

欧拉 R1 青春版跨次元出圈营销

广告主：欧拉汽车

所属行业：汽车行业

执行时间：2019.08.02-08.06

参选类别：跨界营销及 IP 应用类

营销背景

欧拉汽车是长城旗下电动车品牌，创立于 2018 年。

ZOL 中关村在线是沉淀 20 年的垂直互联网第一综合门户，也是科技领域唯一全域解决方案供应商。

ChinaJoy 是全球数码互动娱乐领域具有影响力的盛会，每年吸引尖端电子娱乐产品和科技、游戏发烧友到场。

此次活动由 ZOL 中关村在线全程策划执行，借由欧拉 R1 青春版上市，首次将车企带入电子娱乐类展会现场，并针对展会人群属性锁定泛二次元人群为推广目标，分别从品牌、销售及产品三方面进行整合营销，以全面提升欧拉在汽车行业的占位，并在科技圈层打出声量，为其他行业做出打破壁垒的表率。

营销目标

直达 3.5 亿泛二次元用户，有效拉升欧拉汽车品牌、销售、产品多维效果。

在品牌层面——以车企首次跨界 ChinaJoy 为话题，引爆行业关注，并运用 ZOL 自身优势进行矩阵合力传播，二次元用户喜爱的明星同步营销，实现最大化声量传播。同时为欧拉打造二次元 IP 形象，凸显品牌年轻化的形象和调性。

在销售层面——线上线下联动，吸引人群参与互动并留资，助力销售线索收集及粉丝转化。同时进行 IP 营销，助力粉丝转化，利用活动地区优势为上海区域营销开城助力。

在产品层面——青春版新车亮相发布，通过现场互动、产品展示，以及潮品跨界合作，现场助力粉丝转化为欧拉潜客并进行精准的线索收集，实现品销合一，提振销量。

策略与创意

策略：

1、整体策略：借助年轻用户全年目光第一焦点——China Joy 展会，以泛二次元、年轻用户喜爱的形式，借力打力，打造强互动、聚集高人气的线下活动，以及抖音达人线上影响力双爆点，全面

覆盖欧拉在科技圈的潜力消费群体，达成塑造品牌、产品好感度，助推新车销量提升的最终目标。

2、传播策略：打造首个二次元汽车代言人形象，并在 China Joy 活动线上线下同步传播，培养成为引领二次元用户的意见领袖，打破营销壁垒，使欧拉融入 China Joy 火爆氛围。

