

# 广汽传祺×CinaJoy直播大事件

- **品牌名称:** 广汽传祺
- **所属行业:** 汽车行业
- **执行时间:** 2023.02.01-04.20
- **参选类别:** IP营销类

# 结案视频

<https://v.qq.com/txp/iframe/player.html?vid=o3538ljg4r2>

## 【营销背景】

- 在数字娱乐飞速发展的时代背景下，ChinaJoy作为全球数字娱乐的年度盛会，是年轻人的节日、二次元的派对。广汽传祺选择在这一盛会上跨界登场，不仅是为了展示品牌的前沿魅力，更是为了与年轻一代建立更紧密的情感连接。
- 影系列产品是广汽传祺的明星产品线，具有独特的外观设计、卓越的性能和先进的科技配置。旨在打造时尚、科技的车型，满足年轻消费者的需求。
- 广汽传祺通过“潮有引力”主题展台，在ChinaJoy上跨界亮相。通过与变形金刚、红魔姬、小K直播姬虚拟主播三大IP的联动，将影酷、影豹、影速的卖点与圈层属性深度绑定，提升了品牌和产品的好感度。采用创新1+N多场景串联直播形式，结合不同主题星球，强化了产品的形象化展示。这一活动成功吸引了119.8万观众，并产生了18万的互动量。通过50位达人的传播，覆盖了3961.6万的粉丝，阅播量达到400万以上。
- 现代年轻人追求个性、独特与新奇，热衷于参与、体验与互动。与广汽传祺的明星产品线影系列产品属性不谋而合，为了让这一形象更加深入目标群体心里，借亮相ChinaJoy展览会，策划一场主题为星际漫游的创新线上直播活动。

**ChinaJoy**是当今全球数字娱乐领域**最具知名度与影响力**的年度盛会。

是**年轻人**的节日、**二次元**的派对

更是**影系列产品潜在用户群体**的聚集地

2023CJ, 广汽传祺跨界登场, 打造 **“潮有引力” CJ主题展台**

重磅嘉宾接连登场, IP联动热点不断



为承接CJ的**潮流属性**和**年轻流量**  
进一步扩大**品牌曝光度**和**传播集客效果**

结合“**潮有引力**”的主题

我们将打造一场主题为星际漫游的**线上直播活动**

由**主播&KOL**以**直播的形式**

带领更多的同行者加入这场潮酷奇幻的派对

- **【营销策略】**

- 面对潮流与科技交织的舞台，广汽传祺倾力打造了“潮有引力”主题展台。展台独具匠心，巧妙融合变形金刚、红魔姬、小K直播姬虚拟主播三大IP，将广汽传祺影系列产品——影酷、影豹、影速的独特卖点展现得淋漓尽致。参观者将深刻体验到广汽传祺影系列车型的科技魅力与潮流元素，感受到中国汽车品牌的独特魅力。

**宇宙&银河**是二次元文化中频频出现的奇异背景

在这里，诞生了《**银河英雄传说**》《**机动战士高达**》《**超时空要塞**》等等经典作品

而我们通过将**影系列产品**

定义为一个个独具特色的**星球**

由**主播**作为**引领者**

带领线上线下的观众，在CJ这片银河之中的

领略每个“影星球”不同的引力和魅力。

**银河漫游 星球 “祺” 遇**

潮有引力——

创意主线

# 银河漫游星球“祺”遇

活动目的 借势CHinaJoy流量及合作IP热度，多维度、多平台、跨圈层营销，打造强年轻态度热点事件

## 4 场主题直播

- ✓ 围绕影系列产品，开展以“星际穿梭、潮酷星球、战斗星球、萌动星球”为主题的4天4场专场直播
- ✓ 每日主题强相关的cosplay角色助力直播
- ✓ 利用CJ展台限时礼品/CJ门票/同程代金券等礼品作为噱头发起互动，刺激留资互动

## 3 大热门IP联动

- ✓ 结合影系列3大产品特点，分别与变形金刚、红魔姬、小K直播姬开展联动
- ✓ 直击CJ受众关注点，极大提升活动线下线上曝光及关注度，助力集客留资。

## 50+ 达人自媒体矩阵

- ✓ 汽车、ACG、时尚、生活多圈层KOL齐聚现场，形成自媒体传播矩阵
- ✓ 结合不同产品受众和主播主题，由不同类型主播开展针对性直播及短视频创作

## N 多渠道活动传播

- ✓ 多平台50名达人账号发布
- ✓ 官方抖音、微信、快手平台发布
- ✓ 经销商朋友圈、自媒体转发



- **【营销目标】**
- 1.通过设置CJ-潮有引力主题展台，与年轻群体中建立情感链接，提升提升广汽传祺品牌知名度与好感度；
- 2.通过与ChinaJoy合作IP的联动，将影酷、影豹、影速产品卖点与圈层属性深度绑定，提升广汽传祺影系列产品的话题度和好感度；
- 3.多维度多平台跨圈层营销，打造强年轻态度热点事件，引流到销售平台，促进转化。

