

比亚迪全新一代宋 EV500 挑战“京城大外环”

广告主：比亚迪

所属行业：汽车

执行时间：2018.10.22-10.26

参选类别：短视频营销类

营销背景

比亚迪作为国内外最早研究新能源汽车的企业之一，一直坚持着对新能源技术精益求精的钻研，坚持技术创新的初心，不断推动新能源产业的技术进步，它是市场上唯一一家三电核心技术自主研发，自给自足的新能源汽车企业。

在面对国家对新能源车补贴政策下滑，同时用户对纯电动车性能、续航、品质等方面的要求上升的情况下，全新一代宋 EV500 作为比亚迪纯电 SUV 全能担当的角色，应当抓住这个纯电动车市场即将到来的契机，将高品质、科技化、年轻化的用车生活带给受众。

契机存在的同时充满了竞争，全新一代宋 EV500 在成都车展前期上市，此时其他竞品车型也都在推出各自的营销活动，全新一代宋 EV500 如何在这次营销中拔得头筹，在性能、续航、智能及品质等方面在消费者心中制造可信度，是我们需要考虑到问题。因此，结合当时北京大七环刚开通的热点，且路况多种多样的情况，我们迅速策划并执行了全新一代宋 EV500 挑战京城大外环项目，抢先打造了纯电动车首跑京城大外环的热门话题。

营销目标

强化全新一代宋 EV 500 纯电 SUV 同级 500 公里“续航王”价值标签；借助社会公众 IP 话题，展现宋 EV 500 真实续航及车型性能，增加消费者信任度。

策略与创意

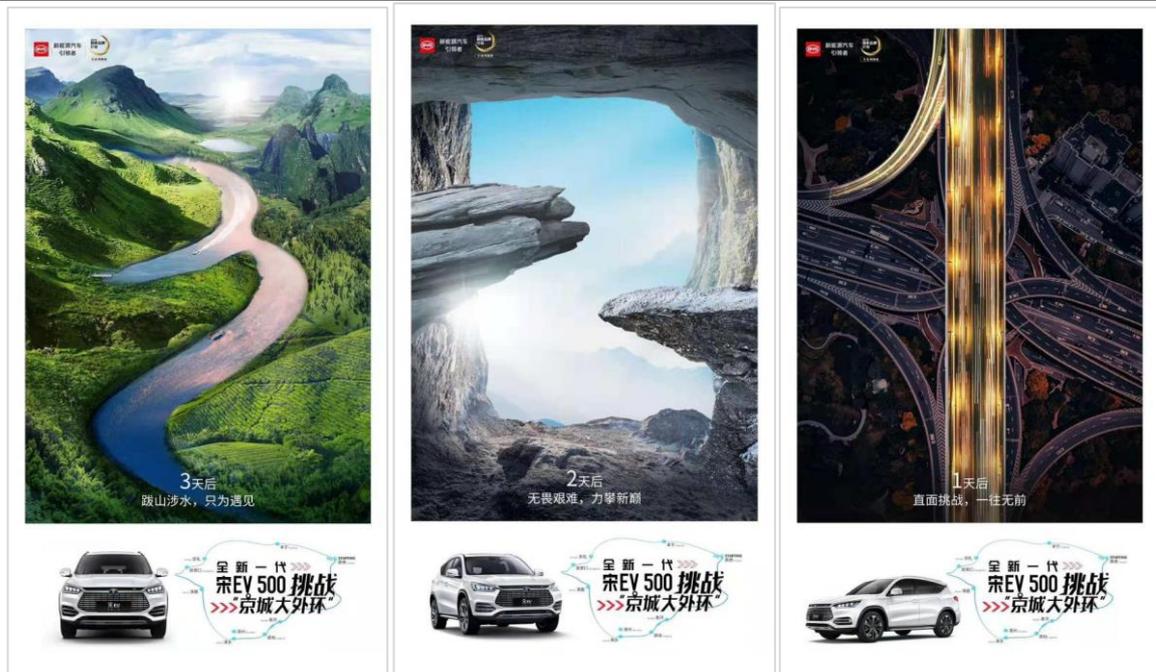
邀请 5+5 媒体试驾，组成续航挑战赛阵容，分组 PK，考验续航能力及车型百公里耗电量。

精准聚合类媒体平台传播，媒体深度传播，用户口碑扩散。

执行过程/媒体表现

第一阶段：前期准备+预热造势。

大外环相关传播物料及线上输出物准备、媒体邀约、车辆性能实测、传播素材收集、行程安排确定等。



(图为三张倒计时海报)

第二阶段：试驾实测。调动媒体活动积极性，活动中即时传播。引导媒体老师为活动进行媒体证言等。大量传播输出物（稿件、海报、视频等）。





挑战“京城大外环” 全新一代宋EV 500实测续航 637公里

637公里创造首

58车

挑战637公里，意味着我们的工作量和付出都将成倍增加。通过提前规划路线和制定合理的出行方案，最终顺利完成挑战。从北京五环路出发，最终挑战成功，刷新了国内电动汽车续航里程纪录。

