

北京现代



- ◆ **品牌全称:** 北京现代汽车有限公司
- ◆ **所属行业:** 汽车业
- ◆ **参选类别:** 年度最具移动营销创新精神品牌

15年深植中国市场

*本土化战略下，**18款各级别**车型全面布局，**900万**业主口碑。



布局智能出行

*坚持**极致品质**，全面布局**未来智慧出行**，为中国消费者创造更加美好的幸福生活。

年轻化

*从大而全的用车刚需人群，逐步向细分化，**年轻化**人群聚焦。

2018全新品牌战略

“质现代·智未来”

用户细分化

*为再次**细分社会初阶年轻族群市场**，2018北京**现代小型车再出旗舰级产品**，为释放青春而生的**“ENCINO”全新上市**，瞄准25-29岁，自信自我，关注智能、潮流，充满活力和热情的年轻群体，通过高档的产品提升自身气场。

责任感： 社会政治热潮期，借助事件的传播从正面赢得社会的关注和品牌好感。

大国工程致敬之旅
了不起的中国制造



时 代 之 路 首 跑 探 秘

36小时挑战G7



Fun跑最美大七环



新鲜感：年轻化的媒体沟通尝试，父亲节、世界杯等热点话题借势，引爆刷屏效应。

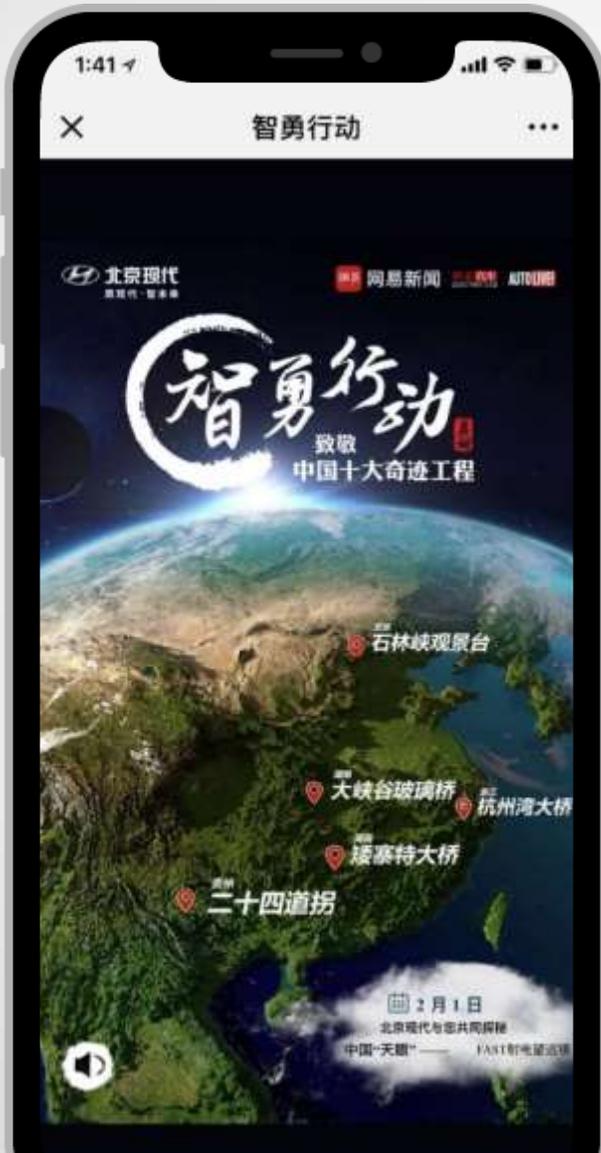
情感

人设

热点

表达





了不起的
中国制造

智勇行动-致敬中国十大奇迹工程

历时3个月，跨越5大省，挑战10段艰险之路，
探访数十大国工匠



北盘江大桥



晴隆二十四道拐



矮寨特大悬索桥



百龙天梯



大峡谷玻璃桥

- 传播目标：借势19大及热点事件的传播，强化北京现代品牌及新车的新形象，获得目标人群认同；
- 传播时间：2017年11月-2018年3月。

海报



通过对实景画面的优化处理，体现宏伟景观及人文风情的冲击力和表现力，引发用户在social平台的关注与转发。

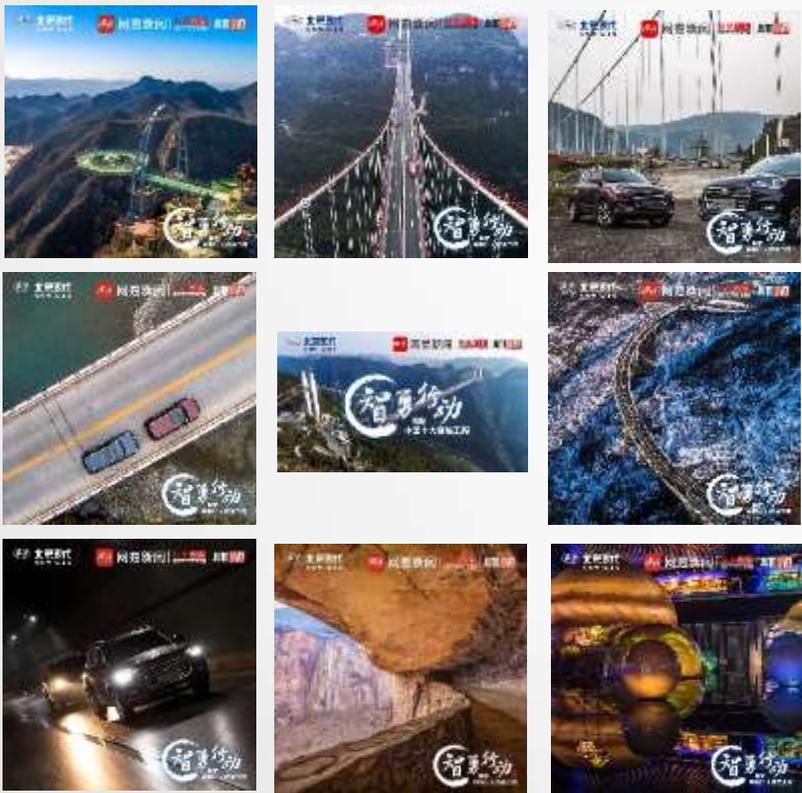
H5



扫码体验

每站直播前实时更新直播信息，使用户完整了解整个活动内容。

九宫格图——每站9+张



每站统一格式大片产出，体现工程实景与北京现代多款车型的静态结合。

小视频 10s及15s航拍、系列视频



二十四道拐(1)



二十四道拐(3)



二十四道拐(5)



通过航拍及一镜到底的形式，产出短视频用于朋友圈传播及官微宣传。后期，贴合热点趋势，产出抖音体、科幻风系列视频。

总结长图——每站1幅



每站直播结束后，产出工程及车型卖点灵活结合的总结长图。包含手账、跟帖、游记、科幻等多种风格。

游记文章
总阅读量：179,897 网易汽车官方微信平均阅读量：300+



每站车型编辑（直播主持人）根据直播亲身体验写出游记类型的文章及长图，在讲述工程奇迹之处的同时，带出北京现代车型在旅途中带来的完美驾驶体验。

5mins总结视频——共1支，视频播放量150,739



总结视频从活动初衷以及品牌层面高度出发，叙述致敬中国十大奇迹工程心路历程，直接证实北京现代全线产品的优秀品质，并通过此次活动详细数据的汇总，突出致敬十大奇迹工程活动的成功性以及震撼性。



工程名称	地点	直播时间	直播间地址	直播观看人数	直播评论总数	硬广曝光数据	硬广点击数据
北盘江大桥	贵州省宣威市	11月23日	http://c.m.163.com/news/l/161183.html	70.02W+	498	104,652,919	169,255
