

小鹏G3i周年庆暨脱口秀直播项目

- ◆ **品牌名称:** 小鹏汽车
- ◆ **所属行业:** 汽车行业
- ◆ **执行时间:** 2022.07.15-08.15
- ◆ **参选类别:** 直播营销类

结案视频

https://www.bilibili.com/video/BV1te41157WX/?is_story_h5=false&p=1&share_from=ugc&share_medium=iphone&share_plat=ios&share_session_id=96EB6E40-51B4-47E9-BD1B-6EA4BCA0B9A8&share_source=WEIXIN&share_tag=s_i×tamp=1664982210&unique_k=XwyA2Zs

品牌营销的背景及面临的挑战

- 小鹏G3是小鹏汽车的第一款产品，以“**年轻人的第一台智能汽车**”为定位，于2018年上市发布。小鹏G3的上市对于小鹏汽车具有开创性里程碑意义，小鹏汽车借此迅速抢占市场，跻身新势力三强。
- 2021年7月，小鹏汽车发布了从用户、颜色、性能等多方面焕新升级后的小鹏G3i，以“**天生智能**”、“**潮流设计**”的特点，打造智·潮都市SUV新标杆，为追求时尚永立潮头的年轻人提供他们的智能SUV优选。
- 在智能电动时代，十多万元的SUV是年轻消费者的高热版块，具有庞大的市场份额，也是竞争最激烈的市场版块。跟2018年小鹏G3的上市相比，小鹏G3i面临的竞争对手更多竞争局面也更激烈。**如何在同级别市场中提升自身的认知地位及竞争力，持续占领年轻消费人群市场，是小鹏G3i要发力的一个课题。**



此次品牌营销希望实现的目标

2022年8月，小鹏G3i满岁之际，品牌希望以官方**天猫及抖音**直播间为平台打造两场G3i周年庆直播节目，以一场出圈的营销活动：

- ①强化小鹏G3i “Z世代的第一辆智能汽车” 的标签；
- ②针对年轻消费主力实现圈层深度渗透，提升用户粘性；
- ③最终实现口碑及销售双重转化。

目标人群洞察

随着90后、95后逐渐成长为社会的中流砥柱，作为新一代消费主力军的他们，在性格特征上：

- “脑洞大开”是常态：追求个性化、独创性，相对于传统思维，Z世代更倾向于用**夸大、戏剧化、动漫化的手法**表达态度和观点；
- 热衷于追求**理想人设**：热衷于体验不同的生活方式，找到适合自己的“人设标签”，同时为之投入热情与时间、金钱
- “**同好**”属性鲜明：以共同兴趣爱好为前提，形成圈层文化

在信息接收形式上：

- 信息接收面更宽泛，但偏向于**碎片化、娱乐化**
- Z世代热爱娱乐，但并不是“娱乐至上”的一代。他们更加青睐**有思想、有质量的内容**，能充分表达自我观点与价值观话题更容易引起兴趣关注

创意策略

基于以上洞察，从年轻化、内容独创性、泛娱乐性出发，结合小鹏G3i “智能”、“潮流”的产品标签；

小鹏G3i周年庆直播节目以**脱口秀**为主体搭建内容创意，携手笑果文化的脱口秀演员Norah和颜怡、颜悦；

以“**i的驾值观**”与“**i你一颜为定**”为主题，传递小鹏G3i “智能领先”、“颜值第一”、产品性能和价值不断与时俱进迭代成长的核心信息。

这一届的年轻人
为了悦己有多拼

Norah
脱口秀演员
小鹏汽车推荐官

i的“驾值观”
斜杠青年Norah畅谈年轻人价值观

2022年8月1日 19:00 - 22:30
淘0:0 天猫 小鹏汽车官方旗舰店

理想生活上天猫

X P E N G

以颜怡人
以颜悦己

颜悦 脱口秀演员
小鹏汽车推荐官

颜怡 脱口秀演员
小鹏汽车推荐官

i你一“颜”为定
脱口秀双生花聊聊颜控这件事

2022年8月2日 18:00 - 21:00
小鹏汽车官方旗舰店 抖音搜索

X P E N G

创意策略及亮点:

