

长安汽车 CS85 COUPE 【2019凤凰时尚之选】

广告主：长安汽车

所属行业：交通汽车类

执行时间：2019.12.09-12.31

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

1、市场环境：

长安 CS85 COUPE 随着上市传播效应减弱，推广费用缩减导致传播声量不足。

2、车型现状：

根据客户销售终端的调查反馈，长安 CS85 COUPE 的主要卖点“高级感”“时尚设计”等元素未能得到消费者的青睐。

3、营销挑战：

如何向大众传达长安 CS85 COUPE 的高级感？提升车型的市场声量？

4、目标受众群体：

Ta 以男性人群为主，对汽车、娱乐、时尚等元素有较大兴趣。

营销目标

以时尚界大事件为契机，提升车型声量，打造车型的“高级感”标签。

以高端时尚盛典的形式，与流量时尚明星深度结合，凸显车型卖点；

以全网覆盖的传播，产出丰富且优质的传播素材，从而促进车型声量提升。

策略与创意

针对车型的市场声量不足，核心卖点未能打动消费者的情况下，在年底通过时尚之选的深度结合，将车型与流量明星进行深度的互动，多渠道的传播素材联动传播，最终达成声量的提升及核心卖点的凸显。

营销策略：

长安 CS85 COUPE 携手 2019 凤凰时尚之选，通过高级时尚的活动、高级时尚的展示、高级时尚的明星、高级时尚的跨界、高级时尚的内容，打造多维度的高级时尚跨界合作。为车型塑造了全方位的高级感，以无处不在的“高级感”触达受众。

前期通过明星联名海报、稿件传播、明星预热视频的形式对时尚之选进行预热。

在盛典当天定制车型展台，所有参会明星红毯签到后与车型进行合照，部分艺人与车型进行深度的

互动。

期间产出丰富传播素材，形式多样化，如明星创意视频，现场产出大量名人与车同框照片，定制车型奖项，车企领导上台颁奖等传播权益及素材。

在盛典结束后，数十位名人在微博发布相关信息，促成大范围二次传播，宣传效果大大超出预期。

执行过程/媒体表现

1、预热期：特别邀请嘉宾拍摄倒计时视频，海报+稿件形式为活动进行预热。



2、活动执行期：时尚之选盛典



邀请盛一伦、柳岩、原来是西门大嫂、fashionmodels 口播长安 CS85 车型理念，强化车型“高级”及“时尚”标签。



关键词”海报，彰显长安 CS85 COUPE 的潮流新主张



线上的双端及投票专题植入。现场质感权益物料展示，营造车型无处不在的“高级感”。



定制车型展台，展示长安 CS85 COUPE，借助场景具象车型的高级时尚地位认知，烘托长安 CS85 COUPE 的高级时尚调性。明星红毯签到后与 CS85 进行合照，星光熠熠，明星与车交相呼应，尽显高端时尚。现场共产出王景春、闫妮、杜江、霍思燕、宋祖儿、柳岩、李兰迪、阿云嘎、陈瑜等 50 位名人的与车同框图。



明星创意小视频/明星海报视频包框体现客户权益，现场共产出杜江、霍思燕、闫妮、柳岩、于朦胧、宋祖儿、吉克隽逸、张佳宁、章若楠、熊梓淇等 18 位名人小视频；王景春、杜江、霍思燕、闫妮、柳岩、于朦胧、宋祖儿、侯明昊、祝绪丹、李纯、张佳宁等 24 位名人的海报。



凤凰网时尚之选盛典现场播放客户的暖场视频，主持人口播品牌信息，展示 CS85 高级感，为品牌定制专属奖项——年度高级轿跑 SUV。企业高管发表获奖感言，传递品牌高级时尚理念。邀请盛一伦、原来是西门大嫂、fashionmodels，拍摄明星深度结合小视频、KOL 证言小视频，持续深化

车型高级时尚标签。



邀请祝绪丹、阿嘎云、周雨彤、宋祖儿、牛骏峰、熊梓淇等名人接受跨界专访，借力提升 CS85 在时尚地位与时尚认知，专访在活动专题中呈现。

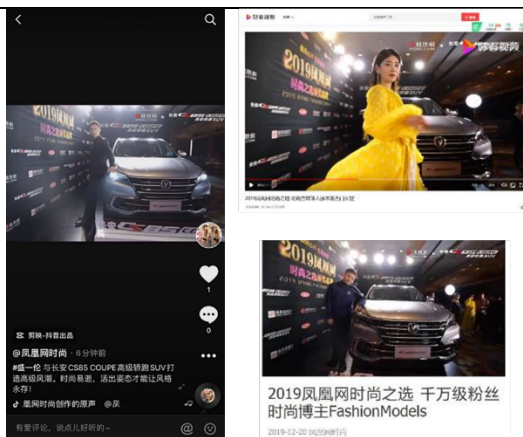


高级时尚内容触达受众，力证车型高级产品力。



在盛典结束之后，黄晓明、宋祖儿、柳岩、大鹏、周雨彤、祝绪丹、盛一伦、强东玥、于朦胧、章若楠、侯明昊、李兰迪等约 25 位明星在微博发布相关信息，促成大范围二次传播





自媒体外围宣发，广覆盖车型目标受众。热门名车录、时尚名车志、娱乐星闻在线、时尚生活话题榜、时尚生活新潮流、热门汽车生活、热门娱乐播报等 20 家百万级微博大号共同宣发。抖音、百家号、趣头条齐分发明星深度结合小视频、KOL 证言视频，持续深化车型高级时尚标签。

稿件整理传播

潮人的时尚盛典，高级的专属轿跑，长安 CS85 COUPE 都承包了

<https://biz.ifeng.com/c/7sGjg10uubA>

高级风潮活出姿态，长安 CS85 COUPE 合作凤凰网时尚盛典

<https://biz.ifeng.com/c/7sL7lzf2QK>

长安 CS85 COUPE 独占 C 位，时尚盛典斩获大奖

<https://biz.ifeng.com/c/7sVvKlgiZfc>

年终时尚首选车型，长安 CS85 COUPE 秀一波

<https://biz.ifeng.com/c/7sXADxdE0XY>

营销效果与市场反馈

1、成功提升品牌曝光：

总曝光数：1,373,228,888；广告点击数：2,549,501。

2、优秀传播效果：

盛典现在和明星的深度合作，凸显了车型的高级感卖点。

产出了丰富的传播素材，并且联动明星进行了社会化二次传播，极大的提升了车型的声量。

盛典现场深度植入，如车型展台，奖项定制，主持人口碑，客户领导上台颁奖等，无处不在的打造了车型的高级感属性。