

“九号智领出行” 投放案例

- **品牌名称：**九号电动车
- **所属行业：**汽车及交通运输类
- **执行时间：**2024.07.05-10.29
- **参选类别：**场景营销类

九号 X 地铁

十城 杭州 成都 长沙 武汉 西安 南昌 南通
太原 福州 常州



年轻化 高质量消费群体 沉浸式 持续强曝光

明星影响力加持 品牌认知UP

总覆盖1.69亿+人次



营销背景

背景

全球“双碳”目标及中国新能源政策推动电动两轮车替代燃油摩托车,多地禁摩政策加速市场扩容。

市场

中国电动两轮车年销量超5000万辆,存量市场替代与新用户需求并存,国内市场增长潜力显著。

困境

九号近几年以‘智能高端’的标签在一众电动车品牌中逐渐展露头角,相对于传统品牌雅迪,艾玛等大众认知度较高的品牌该如何破局?

营销目标

让用户了解品牌价值，提升用户对九号品牌的认知、兴趣和购买意愿。

加大新品曝光，提高品牌的市场增量和产品销量，助力九号业绩再创新高

基于品牌核心需求，寻求目标人群

巩固九号公司“智能短交通与机器人领域全球领导者”的品牌定位。引导用户了解品牌价值，提升用户购买意愿。

以年轻人熟悉的场景-【地铁】为沟通点，快速传递信息，有效输出品牌

1. 大覆盖

覆盖广泛，瞬时到达

2. 高频次

重复接触，增强记忆

3. 场景化

快速传播，产生共鸣

配合新品上市/品牌塑造/活动推广

市场认知→品牌提升→行为推动

精准定位，覆盖城市通勤人群、年轻科技爱好者。

通过场景共鸣：结合地铁场景痛点（通勤效率、环保需求），传递产品价值（智能、便捷、低碳）。引导用户购买

城市

新一线城市（如成都、杭州、长沙等）。

选点

换乘站、商圈站，高新科技园等年轻通勤族，科技爱好者，学生日常出没人流量密集度较高的站点。

媒体形式

大灯箱/墙贴广告/包柱（覆盖通道、候车区）等对感官冲击较大的广告区

九号 - 让出行更奇妙

"重新定义城市公共空间营销范式——让品牌传播成为城市出行体验的一部分"

覆盖年轻群体 1.69亿+人次



- 精选十城高客流地铁站，视觉冲击大的媒体形式，触达以年轻人为主的目标群体，传达品牌主张；
- 总覆盖人次高达**1.69亿+**，为品牌声量获得市场增量，并**提高了品牌认知度**

借势明星影响力 二次传播



- 借势明星影响力，吸引易烊千玺众多粉丝打卡，迅速在各**主流社交媒体**的年轻人群中形成**二次传播**

传播闭环：九号×天猫



- 通过密集的地铁投放，宣传其核心产品，快速扩大品牌流量入口，引导消费者至电商平台进行购买，**完成流量承接，有效助力产品销量的提高。**

智潮出击，年轻化品牌战略驱动品效双赢



品牌曝光

10城核心商圈地铁广告强势覆盖
亿级通勤人群，年轻群体品牌
认知度提升显著



销量增长

产品智能功能&外观展示带动"
销售转化：
线下门店客流量↑15-20%+（热门
商圈↑30%+），重点城市销量
↑25%+



市场反馈

创意设计获好评：科技感视觉
+智能化定位形成强记忆点·
产品卖点成焦点



品牌塑造

品牌形象升级：成功塑造"年
轻潮牌"心智认知