举办吉利星光粉丝趴、线上线下联合共同为学员打 call 5.时尚弄潮儿 x 吉利缤瑞、缤越重庆网红打卡之旅，展现吉利汽车与年轻人青春活力相符，强化品牌年轻化印记。

执行过程/媒体表现

执行过程

打造吉利年轻化品牌印记：玩转吉利神盾表情包；知乎“审男观”问题设立；实现全网和空中传播覆盖；垂直媒体稿件铺发；热点+品牌的完美融合，输出吉利品牌价值印记。联合新浪娱乐打造#**爱豆安利季**#微博热门话题，借创造营 2019 流量铺设话题，超过 **2.5 亿**话题，实现流量转化。

打造微信【超 A 能量场】、微博【动力加速补给站】双榜单，设立杭州 LED、青岛 LED，重庆 LED、青岛和杭州双城灯光秀五轮资源，收割 **3500 万**+打 call 助力值。

创造营周边福利日常释出，频频引爆饭圈，4 次破百万级转发超高传播效果屡次刷新官博历史新高。

在杭州 LED、青岛 LED、重庆 LED、杭州及青岛双城灯光秀打造 5 轮线下超强应援事件，接连引爆饭圈，点击观看超燃应援视频：http://www.iqiyi.com/w_19s96z368p.html

联动终端 4S 店，举办吉利星光粉丝趴、线上线下联合共同为学员打 call。

时尚弄潮儿 x 吉利缤瑞、缤越重庆网红打卡之旅，展现吉利汽车与年轻人青春活力相符，强化品牌年轻化印记。

知乎话题、行业媒体内容输出，解析吉利汽车玩转创造营，寻求与年轻人发生价值共鸣，用年轻的方式与年轻人沟通。

媒介的优化组合

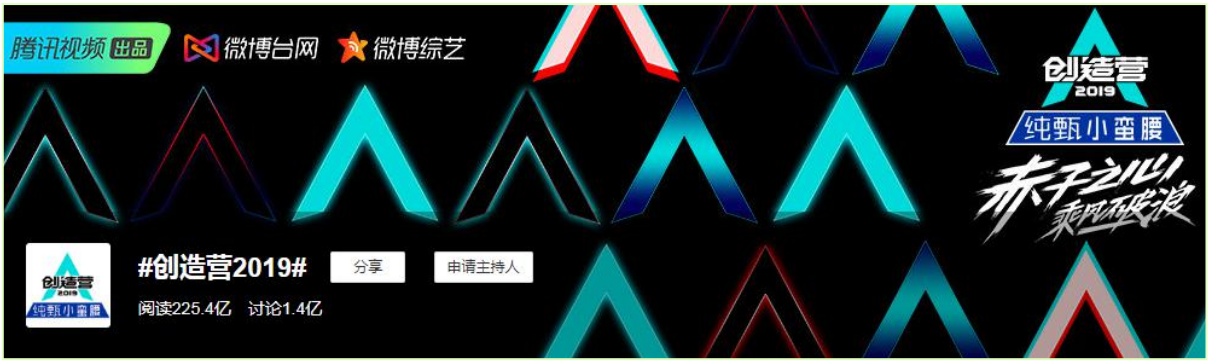
预热期：微博打造#**爱豆安利季**#微博热门话题，借创造营 2019 流量铺设话题， 设立【动力加速补给站】，收割粉丝千万打 call 助力值；

爆发期：微信打造微信【超 A 能量场】，收割粉丝千万打 call 助力值；汽车圈 KOL、娱乐类 KOL 助力话题扩散，提升活动声量；户外 5 城灯光秀资源助力微信【超 A 能量场】、微博【动力加速补给站】双榜单，收割粉丝 **3500 万**+打 call 助力值。

收官期：知乎话题内容输出，解析吉利汽车玩转创造营，用年轻的方式与年轻人沟通。

营销效果与市场反馈

微博话题#爱豆安利季#阅读量超 2.5 亿，讨论量 600 万+。



1、官博作为重要传播阵地，传播期间实现 **3000 万+**曝光，**640 万+**转发、**10 万+**粉丝转化；
2、为学员打 call 榜单，累计助力值 **3500 万+**，5 轮线下活动现场覆盖 **9 万+**人次；
3、百度指数、微博指数均达到全年峰值，分别为 **32634**、**954858**，传播期指数远高于日常均值。