

选择偏见还是选择看见

长安全新逸动PLUS上市传播项目

- ◆ **品牌名称:** 长安汽车
- ◆ **所属行业:** 汽车行业
- ◆ **执行时间:** 2020.03.27-04.30
- ◆ **参选类别:** 内容营销类

传播背景

在中国,中国品牌四个字往往有着两种含义。一则褒义,代表爱国,表达国人心中的自豪;一则贬义,代表廉价,表达国人心中的不屑。不知从何时起,国外品牌一定比中国品牌好的观念开始深入人心。

在价格大致相同的情况下,对比逸动PLUS的表现和其他合资品牌产品,是一个非常容易做的选择题。

但因为**固有偏见**,合资A级车一个月动不动就买三四万台,

长安人不服!



同级最强,超越合资品牌的国产硬核实力代表
长安逸动PLUS全新上市
如何凭过硬实力扭转偏见 奠定最强十万级家轿地位

成为最强才能改变偏见

时下最能改变消费者偏见的节目——奇葩说

超高热度



百度搜索结果 2800万
微博相关话题达 665 个

全民互动



名人\大众用户纷纷参与讨论



时下最热门IP火爆全网

#奇葩说#
949.8万讨论 151.5亿阅读

#奇葩说第六季#
13.7万讨论 3.8亿阅读

内容优质

外卖小哥惹毛我, 该不该投诉他?
『键盘侠』到底算不算侠?
婚礼真的有必要吗?
爱上人工智能算不算爱情?

#美术馆着火救画or救猫#

新颖\创新的辩题
引领优质内容经济

口碑炸裂



大众及媒体一致高分好评

传播思考

节目中最会说话的人——黄执中

黄执中 粉丝363万

辩论之神

奇葩说BBKING/超高人气辩手

微博人生导师

✓ 说服能力强，金句频出

黄执中 遥远的哭声 >>

热搜历史最高排名：10

最近一次上榜时间：2019/11/10 11:40

前72小时累计在榜：4小时30分

黄执中 强 >>

热搜历史最高排名：16

最近一次上榜时间：2019/11/08 13:10

前72小时累计在榜：5小时10分

黄执中 输给雷哥 >>

热搜历史最高排名：29

最近一次上榜时间：2019/11/03 10:00

前72小时累计在榜：6小时50分

黄执中 讲表达逻辑 >>

热搜历史最高排名：3

搜索量 2563544

✓ 屡上热搜

人的认知程度越高，你能听到“更遥远的哭声”

不能拥抱粗糙的人，不能拥抱他自己

✓ 影响力强

粉丝量**363万**，奇葩说选手粉丝量排名**NO.3**

选手	粉丝量	备注
马薇薇	488W	后期不参与奇葩说，合作金额500万
肖骁	420W	以搞笑风为主，合作金额500万
黄执中	370W	
傅首尔	310W	
邱晨	311W	
陈铭	156W	
詹青云	138W	

