

蔚来2024 NIO IN创新科技日整合营销

- **品牌名称:** 蔚来汽车
- **所属行业:** 汽车
- **执行时间:** 2024.07.17-07.29
- **参选类别:** 话题营销类

- 【背景1】** 2024年7月27日，「2024 NIO IN创新科技日」成功举办。本次科技日以“AI原生开始加速智能电动汽车进化”为主题，展示了蔚来在智能驾驶、整车操作系统、智能系统以及智能硬件等领域的最新研发成果，核心技术亮点包括：
 - 芯片技术革命性突破：**全球首颗 5 纳米智驾芯片神玑NX9031流片成功，底层软件和硬件均实现自主设计，一颗自研芯片能实现四颗业界旗舰芯片的性能。
 - 操作系统技术革命性突破：**业界首个整车全域操作系统SkyOS·天枢全量发布，汽车智能化从模块智能、系统智能进化到**整车全域智能**。
 - AI赋能智能系统底层能力升级：**基于AI底层能力打造的全新Banyan 3智能系统，通过引入NOMI GPT架构和多智能体架构，重构了NOMI的复杂任务处理能力，加速了座舱体验从**“单点功能”**向**“主动智能”**的进化。
 - 中国首个智能驾驶世界模型 NWM (NIO World Model, 蔚来世界模型)：**该模型可全量理解数据，具有长时序推演和决策能力，能在100毫秒内推演出216种可能发生的场景，寻找到最优决策，提升了智能驾驶的预测能力和安全性。



- 【背景2】** NIO IN发布会结束后，CEO李斌开启个人直播，多位 L1级技术高管出境。

- **【营销目标】** 将蔚来品牌“有芯有魂”的标签有效传递给行业 and 用户，加强其对蔚来智能技术领先的心智认知。

- **难点：**

- **如何让用户理解复杂晦涩的汽车智能化前沿技术：** 技术传播内容艰涩难懂，尤其是在技术突破发生时，市场往往对新概念缺乏认知。
- **如何突出蔚来汽车智能化技术的竞争优势：** 随着智能驾驶、智能座舱等汽车智能化概念趋于同质化，如何有效传递“蔚来才是真正做到整车智能的企业”是本项目的另一大挑战。
- **NIO IN 活动当日恰逢巴黎奥运会开幕，如何保证全网关注度。**

【整体策略】将“蔚来汽车智能技术”和“中国品牌崛起”标签深度链接，采用“**系列发布会+权威媒体定调+创始人直播+多圈层媒体传播+视频内容二创剪辑**”的复合传播形式，进行全方位事件传播，塑造蔚来“有芯有魂，引领中国车企”的品牌形象。在传播节奏方面，因技术传播内容艰涩难懂，**整体传播节奏由点代面，有序递进。**

内容策略	传播蔚来汽车“有芯有魂”	<ul style="list-style-type: none"> • 前沿概念普及，树立“整车智能才是真智能”的心智：以“SkyOS是中国汽车的魂”为传播核心，面向行业媒体前置开展知识科普公开课（科普模块智能、系统智能、整车全域智能的区别等），引发行业对“整车智能”理解、关注和讨论。 • 传递“蔚来是有芯有魂的领先车企，中国汽车北斗时刻到来”，强化品牌的技术领先形象。
传播策略	央媒权威心智定调，其他意见领袖持续扩散	<ul style="list-style-type: none"> • 权威定调：以央媒定调、行业权威专家背书，将单点的科技行业事件升为成重要社会事件“中国品牌崛起”，定调“中国汽车北斗时刻”，强化领先智能技术实力“有芯有魂，自主可控”。 • 蔚来CEO李斌IP传播：直播期间，蔚来CEO李斌和多位技术高层亲自为用户解惑，直播后，持续埋梗传播，输出蔚来技术的行业地位、用户利益与情绪价值，并突出李斌的独特个人魅力。 • 破圈传播：打造新闻专题页，抢占热搜。同时，以优质视频内容为二创剪辑核心，联动汽车、科技、财经等多圈层媒体传播。

发布会前期

- 面向核心媒体开展整车全域操作系统媒体公开课，为媒体深度解读底层技术，为后续深入浅出的传播奠定技术理解基础，这是本次传播中非常关键的一环。

发布会期间

- 通过央媒和权威专家定调、行业领袖站台、蔚来CEO李斌与L1技术高管直播、汽车/科技/财经等媒体传播、三方内容创意传播、打造新闻专题页等打法，树立目标用户对于“蔚来有芯有魂有体，自主可控”和“蔚来引领智能汽车行业发展，实现中国汽车零的突破”的认知，并为品牌定调“中国汽车北斗时刻”，拉高用户情绪，形成用户自发传播，实现信息破圈扩散。



