

# 高合品牌从0到1社会化营销

- ◆ 品牌名称：高合汽车
- ◆ 所属行业：汽车
- ◆ 执行时间：2020.09.07-10.30
- ◆ 参选类别：效果类-品牌传播

## 营销 背景

高合汽车2019年7月正式发布，但直至2020年下半年品牌仍处于**无车型、无传播、弱声量**状态。

## 营销 洞察

高合汽车本身的高端定位，具有较强的话题延展性。因此，采用话题营销可以实现较小预算撬动较高声量的传播效果。

## 营销 目标

让高合汽车上市发布得到声量最大化传播，提升品牌声量。

## 品牌洞察>>

### 品牌高层成为营销突破点

埃隆·马斯克以个人影响力带动特斯拉品牌关注>> CEO丁磊为高合品牌站台>>



丁磊

华人运通、高合汽车创始人  
曾任上海通用汽车总经理、  
上海张江有限公司总经理  
与网易创始人-丁磊重名

## 创意思考>>

### 巧借声量，打造热点话题

移植三巨头品牌调性及品牌关注，建立科技豪华认知>>



## 车型洞察 >>

# 价格高成为消费者最大痛点

## 创意思考 >>

# 高调自黑，定制话题直面网友质疑



## 微博网友纷纷评论HiPhi X太贵



HiPhi X售价超特斯拉入门型1.5倍

# 质



# 疑



自黑成为品牌及明星市场沟通的巧妙手段

打造#这么贵的车谁买#话题

借助讨巧的话题词，利用小预算撬动大声量，建立品牌认知、提升好感度，实现高合品牌在微博从0到1。



**理性碰瓷**，打造品牌首波声量，聚焦新车关注



**高调自黑**，加深车型高端形象，深化产品卖点



巧借高合创始人丁磊与网易丁磊同名  
打造“理性碰瓷”话题#丁磊喊话三巨头#  
广泛调动IT互联网、科技人群、吃瓜人群关注

瞄准车型高端价格特点  
定制#这么贵的车谁买#话题高调自黑  
借机释放高合HiPhi X车型价值亮点

## 营销总览>>



## 品牌发声 9.2-9.7

讨巧的话题词上线运营，热搜及KOL撬动声量>>

打造#丁磊喊话三巨头#话题  
全面体现高合品牌权益



话题登上热搜榜第三位  
保障定制话题声量



KOL矩阵外围传播  
实现事件圈层扩散





车型发布 9.24-9.25

痛点话题上线运营，三大领域KOL联动，为车型发布预热>>

#这么贵的车谁买#话题上线，引发网友高合HiPhi X车型讨论