✓ 粉丝忠实度及活跃度高

日均微博阅读量：**100万+**

日均微博阅读量：**3000+**

黄执中的影响力

查看 >

2

昨日发博数

100万+

昨日阅读量

3793

昨日互动数

更多基本资料

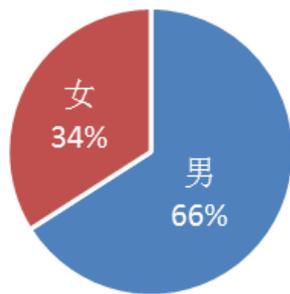


传播思考

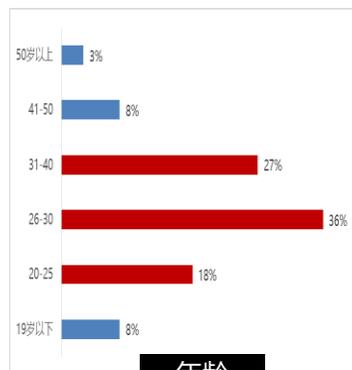
节目中最会说话的人——黄执中

粉丝画像

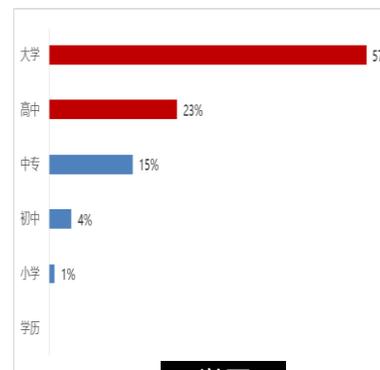
25-40岁男性为主，与逸动PLUS人群契合，且对汽车兴趣度高



性别



年龄



学历



兴趣标签

合作案例

众多品牌借势黄执中影响目标人群



伊利——#这一刻 为成长开课#



美的——#过年吃顿舒心饭太南了#



喜马拉雅——#思想午餐#

借势奇葩说+名人效应，联合最会说话的人为逸动PLUS扭转偏见

最会讲话
输出观点能力最强的人



X



逸动 PLUS

同级最强，超越合资品牌的
国产硬核实力代表

最硬核产品实力+最会讲话的人
一起强势扭转**偏见**，让更多人**看见**长安实力

辩题：选择偏见还是选择看见

从具有社会普遍意义的议题出发，一步步说服消费者改变偏见
带出逸动PLUS超越合资品牌的硬核实力

整体传播规划

选择看见 成为最强才能改变偏见

新车上市期：3月27日

视频引爆期：4月15日

延续期：4月19日-5月1日

新车上市大曝光
强势告知

辩论视频 + 热点话题 打造
口碑 传达长安实力

专业编辑 证言
强化 实力

视频正片

@黄执中博文

话题X1

专业栏目X2



10万元家轿新选择
才貌双全的标杆品质

10万元家用车合资自主如何选
长安逸动 PLUS对比大众朗逸

黄金信息流

品效通

开机报头

新浪新闻开机报头

热搜话题上榜

WAP端焦点图等硬广资源推广

黄金信息流推广

运营大号+KOL转发扩散

新浪新闻开机报头

黄金硬广资源

微博短视频平台-酷燃优质入口

打造辩论主题视频，黄执中**灵魂拷问**，让更多人看见长安逸动PLUS

点出“偏见”的合理性,偏见代表质疑，而质疑是进步大力量，带出长安逸动PLUS在质疑中不断进步，证明自己

选择偏见
VS

选择看见



视频播放量：4,279,506次



点出“偏见”弊端，妨碍大家看到更多的可能与改变，引导大家去看见及发现长安逸动PLUS的实力及长安人的匠

视频链接：https://weibo.com/2103197132/IDpAg9T6h?refer_flag=1001030103_

噱头性话题引爆大家关注，强势为视频内容引流

#黄执中在线精分#

阅读1.3亿 讨论8629



《购车帮帮忙》 + 《相对论》 专业编辑证言对比合资竞品强化实力



《购车帮帮忙》

用户的真实购车顾问

10万元家轿新选择 才貌双全的标杆品质



播放量：221.3万

您上次观看到 00:57，系统将自动续播。 从头播放

<https://auto.sina.com.cn/guide/2020-04-19/detail-iircuyvh8072677.shtml>



《相对论》

以一对一强手PK专业对比

10万元家用车合资自主如何选 长安逸动 PLUS对比大众朗逸



阅读量：95万

<https://auto.sina.com.cn/guide/2020-04-19/detail-iircuyvh8072677.shtml>

K O L 矩阵参与视频扩散，触达六千万粉丝人群

八卦

段子手

汽车

娱乐

总粉丝量：6490万 总阅读量：996万 总互动量：2万

上市不同阶段匹配不同亮点资源扩散，整体曝光及点击均超额完成KPI

总曝光：6,314万，完成率：102%，总点击：101.6万，完成率：190%

开机报头
品效通
黄金信息流
WAP端焦点图
酷燃
运营资源

上市期

视频传播期

口碑打造期

视频

播放量428万次

话题

阅读量1.3亿

购车帮帮忙

播放量221.3万

相对论

播放量95万

持续内容及热点打造，成功提升逸动PLUS新车上市声量

长安逸动 PLUS