汽车之家

挑战637公里的超长续航，足以证明全新一代宋EV 500不输任何燃油车。

637公里见证者

电动生活网/EV世纪

挑战成功，504公里

超长续航里程，为驾乘者提供舒适、便捷的出行体验。比亚迪宋EV 500搭载刀片电池，续航里程长，充电快，用车成本低。同时，车内空间宽敞，乘坐舒适，是您出行的最佳选择。

新浪汽车

挑战成功，504公里

比亚迪宋EV 500搭载刀片电池，续航里程长，充电快，用车成本低。同时，车内空间宽敞，乘坐舒适，是您出行的最佳选择。

EV知道

挑战成功，504公里

比亚迪宋EV 500搭载刀片电池，续航里程长，充电快，用车成本低。同时，车内空间宽敞，乘坐舒适，是您出行的最佳选择。

易车

挑战成功，504公里

比亚迪宋EV 500搭载刀片电池，续航里程长，充电快，用车成本低。同时，车内空间宽敞，乘坐舒适，是您出行的最佳选择。

懂车帝

挑战成功，504公里

比亚迪宋EV 500搭载刀片电池，续航里程长，充电快，用车成本低。同时，车内空间宽敞，乘坐舒适，是您出行的最佳选择。

凤凰网汽车

挑战成功，504公里

比亚迪宋EV 500搭载刀片电池，续航里程长，充电快，用车成本低。同时，车内空间宽敞，乘坐舒适，是您出行的最佳选择。

网上车市

挑战成功，504公里

比亚迪宋EV 500搭载刀片电池，续航里程长，充电快，用车成本低。同时，车内空间宽敞，乘坐舒适，是您出行的最佳选择。

第一电动网

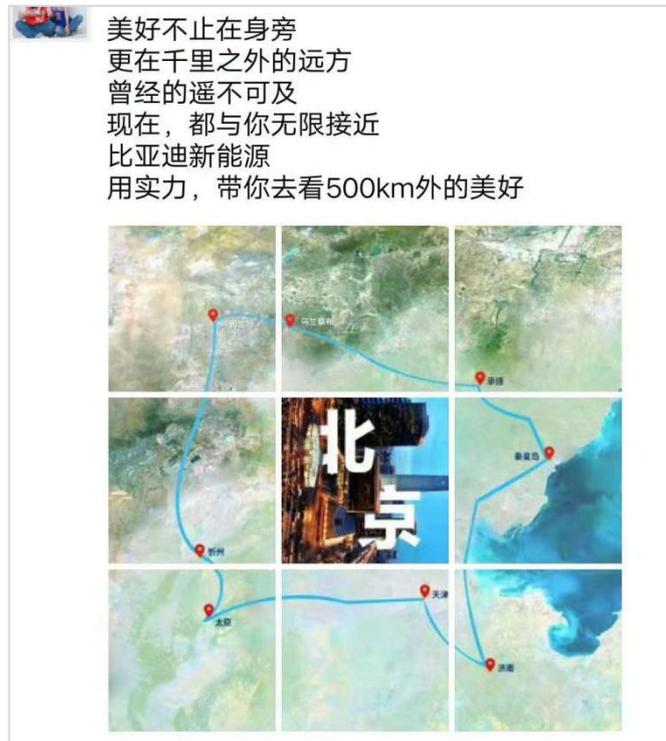
挑战成功，504公里

比亚迪宋EV 500搭载刀片电池，续航里程长，充电快，用车成本低。同时，车内空间宽敞，乘坐舒适，是您出行的最佳选择。

向新而行

第三阶段：延续期声量不断。媒体稿件落地、媒体证言视频、活动总结稿件等输出物产出。

利用第三方平台进行传播扩散。



活动媒体证言视频链接：<https://v.qq.com/x/page/q07729gr03j.html>

营销效果与市场反馈

整个项目期间，累计互动量超 646.8 万次，累计曝光量超 2587 万次。

官方从微信、微博、论坛、抖音等维度全方面覆盖传播，其中预热期互动量达 7.6 万次，活动期达 25.7 万次，后续媒体稿件落地传播达 612.5 万次。

活动期间全国经销商上屏传播本次活动输出物，累计传播 123 篇次，累计互动量达 9626 次，对销售产生积极影响。

累计传播覆盖逾 40 多家媒体，其中以汽车之家、易车等五门六垂头部媒体为主，媒体直接报道最长续航 637km，在舆论上形成压倒性优势；共有 20 家媒体参与活动并为宋 EV500 纯电性能证言，提升产品知信力；多家媒体及车友主动扩散朋友圈活动即时小视频，引发广大关注。

在汽车行业内部反向较好，在比亚迪内部、代理商内部均成为经典营销案例。