君马汽车

所属行业：汽车
参选类别：数字营销最具创新精神品牌

品牌简介

君马汽车成立于 2017 年 6 月 27 日，是面向年轻族群倾力打造的全新汽车品牌。成立一年多以来，君马汽车陆续发布了君马 S70、君马 MEET 3 和君马 SEEK 5 三款产品。通过精准的定位和卓越的品质表现，赢得 80 后、90 后年轻群体的广泛认可，快速成长为中国自主汽车品牌新势力。

2018 年数字营销创新性表现

汽车行业是一个竞争激烈、产品从内涵到外在表达都高度同质化的行业，君马汽车作为新品牌，快速打开知名度、树立辨识度是首要任务。君马汽车不限于固有的行业经验，善用社会化传播思维，采用了一系列创新营销的手段。

首先，在产品传播包装上，诉求于最具辨识度的产品特点，力求让更多消费者看得懂、记得住、产生兴趣。在主打“大尺度”的 S70、主打“音乐”的 MEET 3 两款车型的差异化定位取得认可的基础上，2018 年 8 月，君马汽车打造了“12345 君马 SEEK 5”魔性口号和广告片，引发了消费者强烈的情感共鸣，并在网络上带来了众多拓展与演绎。

其次，善于以事件为策源，直面年轻人的关注点、兴奋点，并给予他们最直接、最感性的表达，从而带动传播爆发。例如借势“台球皇帝亨得利座驾被女司机追尾”事件，巧妙凸显君马 MEET 3 车内 K 歌这一独特功能。结合世界杯热点，发起“寻找中国姆巴佩计划”，也为品牌和君马 SEEK 5 新车上市带来关注度的迅速提升。

代表案例

案例名称：12345，君马 SEEK 5

一、背景与课题

君马 SEEK 5 新车上市，其产品卖点需要广泛而巧妙地到达消费者。

二、策略核心及执行亮点

1、魔性广告片，好笑又好记

君马汽车创新打造了“12345 君马 SEEK 5”广告片，其新颖别致的叙事方式和极尽渲染力与感染

力的画面深深刺激了消费者的视觉神经，使人在产品感知之外，进一步拓展了想象空间。

广告片在中央电视台、抖音等平台上线后，在各大视频网站、社交平台、论坛等引发了广泛讨论，被称为“最魔性的汽车广告”，并有众多主流媒体跟进报道。

视频链接：

掰手腕篇：https://v.youku.com/v_show/id_XMzc3MzUxMTMzMg==.html

拳击篇：https://v.youku.com/v_show/id_XMzc3MzUxOTk0OA==.html

产房篇：https://v.youku.com/v_show/id_XMzc3MzUxMzU5Mg==.html

2、奇特顺口溜，上口更上脑

魔性广告片背后，消费者更记住了其奇特的传播口号。君马汽车一反行业“高大上”的惯例，打造了朗朗上口的 “12345，君马 SEEK 5”，这里面的“12345”正是这款车型特点的概括：“1”是“1 步领先”，“2”是“2 重保护”，“3”是“3 代同堂”，“4”是“4 维美学”，“5”是“5 种路况”。看到即记住、记住即关注，趣味的内容打开了消费者认知开口，更缩短了认知路径。

3、社会化演绎，入眼到入心

承接话题热度，契合时下网络文化，君马 SEEK 5 以魔性广告片衍生的态度海报、周边话题炒作等，进一步引发社交裂变，增进消费者好感和产品理解。

三、取得的效果

在过硬的产品实力和差异化的营销举措下，君马汽车的产品得到越来越多消费者的认可。上市仅一个月，君马 SEEK 5 订单已突破 15000 台，并带动品牌整体销量持续攀升，成为低迷车市中的一匹黑马。