- **【营销创意】**

- 直播创新：

- 在创意主线：银河漫游 星球“祺”遇基础下，围绕影系列产品，开展以“星际穿梭、潮酷星球、战斗星球、萌动星球”为分主题的四天四场影家族星球主题专场直播，强关联coplay角色助力，打造沉浸式的“银河漫游”体验。

- 产品深化：

- 3大热门IP与影系列3大产品特点充分联动，实现产品直观展示，形象化入消费者心智。

- 破圈传播：

- 聚焦影系列产品的年轻目标用户，实现多渠道、多圈层全覆盖传播，并注重破圈交融互动，实现广汽传祺经销体系下的品牌调性一致传播。

时间	7月						8月
	26	27	28	29	30	31	8.1~
传播核心							
官方渠道	海报	星际航线 整体 预热海报	潮酷星球 影酷直播 预热海报	战斗星球 影豹直播 预热海报	萌动星球 影速直播 预热海报		
	视频	创意短视频发布					
	直播	星际穿梭 影系列主 题直播	潮酷星球 影酷直播 日	战斗星球 影豹直播 日	萌动星球 影速直播 日		
达人渠道	直播	35名 KOL现 场直播	5名KOL 现场直播	5名KOL 现场直播	5名KOL 现场直播		
	图文	50名KOL活动图文发布					

直播规划

直播时间

12:00-14:00

重点车型

影酷

直播主题

潮酷星球 遇见先锋科技和潮酷机甲

主题特色

主播妆造

机甲动漫角色制服

达人配合

机甲风Coser, 结合角色介绍产品L2自动驾驶等科技卖点

直播风格

技术宅, 天才科学少女

直播亮点



**#擎天柱降临直播间**  
通过热门IP提升直播热度, 引出潮酷星球主题  
擎天柱角色以产品互动开场



**#影酷打卡, 释放潮酷引力**  
影酷产品打卡介绍, 重点突出先锋造型、科技属性



**#机甲风Coser互动**  
互动带入产品科技卖点  
**Coser 互动**

达人数量：50人

达人分布：抖音40人，小红书5人，B站5人

达人主播时间：1小时（时段分布详见P34排期表）



## #Coser

### 核心思路：

热点打卡，以自身形象人气带动活动热度

### 直播框架

- ✓ 歼20等展台热点打卡
- ✓ 影系列产品打卡，痛车打卡
- ✓ 至少一款车型功能点详细讲解
- ✓ 合作IP形象互动

## #车评人

### 核心思路：

结合年轻一代需求，以专业角度分析产品优势

### 直播框架

- ✓ 影系列产品打卡
- ✓ 结合CJ现场年轻人的用车需求，对三款车功能点详细讲解

## #时尚博主

### 核心思路：

打卡潮品区，以潮流角度重点传播产品外观优势

### 直播框架

- ✓ 潮品发布区打卡
- ✓ 影系列产品打卡
- ✓ 3款车型外观优势点讲解

## #生活达人

### 核心思路：

偏向女性用户，以女性视角发现产品优势

### 直播框架

- ✓ 以影速产品为主进行打卡
- ✓ 影速车型功能点详细讲解
- ✓ 歼20等展台热点打卡

- **【创意内容】**

- Part1 利用20飞机模型和影系列产品车模，实现 星际穿越主题，带领主播寻找影星球，绘制星际旅行地图；
- Part2 结合擎天柱IP和 潮酷星球主题，输出影酷产品科技亮点；
- Part3 结合红魔IP和 战斗星球主题，输出影豹性能&外观标签；
- Part3 结合小K直播姬虚拟主播 和萌动星球主题，针对女性用户输出影速产品空间、加速、省油等卖点。

- **【创意实施】**

- **圈层动作：**

- 通过话题#银河漫游 星球“祺”遇#，实现Coser、车评人、时尚博主、生活达人实现跨圈传播。
- Coser圈：热点打卡，以自身形象人气带动活动热度；
- 车评人圈：结合年轻一代需求，以专业角度分析影系列产品优势
- 时尚圈：打卡潮品区，以潮流角度重点传播产品外观优势；
- 生活圈：偏向女性用户，以女性视角发现产品优势。