- 打破卖货型直播间销售惯例，打造**脱口秀现场场景式**直播间，以“娱乐”包装“干货”。
- **幽默+当代青年价值观**话题双向并重的综艺模式，创造真正有价值、多元化的话题内容，同时**以话题强化G3i产品标签**，成为受众“社交谈资”。
- 选择**人设与年轻消费群体相当契合**的Norah、颜怡颜悦共同为产品证言；利用**脱口秀演员自身角色的多元化及真实感**，与小鹏G3i深度结合，最大范围撬开流量入口，撬动粉丝力量并辐射更广泛消费人群，实现高转化。
- **从直播到社交，从线上到线下**，构建全平台传播矩阵。整体**传播节奏波浪式铺排**，预热 - 开展 - 扩散 - 收尾，让小鹏G3i多次进入目标受众视线，最大范围覆盖用户和引流。

策略与创意的实施

1. 脱口秀明星基础上的内容创意

预热阶段 -

- ① 制作身份标签竞猜，小鹏汽车官方平台发布悬念海报
调动受众兴趣及求知欲

斜杠青年
多学霸才女
语种
驾驶EVA的中二少年
百万UP主

斜杠青年
多学霸才女
语种脱口秀
种演员
驾驶EVA的中二少年
百万UP主
亲切的 ?
控场型主持

这一届的年轻人
为了悦己有多拼
?3
×
i的驾值观
i



策略与创意的实施

1. 脱口秀明星基础上的内容创意

预热阶段 -

- ② 以“颜值”社会热门话题梗，官方发布“凡尔赛风”G3i「颜文学」创意成语海报。



策略与创意的实施

1. 脱口秀明星基础上的内容创意

预热阶段 -

- ③ 借助三位脱口秀演员的知名度，发布预热视频，提升直播预热曝光度以及直播预热信息的吸引力



策略与创意的实施

1. 脱口秀明星基础上的内容创意

直播阶段 -

- ① **斜杠青年Norah**，自带职场打工人的情感共鸣，结合小鹏G3i“高颜值、智潮”卖点的创意内容的输出，Norah在直播中畅谈年轻人“i的驾价值观”，用自己的多重身份亲身经历，分享关于年轻人选择第一台智能汽车的观点，“**左手颜值，右手智潮**”，年轻人可以全都都要。



策略与创意的实施

1. 脱口秀明星基础上的内容创意

直播阶段一

- ② 颜怡、颜悦，以年轻女性的视角，强势触动产品“颜控”思维，轮番表白心动好物 - G3i，场景化的内容演绎和独特的女性视角解读对于产品颜值和智能化的关注，并带出小鹏G3i高颜值的核心卖点，为产品强势站台
- ③ Norah、颜怡颜悦脱口秀的扎实功底，在这两场直播中得以100%“真我”呈现。直播中，以自身观点及年轻人相关社会话题带出小鹏G3i毫无违和感的“植入”，在赢得观众会心大笑的同时，小鹏G3i的品牌形象及价值内涵亦在潜移默化中深植受众心智。



策略与创意的实施

1. 脱口秀明星基础上的内容创意

扩散阶段-

延续“后轮驱动”思维，对嘉宾的**金句爆梗**、**明星脱口秀卡断**等精彩内容进行**二次图文/混剪创作并传播**，强化此次营销项目记忆传播，提升线索效率，从而促进小鹏汽车G3i的销量转化与整体传播效益。



策略与创意的实施

2. 核心卖点场景化打造

科技感、时尚感十足的直播现场设计带出小鹏G3i具辨识度的前卫潮流设计、高智能化的核心卖点的同时，亦烘托出了直播内容的轻松趣味性，实现视觉与内容完美契合的整体呈现。