汽车/时事/科技三大领域共20位KOL扩散  
高合HiPhi X，直播预热信息





车型发布 9.24-9.25

高合HiPhi X发布会微博平台全程直播，即时化呈现新车发布>>

## 上市发布会前 | 直播倒计时及预约页



## 上市发布会中 | 移动端&PC端直播页



## 两次传播内容成功引爆品牌及车型声量，实现高合汽车及HiPhi X大曝光

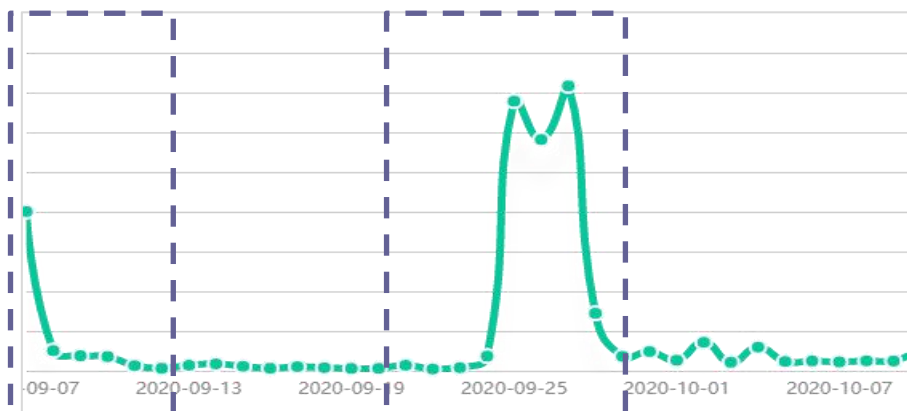
第一阶段 品牌发声

第二阶段 车型发布

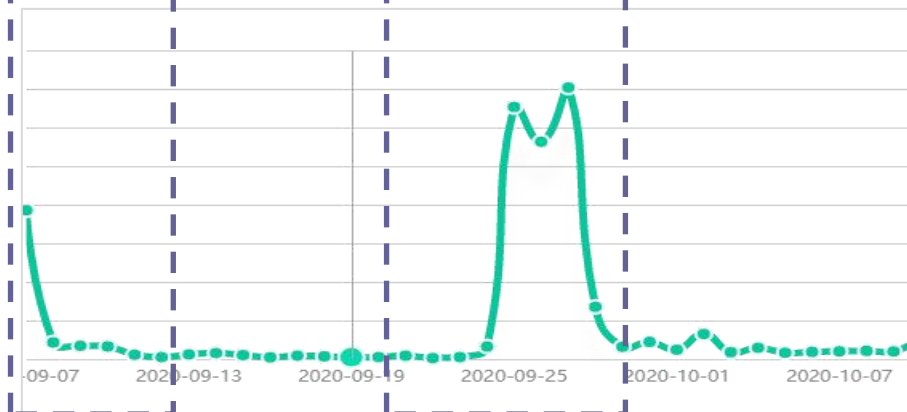
第一阶段 品牌发声

第二阶段 车型发布

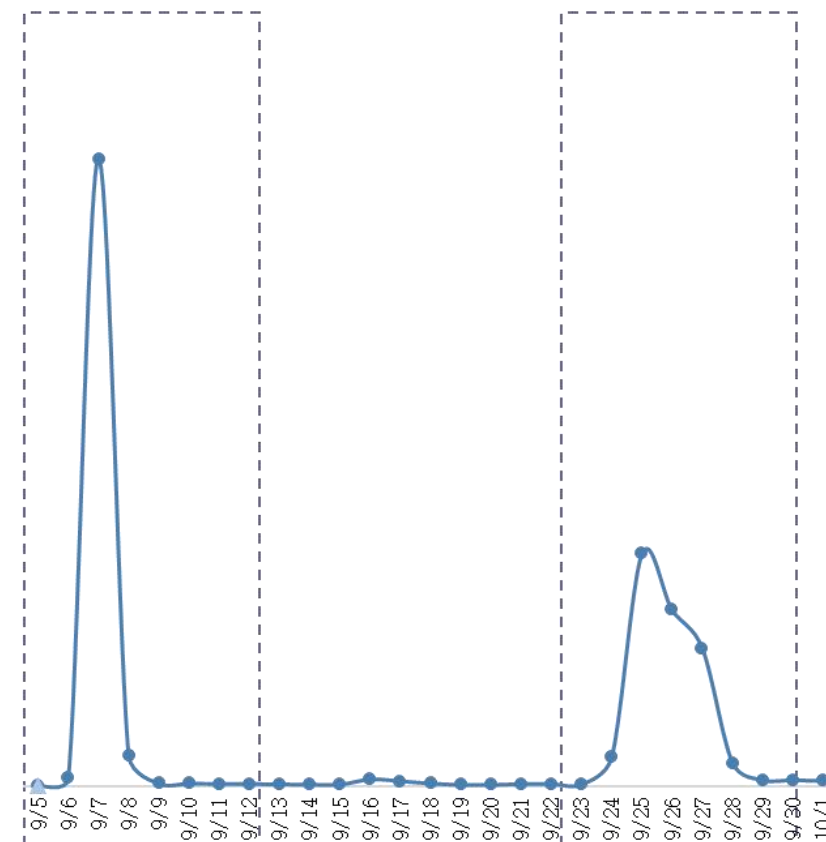
高合汽车  
品牌声量



高合  
HiPhi X  
车型声量

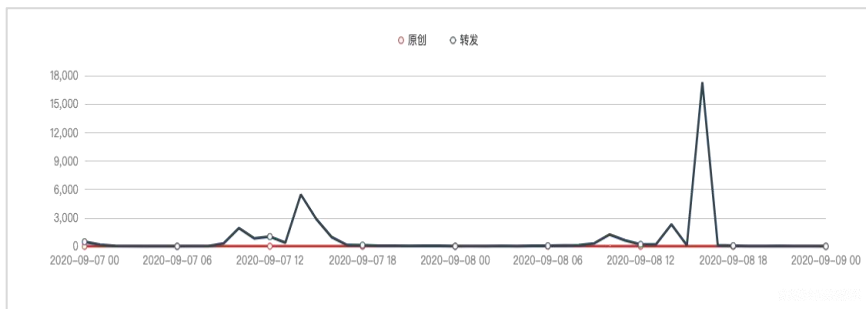


高合汽车官微增粉数



- 第一阶段-高合汽车品牌话题性增加，成功将智能高科技植入品牌基因，车型声量提升

## 话题声量成功引爆



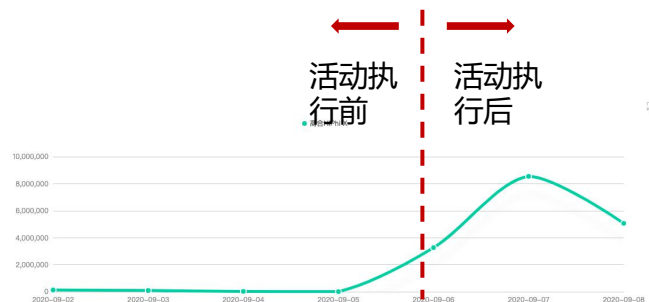
## 品牌词云成功植入科技基因



高合汽车词云执行前后对比



## 车型声量-执行前后同期上涨414万+, 超2.27倍



## 成功借势三巨头热度，带动网友车型好感度



HiPhi X车型词云  
成功绑定竞品，提升话题度



HiPhi X舆论导向  
负面较低

## 触发多个自然衍生话题

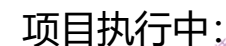
排名	话题	提及量
1	#丁磊喊话三巨头#	1435
2	#十二星座妥协选车指南#	102
3	#走路别光顾着脚下，请看看头上的广告牌#	34
4	#HiPhi X创意“霸屏”全球地标#	16
5	#丁磊广告打到了全世界？#	12

- 高合HiPhi X车型声量较活动执行前**提升225倍**



## 车型负面口碑比率减少

项目执行前：



项目执行中  
高合HiPhi X  
0.24 %  
负面占比

原车型词云以产品点相关的中性词为主，执行后收获“豪华”“高端”“techluxe”等营销关键词，同时出现“爱了”“喜欢”“期待”等正面词语