- **传播节奏**

- -星际营救创意剧情短视频制造话题效应，通过海报、短视频等手段在自有媒体平台上掀起传播热潮；
- -通过B站的年轻潮流粉丝群体进行圈层扩散传播。
- -利用小红书上以女性用户为主的特点，进行品牌活动的种草营销。
- -借助抖音的大众流量优势，通过直播互动的形式，引导观众进行留资和参与，深入挖掘活动主题，突出活动亮点，结合热点事件实现病毒式传播，进而实现高比例的付费和自费媒体传播。



### 银河穿梭机启动！ 星球奇遇正式开始

直播内容：主播安安以游戏人物拉克丝的形象出现，根据“银河穿梭 星球奇遇”的主题和脚本内容展开直播，通过影系列三款产品体验、福袋抽奖、政策讲解、活动现场游览等环节聚集人气，引导观众留资；

直播数据：观看量**102.7万+**，累计互动量**543.7万+**，新增粉丝**8608**，留资数**307**



### 影豹战斗星球主题直播

直播内容：主播安安以**初音未来赛车服**的形象登场**影豹战斗星球**，通过产品体验、福袋抽奖、政策讲解、活动现场游览等环节聚集人气，与**红魔姬**嘉宾互动配合，开展以**影豹车型**为主的影家族车型多种功能演示，带观众直观感受到车型亮点；

直播数据：观看人数**10.4万+**，累计互动量**190.1万+**，新增粉丝**8608**留资数**146**





### 影酷潮酷星球主题直播

直播内容：主播安安以**惊奇队长**的形象登场**影酷潮酷星球**，通过产品体验、福袋抽奖、政策讲解、活动现场游览等环节聚集人气，开展以**影酷车型**为主的影家族车型多种功能演示，带观众直观感受到车型亮点；

直播数据：观看量**18万+**，累计互动量**215.5万+**，新增粉丝**8608**留资数**226**





### 影速萌动星球主题直播

直播内容：主播安安以游戏角色瑶的形象登场，通过产品体验、福袋抽奖、政策讲解、活动现场游览等环节聚集人气，开展以影速车型为主的影家族车型多种功能演示，带观众直观感受到车型亮点；

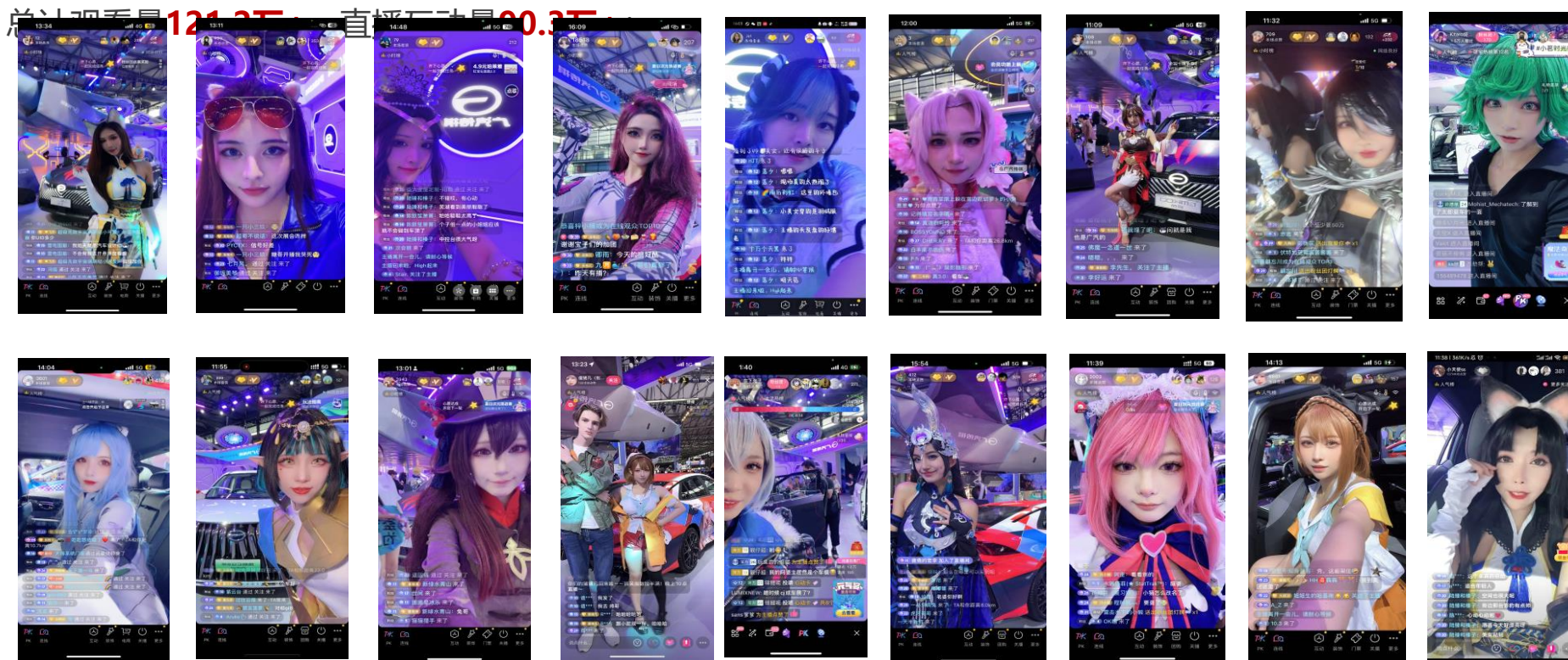
直播数据：观看量**16.2万+**，累计互动量**196.6万+**，新增粉丝**8608**，留资数**180**