亮点：

亮点 1、汽车圈首次启用二次元代言人

将欧拉汽车拟人化/萌化，进行全维度形象设计，让品牌拥有自己的灵魂，同时延伸周边产品，加强粉丝转化。

亮点 2、国风展台搭建

国潮逐渐成为二次元聚焦中心，搭建国风主题展台更加契合二次元用户审美，加强粉丝与品牌间的羁绊。

亮点 3、现场超强互动

IP 形象欧拉酱巡馆互动，同时主舞台活动、表演不间断，为展台聚集超高人气。

执行过程/媒体表现

本次项目线上线下联合推进，主要分为预热期、引爆期、延续期，3 个阶段。

一、线上全网造势传播

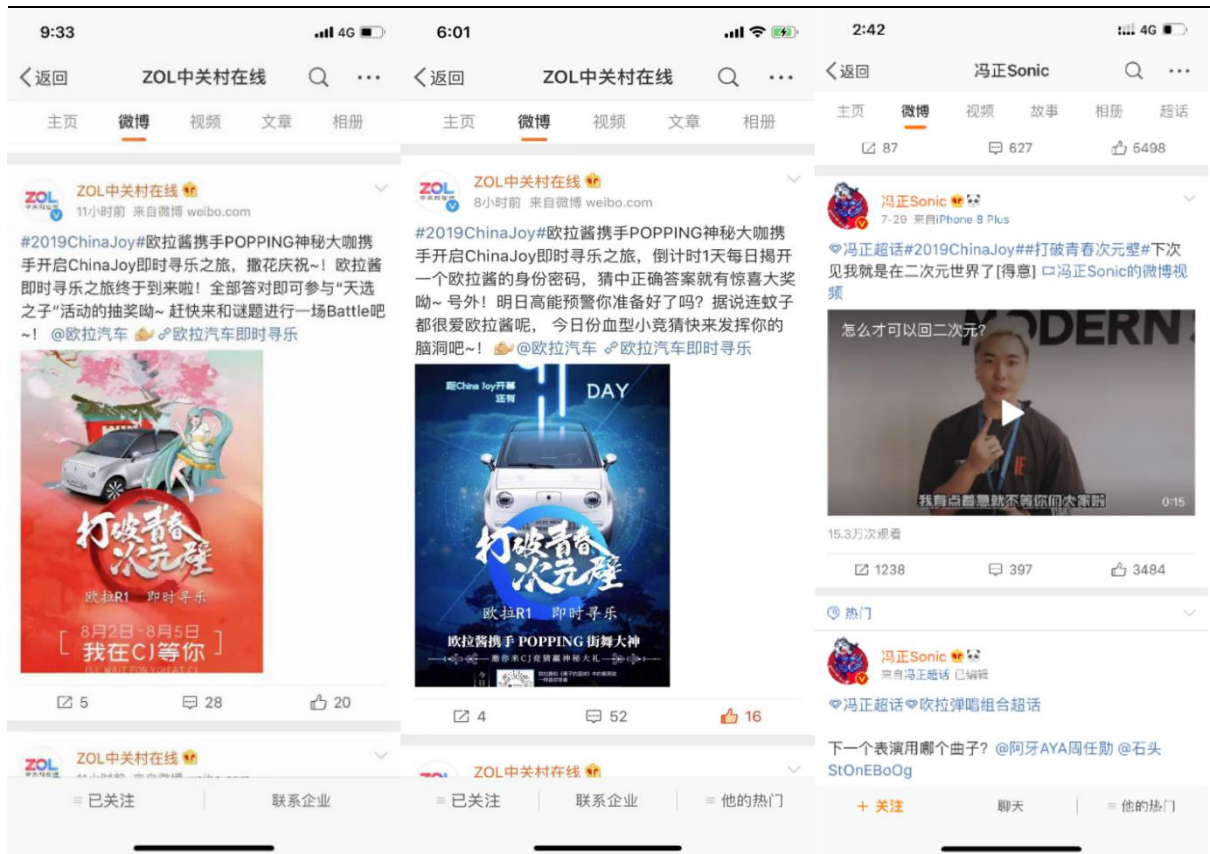
整体数据：线上累计曝光 8172 万，文章浏览量 185 万，ZOL 站内视频播放量 107 万，抖音话题视频 160 支，抖音视频累计播放 438.8 万。

线上：预热期—倒计时海报、竞猜互动、神秘大咖，联动微博、抖音双平台传播造势

ZOL 官方微博上线倒计时海报和互动竞猜，吸引大批粉丝点赞、转发，累计微博点赞 3898 次，转发 4423 次，评论 1052 条；

神秘大咖冯正在抖音发布预热视频与粉丝在抖音和微博互动不断，视频播放 190 万次，微点赞 13.5 万次。

抖音链接：<https://v.douyin.com/438qqv/>



线上：引爆期—中关村在线直播间“天选之子”直播抽奖

中关村在线首个汽车品牌直播，新奇专业的定制内容吸引大批科技粉围观，站内直播观看量 35 万，留言量 822 条，最终知名 DIY 装机达人，行业资深 KOL—NV 哥获得大奖，并在微博微信分享产品体验感受。



线上：引爆期+延续期—原创内容站内外重点传播

ZOL 以科技媒体的严谨和专业态度，为欧拉原创文章 20 篇、产出视频 8 只，在站内核心资源位传播，累计曝光量 8172 万，累计露出频次 200+，ZOL 原创视频播放量累计 107 万。

打破青春次元壁 欧拉成CJ唯一官方合作汽车品牌

2019-07-28 11:26:54 | 中关村在线原创 | 作者: 刘建春 | 责编: 康超

中关村在线消息: 距离ChinaJoy 开幕仅剩5天, 欧拉官方发布消息称欧拉品牌二次元代言人「欧拉酱」也将亮相ChinaJoy。作为国际数码互动娱乐的大型盛会, ChinaJoy自举办以来就吸引众多观众参与, ChinaJoy同样也是一众参展商展示旗下尖端科技与新潮产品的重要阵地。