晴隆二十四道拐	贵州省黔西南州的晴隆县	11月30日	http://c.m.163.com/news/l/162811.html	62.16W+	1,252	56,995,858	113,353
矮寨特大悬索桥	湖南省湘西州吉首市	12月7日	http://c.m.163.com/news/l/163708.html	74.21W+	1,322	78,035,839	115,078
百龙天梯	湖南省张家界市武陵源区	12月14日	http://c.m.163.com/news/l/164635.html	78.61W+	1,421	108,607,926	187,797
大峡谷玻璃桥	湖南省张家界市慈利县	12月21日	http://c.m.163.com/news/l/165731.html	66.22W+	1,164	85,463,422	128,453
杭州湾跨海大桥	浙江省嘉兴市	12月28日	http://c.m.163.com/news/l/166475.html	94.13W+	1915	75,278,241	98,009
干海子特大桥	四川省雅安市石棉县	1月11日	http://c.m.163.com/news/l/167910.html	77.25W+	1,682	28,858,796	27,047
郭亮挂壁公路	河南省新乡市郭亮村	1月18日	http://c.m.163.com/news/l/168662.html	78.02W+	1,438	35,154,197	36,963
石林峡玻璃景观台	北京市平谷区	1月25日	http://c.m.163.com/news/l/169519.html	64.81W+	1,075	28,950,048	27,568
FAST射电望远镜	贵州省黔南	2月1日	http://c.m.163.com/news/l/170331.html	87.82W+	1,552	23,137,494	21,886
总计				753.25W+	13,319	625,134,740	925,409

十场直播累计观看人数**753万**；且硬广曝光高达**6亿**，传播效果较好。

备注：硬广数据为按照周期统计，统计周期为直播前1天到下场直播预热期间的数据（由于长视频延期上线，故数据会有穿插）

《致敬中国十大奇迹工程》合作亮点概述

亮点：借势19大及热点事件的传播，强化北京现代品牌及新车的新形象，获得目标人群认同。

概述：① 资源总曝光：**646,723,119**，总点击：**1,062,452**，专题页面PV合计：**345,593**，页面UV合计：**338,681**，收集销售线索：**6,000多条**（有效销售线索：**750个**）



网易新闻客户端财经栏目第4条信息流-图文模式

网易新闻客户端体育栏目第2帧焦点图

亮点：通过线下+线上的双线组合营销，贴合热点趋势，提升品牌形象。

概述：① 全程以挑战十大奇迹工程为主，让用户更加直观感受车与奇迹工程的完美结合
② 10场直播视频累计观看人数：**753万**，评论数：**13,319**；最终总结视频播放量**150,739**



H5

精彩视频

游记文章

亮点：借力网易自身官微平台为活动造势，加深用户印象。

概述：① 发起“智勇行动-致敬中国十大奇迹工程”话题，阅读量已高达**31W+**，讨论数**3,500余条**



网易汽车、网易旅游微博官方号

网易汽车、网易旅游微信公众号