50名Coser多平台联动直播，百万场观助力展台出

7月28日-7月31日2023ChinaJoy期间，**50位Coser陆续在**广汽传祺展台亮相进行直播，覆盖**抖音、B站、小红书**三大主流平台，通过**最热门的游戏、动漫角色**，高度贴合CJ活动主题开展影家族产品直播，吸引**年轻人**关注，针对目标人群进行**圈层覆盖式**高效传播



**P** 承接CJ流量及合作IP热度，多维度多平台跨圈层营销，打造强年轻态度热点事件，助力影系列产品集客传播。

**D** 创新1+N多场景串联直播，首日直播场观突破100万；+50名Coser多平台联动直播，百万场观助力展台出圈

**D** 三场影家族星球主题专场直播**观看量119.8万+**，**累计评论18万+**，**留资数859**；  
50名Coser多平台联动直播**观看量121.2w+**，**互动量90.3w+**；

### 四场主题爆点直播引关注

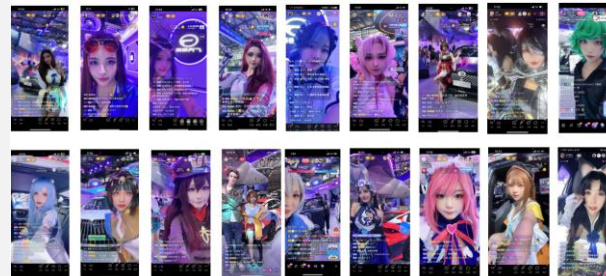
“星际穿梭、潮酷星球、战斗星球、萌动星球”四场圈层主题直播



结合影系列3大产品特点，分别与变形金刚、红魔姬、小K直播姬开展联动

### 50+名Coser接力直播

覆盖抖音、B站、小红书三大主流平台



针对目标人群进行圈层覆盖式高效传播，总计观看量**121.2万+**，直播互动量**90.3万+**

**A** 深度结合年轻人圈层文化，结合影系列产品年轻特点推出破圈直播；  
结合CJ展台主题对应增加了红魔姬、小K姬、虚拟主播等热门IP人物，开展观众互动提升留资转化；  
充分结合每日直播主题及主推车型核心卖点，通过统一风格的达人矩阵深化当日直播主题，加强产品卖点传播。

- **【项目亮点】**
- 大创意：
- 创新1+N多场景串联直播：利用银河穿梭主题概念设计，利用银河穿梭主题概念设计，在#银河漫游 星球“祺”遇#大主题下，通过 星际穿越&潮酷星球&战斗星球&萌动星球四大场景进行产品形象化直播；
- 产品IP一体热点大事件：承接CJ流量及合作IP热度，直播主舞台热点不断，多维度、多平台、跨圈层营销，打造持续高热度&高留资，打造强年轻态度热点事件，助力影系列产品集客传播。
- **【项目数据】**
- 直播数据
- 总直播场观119.8万+；互动量18万+；留资数859。
- 1.创新1+N多场景串联直播，首日直播场观突破100万；+50名Coser多平台联动直播，百万场观助力展台出圈
- 2.三场影家族星球主题专场直播观看量119.8万+，累计评论18万+，留资数859；
- 3.50名Coser多平台联动直播观看量121.2w+，互动量90.3w+；
- 4.针对目标人群进行圈层覆盖式高效传播，总计观看量121.2万+，直播互动量90.3万+
- 传播数据：
- 50位达人全面覆盖，三大主流内容传播平台，四大圈层人群标签。
- 发布频次：60+（4海报+1视频+4场直播+50达人），传播3961.6万粉丝，阅播量：400万+
- 以上数据均来自于传播官方平台。