欧拉品牌不断深化互联网思维, 将产品与线上营销结合, 不仅彰显了长城汽车的创新意识, 更引领了新能源汽车行业的快速发展。此次欧拉携手中关村在线参展ChinaJoy, 则是新能源品牌的互联网探索的开端, 期待欧拉R1的竞猜表现。




今日头条

- 钉钉拍行车记录仪X3 Pro
- 70迈智能行车助手套装体验
- Bose新汽车音响系统惊艳亮相
- Rimac C Two敞篷版假想图
- Ferrari GTC4 Lusso T
- + 更多精彩

最新资讯 新闻 就说说实话 应用 评测 涨点小知识

站外全平台主流用户聚集地进行文章分发, 项目整体覆盖中关村在线、今日头条、一点资讯、ZAKER、等 30 个平台, 覆盖更广泛用户群体、更多样平台用户、多种浏览习惯人群。



12:14

欧拉r1 chinajoy

综合 番剧 直播 用户 影视 专栏

- ChinaJoy 欧拉R1现场彩绘 创意十足人气高 (00:01:26) 582
- ChinaJoy欧拉R1现场圈粉 打破二次元壁 (00:04:16) 1077
- ChinaJoy 15秒看完欧拉R1现场彩绘 (00:00:16) 215
- [China Joy]舞王冯正携欧拉R1青春版首秀,你怎么看... (00:02:05) 34
- 官方唯一汽车合作品牌 萌力爆表欧拉R1参展CJ (00:00:16) 549
- 化解“代沟”打破青春次元壁 萌力欧拉酱由爱而生 (00:03:06) 847
- 上海CJ快闪一分钟, 游戏动漫软妹子遍地有



11:39

欧拉 chinajoy

全部 视频 资讯 图片 贴吧 问答 文库

【图】你的“现男友”来2019ChinaJoy撩欧...
而2019 China Joy官方唯一汽车合作伙伴——欧拉,也将携欧拉R1青春版入驻E5展馆。届时,品牌首个...
<https://m.autohome.com.cn> 5天前

欧拉首秀ChinaJoy2019 新能源跨界破行业...
欧拉品牌精心设计的首个IP动漫形象“欧拉酱”,也与欧拉R1青春版一同现身ChinaJoy2019。欧拉酱与“欧拉R1...
中关村在线 4天前

二次元人士坐不住了 欧拉ChinaJoy2019环...
当然了,ChinaJoy作为全球知名的二次元盛会,我们的欧拉展台更是少不了二次元人士的光临,请跟着我...
<https://m.zol.com.cn> 前天10:01

欧拉为何要蹭ChinaJoy热点拥抱二次元?
【导语:这是一场大胆的拥抱二次元的跨界营销,作为2019年China Joy官方唯一汽车合作品牌,欧拉品牌希望利用二次...
粒子汽车 刚刚



11:48

欧拉 chinajoy

综合 视频 资讯 小视频 图片 用户 音乐

二次元人士坐不住了 欧拉ChinaJoy2019环...
中关村在线 · 已关注 评论0 前天 11:15

ChinaJoy现场精彩还能拿豪礼, 尽在欧拉...
中关村在线 · 已关注 评论0 3天前

欧拉R1青春版 全新配色俘获ChinaJoy2019...
中关村在线 · 已关注 评论1 3天前

不来就亏大了!北京【欧拉】特卖会!同样的车花更少的钱!
粒子汽车 刚刚

“欧拉酱”闪耀ChinaJoy 欧拉R1青春版带领...

