

长安新 CS75 极智之旅—追寻最亮的北斗卫星

广告主：长安汽车

所属行业：汽车

执行时间：2018.10.24-12.20

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

汽车行业的智造升级正在迭代转型进程中，各大汽车品牌智能化战略，不断推出研发新产品，技术不断完善改进。作为民族汽车品牌的一面旗帜，长安一直是持续推动中国“智”造的核心力量。在长安智造战略下，全新长安 CS75 从外观到性能，多项优势得到全新升级。但传统强曝光，单纯的价值沟通，难以产生共鸣，千篇一律的体验试驾，难以捕获人心。

营销目标

通过线上线下的事件营销投入，增强传播节奏及持续周期，充分解读新 CS75 产品卖点，强化车型产品力。

策略与创意

追寻最亮的北斗卫星——“北斗系统”作为中国自行研制的全球卫星导航系统，标志着我国航天事业的突飞猛进，而作为长安今年重要的智能化战略，“北斗天枢”的发布亦推动了智能交通升级的进程。我们结合国家大事件，引爆行走事件的关注度，引用名人，名栏目资源整合，通过国家关注的北斗计划与长安的“北斗天枢”相呼应，带出长安智能化体系，携手 CS75 见证中国智造的腾飞，凸显品牌的民族责任感。

执行过程/媒体表现

1) 活动预热：汽车、科技频道资深编辑追溯长安“智”造科技源头，关联展示长安“智”造科技发展历程，强势打造品牌力。



2) 行走过程: 策划了重庆到西昌的行走路线, 通过旅途中各种复杂的道路和地形, 体现新 CS75 在山地峡谷条件下的性能优势和操控价值, 并沿路带领车友寻味美食, 介绍西昌当地航天文化, 把对我国航天成就的讴歌引导到长安新 CS75 可靠性、制作工艺、人机交互等产品卖点的关注上。



3) 后续传播: 品牌专题上线, 高清行走纪录片出炉, 持续活动热度, 为活动积累品牌资产

为长安新 CS75 设计了“追寻最亮的北斗卫星”专题页面, 全面覆盖 PC、移动端, 整合多频道以及凤凰新闻客户端、凤凰网系 SNS 媒体资源进行强势推广。



王牌栏目《超级乘客》中植入长安新 CS75 车型, 邀请北斗系统嘉宾作为“超级乘客”在车内接受采访, 解读航天工业的发展历程。名人大咖的车内访谈, 巧妙为品牌背书, 引发公众广泛关注。



“追寻”活动期间，凤凰网与长安共同邀请新 CS75 车主代表以及汽车 MCN 《爽爽侃车》拍摄了以追寻最亮的星为主题的游记纪录片。探秘中国西昌卫星发射基地，见证北斗卫星升空。





营销效果与市场反馈

超过 34 个自媒体平台配合推广。该项目预估曝光高达 24 亿次以上，视频播放量近 1000 万次，为品牌借势大事件传播再造经典案例。