

知乎 x 小鹏汽车 2018 广州车展跨界合作项目

广告主：小鹏汽车

所属行业：汽车

执行时间：2018.11.13-11.25

参选类别：社会化营销类

营销背景

广州车展作为国内唯一每年举办的 A 级车展，16 年以来越来越受到各大车企的重视，与此同时，策展营销的方式也日趋同质化，流于浮华的形式。

营销目标

首次参加广州车展的小鹏汽车需要打破思维定式，更加重视传播内容的质量上，用知识硬核作为与用户之间的沟通桥梁，与其他参展商产生区隔，在车展上脱颖而出。

策略与创意

通过品牌与知乎的深度合作，将小鹏展台打造为高价值内容生产地。

营销策略：

11 月 13-15 日：通过刘看山预热 H5 与小鹏汽车「乎鹏唤友」，配合 PR 报道预告知乎与小鹏汽车的跨界合作；

11 月 16 日：车展首日，邀请小鹏汽车高层与知乎 PU 举办沙龙，正式开启高价值内容生产，配合 8 小时知乎 Live 直播，引发社区关注讨论；

11 月 17-25 日：每日举办知乎 PU 主题沙龙，持续产出高价值内容，配合现场刘看上主题互动体验，吸引更多用户到展。

创意表现：

- 借助知乎高价值内容平台，以知乎站内大量的汽车领域优质内容为背书，与大量聚集在知乎的汽车领域的用户进行沟通。
- 邀请知乎汽车领域 PU（优秀回答者）到现场与小鹏汽车高层对话交流，打造一场深度解读未来汽车发展态势的「知乎车展沙龙」。
- 知乎 Live 8 小时车展直播，将现场精彩内容引入到线上，制造社区热点话题。
- 知乎吉祥物「刘看山」首次出席车展，与小鹏汽车跨次元握手，联手打造。

- 「名词新解」「充电课堂」「拼图挑战」三大互动版块，以更加有趣的方式呈现小鹏 G3 卖点。

执行过程/媒体表现

- 11月13日，基于艾森格人格测试的刘看山 H5 上线，帮助用户完场初次驾驶体验，并邀约用户参与广州车展刘看山 Xspace；知乎官方账号：「知擎」「微博」「微信」助推 预热 H5 热度；



H5 地址：<https://ca.hj388.cn/xp/index.html>

- 11月16日，广州车展首日邀请小鹏汽车创始人，与8位知乎汽车领域PU(优秀回答者)举办了一场深度解读未来汽车发展态势的「知乎车展沙龙」；并同步8小时知乎Live直播，将车展精彩内容导入到线上；

< ...



智能汽车 车载系统 进化之路

特别现场

智能汽车车载系统进化之路

主讲人：小鹏汽车

7分钟

▶ 立即进入

Live 地址：<https://www.zhihu.com/lives/1046430366595891200>

- 11月17-25日每天都会邀约一位知乎汽车领域PU(优秀回答者)到小鹏车展现场举办一场主题沙龙，并通过活动类平台发布沙龙信息，邀请更多的用户到场参与；



- 车展期间，通过内容授权，小鹏汽车与知乎联手打造了刘看山「名词新解」「充电课堂」「拼图挑战」三大互动版块，并制作联名礼品，吸引用户到展。



营销效果与市场反馈

通过知乎高价值内容平台的背书，与互联网明星车企「小鹏汽车」联手，将 2018 广州车展小鹏展台打造为一个关注未来智能汽车发展的硬核知识发酵池，产出高价值内容赋能品牌理念主张，与其他参展商产生区隔，沉淀优质内容作为品牌长期知识资产；并通过与知乎「刘看山」的跨次元合作，丰富了现场的互动体验，也丰满了小汽车作为互联网明星车企的品牌形象；

在整个项目期间，总曝光超过 5000 万次，小鹏展台到展人数超过 13 万人次。

整体关注：3 篇稿件，沟通 34 家媒体，项目累计报道 43 篇次（9 篇转发）。其中汽车垂直类媒体报道占比 60%；大众门户、营销等核心媒体报道占比达 40%，介绍了知乎与小鹏汽车此次车展跨界的解读与见解。报道形成的网页收录，百度新闻源收录高达 85%，总浏览量超 100 万+。

媒体采访：现场数字营销媒体 SocialBeta 采访知乎汽车事业部负责人，并获得案例专题推荐。

社交平台长图扩散：广告门、新营销、成功营销、Marketing、广告主等重点营销媒体；魏家东、公关界的 007 核心营销自媒体对知乎与小鹏汽车跨界长图进行了相继转发，扩散知乎行业内的传播影响力与价值。辐射行业内人群超 8000+。