二、线下热点活动策划，天天有爆点

整体数据：欧拉展台接待人次 3 万人，有效线索率超过 90%，现场意向订车 4 台，环拍视频量 538 支，舞台活动每天 20 场不间断。

线下：引爆期—连续 4 天活动现场热度不减。

发布会现场神秘大咖穿越登台，现场热舞，99 元车主现场交车仪式点燃现场火爆高点。



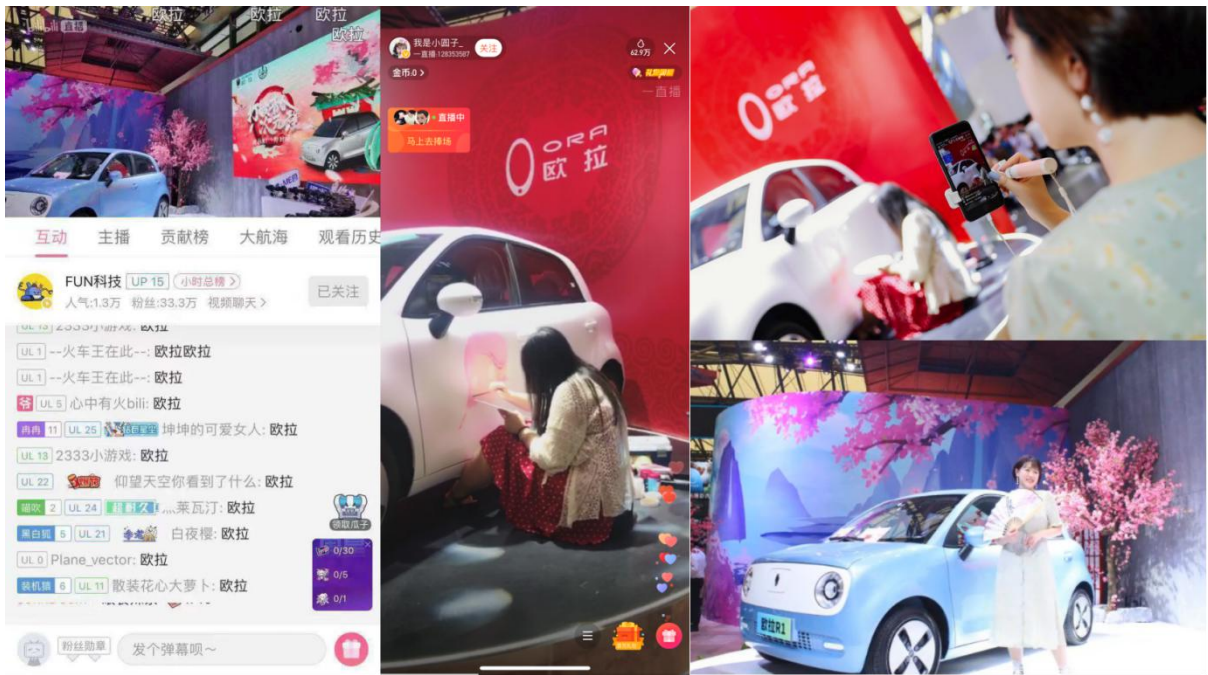
展台现场互动表演不断，大批二次元粉丝纷纷打卡拍照，参与动态环拍。



定制周边礼物吸引现场用户纷纷参与互动并主动留资。



探馆主播浏览展台并体验产品，分享网友，总热度 64 万；用户自发制作短视频分享传播。



营销效果与市场反馈

效果达成远超承诺客户 kpi，展会人流超 3.5 倍，传播曝光达成 272%，销售线索达成 210%，实现品销一体营销模式。

此次项目是汽车行业跨界科技圈的一次成功营销。通过 ZOL+ChinaJoy 的官方资源生态整合，以及 ZOL 对全网平台传播优势的利用，将欧拉这一汽车品牌打造成为 ChinaJoy 现场火爆品牌之一，并且在短时间内得到了人气和销量的攀升，真正实现多赢。ZOL 为欧拉精心设计的二次元 IP 形象、国风展台、以及新品发布环节，也都得到了现场观众、网友及客户的广泛传播与喜爱。

通过该项目，ZOL 团队的策划能力和强大执行能力在汽车行业的高标准下得到了检验，并且获得欧拉客户的高度认可与信赖，为汽车行业跨界科技圈提供了更多的经验和契机，也为与汽车行业的更多深度合作打下坚实基础。