策略与创意的实施

3. 波段式传播结构，多渠道覆盖全域传播

在传播过程中，利用小鹏汽车官方微博、微信、视频号、抖音等社交平台及脱口秀演员微博账号为传播播内容，形成两段**波段式**传播节主阵地分发传奏，达成流量破局。

辅以外围微博、微信点位投放，**由上至下完善话题生态**，邀请小红书生活方式、汽车、时尚潮流方向KOL及KOC籍七夕之际线下门店告白小鹏G3i “just for I” ，进行深度内容种草，为**传播多线程赋能**。



项目效果说明

1. 整体传播声量高达2000万+，直播线索量创新高

“i的驾值观”与“i你一颜为定”在天猫及抖音上两场直播全网曝光量高达1100万+；两大电商平台也为小鹏汽车在此次传播上打开线索开口，引流裂变提供了强曝光资源，两场直播高效收获超过2200条有效线索留资，实现粉丝沉淀及销售转化。

2. 新势力汽车品牌跨界脱口秀与消费者沟通的新思路，也赢得了业界持续关注，案例众多知名营销账号收录发布，促成了一波真实有效曝光，成为新势力汽车品牌营销新标杆。

小鹏汽车为「G3i 汽车」开了场脱口秀

SocialBeta编辑部 | 2022-08-11 15:00 | [案例原链接](#)

作为小鹏汽车第一款智能汽车，小鹏 G3 系列汽车备受年轻消费者关注，在小鹏 G3i 汽车上市一年之际，小鹏汽车携手汽车推荐官、脱口秀演员 Norah 和颜怡颜悦，开启了两场题为「i的驾值观」与「i你一颜为定」的脱口秀直播。

直播中，Norah 围绕小鹏 G3i 「高颜值」的卖点进行观点输出，并且生活中不断切换各种身份的亲身经历，分享年轻人是如何选择第一台智能汽车的。颜怡颜悦则以年轻女性的视角，讲述自己对小鹏 G3i 的颜值以及智能化的解读。除此之外，小鹏汽车针对 G3i 汽车的颜值标签推出系列谐音梗海报。

一直以来，小鹏汽车致力于与年轻消费者对话，打出智能潮流的策略。此次，小鹏汽车更是将思维绑定新世代的美好，通过脱口秀的方式「说服」年轻人，同时多角度、持续性地强调小鹏 G3i 「高颜值」、「智潮」的品牌记忆。[SocialBeta]



1

携手脱口秀卡司，
持续强化车型颜值、智潮DNA

随着90后、95后逐渐成长为社会的中流砥柱，作为新一代消费主力军的他们，视脱口秀为当代年轻人“精神良药”，追求个性化，享受悦己体验感是他们的最真实的状态。小鹏汽车旨在将G3i颜值、智潮的概念通过内容做圈层渗透，强转化实现产品口碑塑造：年轻人的第一台智能SUV。

小鹏G3i满岁之际，小鹏汽车携手果麦文化的脱口秀演员Norah和颜怡颜悦，共同打造了属于年轻人敢爱敢说的「i的驾值观」与「i你一颜为定」两场脱口秀破圈直播。

斜杠青年Norah，自带职场打工人的情感共鸣，持续圈粉无数年轻人，结合Norah对小鹏G3i高颜值、智潮”卖点

项目亮点总结

- 小鹏G3i周年庆暨脱口秀直播项目，从脱口秀跨界形式的选择，到Norah、颜怡颜悦人设与目标用户的契合，再到花样频出的主题内容玩法，突显品牌对年轻消费者的深入洞察，也是对年轻人喜欢的沟通方式的理解与娴熟运用。
- 此次营销项目是一个轻量化、触动性高的内容创意传播事件，以创新内容创意解决小鹏G3i在同级别市场的竞争地位认知相对模糊，在细分市场的竞争力相对较弱的问题。通过脱口秀话题，小鹏G3i“高颜值”、“智能”的特色标签与“年轻人的第一台S智能汽车”紧密捆绑，小鹏汽车勇于探索的品牌精神也得以精准表达，深植年轻消费群体心智，实现种草 - 转化的高效衔接。