

# 福特锐界之珠海航展跨界合作

- ◆ 广告主: 长安福特
- ◆ 所属行业: 汽车
- ◆ 执行时间: 2018.10.31-11.15
- ◆ 参选类别: 跨界营销类



- 锐界希望通过合作同步提升全新锐界尊锐型PLUS车型及品牌声量
- 沟通科技兴趣人群，建立“集智能科技于一身的强大SUV”这一车型印象

## 洞察：航展与锐界科技卖点及兴趣人群密切贴合

珠海航展：世界级军备展示平台

**在中国具有唯一性**

唯一由中国政府批准举办的  
国际性专业航空航天展览。

**军备展示平台**

亚太展示空军现代化武器和军  
事装备的最大平台。

**辐射全球影响力**

立足亚洲辐射全球，  
最具品牌号召力的航空展会。

珠海航展潜在用户——“航空迷”“军事迷”人群画像

**基数庞大**

中国泛军迷的数量约**3.2亿**，  
覆盖近**2/5**网民总数。

**绝非“直男”**

女性对于军事内容产品的喜好度直  
线上升，不少女性关注品牌也开始来  
“蹭热度”。

**消费力强**

这一群体有着极强的消费能力，尤其  
对于IT、白酒等产品更为突出。

**科技人群**

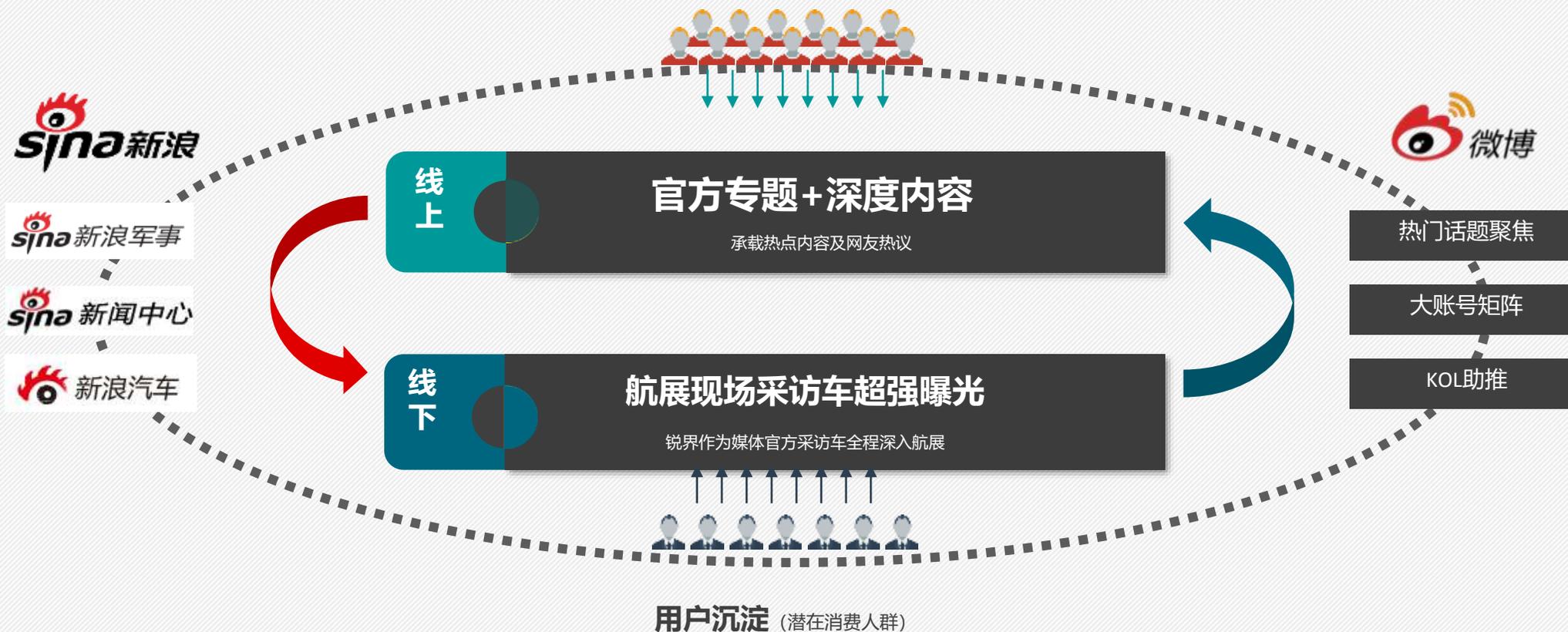
航空及军事兴趣人群同时也是科技敏感人  
群。对各类载具的科技元素都有较高关  
注度

## 策略：依托微博对航展的媒体采访权益深度植入品牌车型



- 1、覆盖新浪门户+微博上科技及军事兴趣人群，凭借中国航空航天博览会“智能”、“科技”、“强大”标签“扩大品牌车型声量；
- 2、深度解析锐界尊锐Plus车型科技智能亮点，让消费者在了解/参与项目的同时，记住锐界，提升对锐界的好感度；

## 策略：微博+新浪双平台线上线下整合传播



## ①-唯一与机型近距离接触的采访车，享受独家曝光资源

航展精彩图集、视频集，军事大咖对话视频以及新浪媒体直播中出境，拉升锐界智能科技调性



长安福特锐界助力新浪军事2018珠海航展报道



新浪汽车珠海航展跨界对话特邀军事专家



航展精彩视频集视频链接：  
<http://video.sina.com.cn/p/mil/doc/2018-11-11/171069069961.html>



军事大咖对话视频链接：  
<http://video.sina.com.cn/p/mil/doc/2018-11-11/171069069962.html>



新浪直播、大V直播伴随全程  
 口播、麦标、车型出境

## ②-全面绑定航展线上热点报道及讨论阵地

#珠海航展#官方话题及双端专题锐界权益全程贯穿，航展预热海报、机型海报、直播海报植入



话题



专题



预告海报



机型海报



## ③-定制栏目解析军民载具科技，软性呈现锐界亮点

深度解析军用科技与民用科技在工业发展历程中的互通与借鉴，自然植入锐界智能科技亮点



福特创始人飞天梦直入苍穹

链接: <http://auto.sina.cn/jishu/2018-11-14/detail-ihnvukfe8552068.d.html>



地面武器军民融合的那些事

链接: [http://slide.mil.news.sina.com.cn/l/slide\\_8\\_62085\\_68535.html#p=1](http://slide.mil.news.sina.com.cn/l/slide_8_62085_68535.html#p=1)

## ④-推广：微博、新浪新闻跨平台三端资源联合助推



新浪新闻APP开机



新闻APP军事首页焦点图



WAP军事首页焦点图



PC军事首页-要闻区文字链



PC新闻首页-视频版块图文推荐

## ④-推广：新浪官微矩阵联合军事、汽车多维KOL助推声量



粉丝5917万+



粉丝1768万+



粉丝982万+



粉丝28万+



粉丝1200万+



粉丝680万+



粉丝430万+

## 优质内容引导+核心点位曝光助力品牌强势曝光



### 硬广曝光超7千万

所有硬广曝光72,213,232次，完成率  
**106%**；  
点击量395,264，完成率**429%**



### 话题曝光增量10亿

主话题阅读量**18.6亿**，较活动前增长10亿；  
讨论量**89.5万**，为活动前的**2.5倍**



### 各类视频总曝光5千万次

航展直播总播放量**4200万+**；  
体现口播的直播量总计**2410万次**  
三大短视频播放量**958万次**