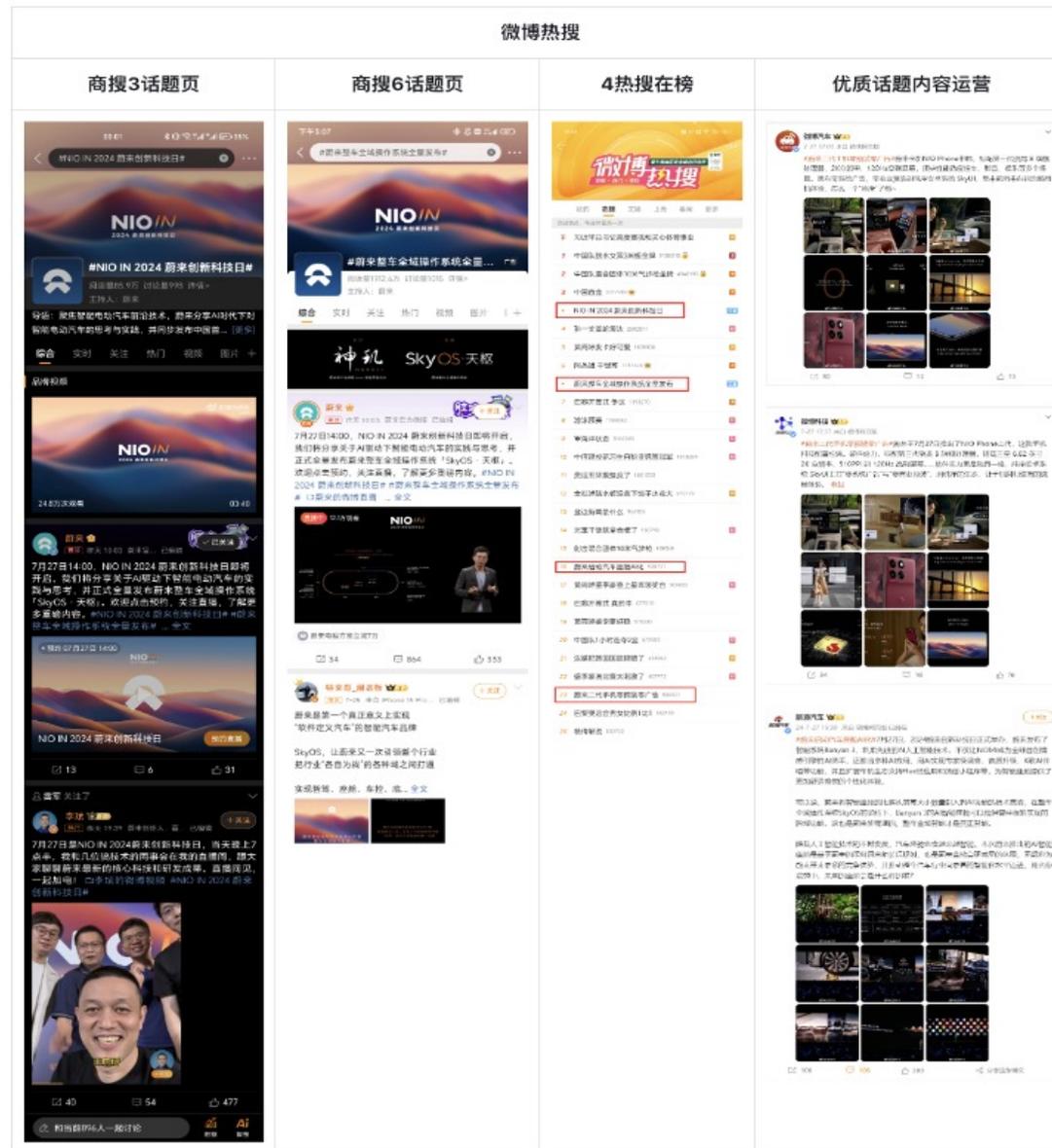
发布会结束后

- 央媒权威报道（央视等），突出“中国品牌崛起”这一重要社会价值，在强化技术领先的同时，强化了积极正向的企业社会责任形象。



• **【整体效果】** 活动当日产生73个话题，媒体出刊6000+条，累计阅读量4亿+，**共产生21个热搜**，热搜高位话题累计互动量接近9w。

- **热搜情况:** NIO IN 活动当日恰逢巴黎奥运会开幕，在奥运话题霸榜微博热搜的情况下，#NIO IN 2024 蔚来创新科技日#、#蔚来整车全域操作系统全量发布# 分别进入微博热搜第3位、第6位；#蔚来启动汽车座舱AI化#、#蔚来二代手机零预装零广告# 分别在第16位（在榜时间1小时24分）、第23位（在榜时间1小时36分）。
- **传播效果超出客户预期:** NIO IN 整场传播立项前，热度值非保守预估为263万，传播周期后复盘热度值达432万，超额165%达成（该热度值换算为阅读为近5亿）。

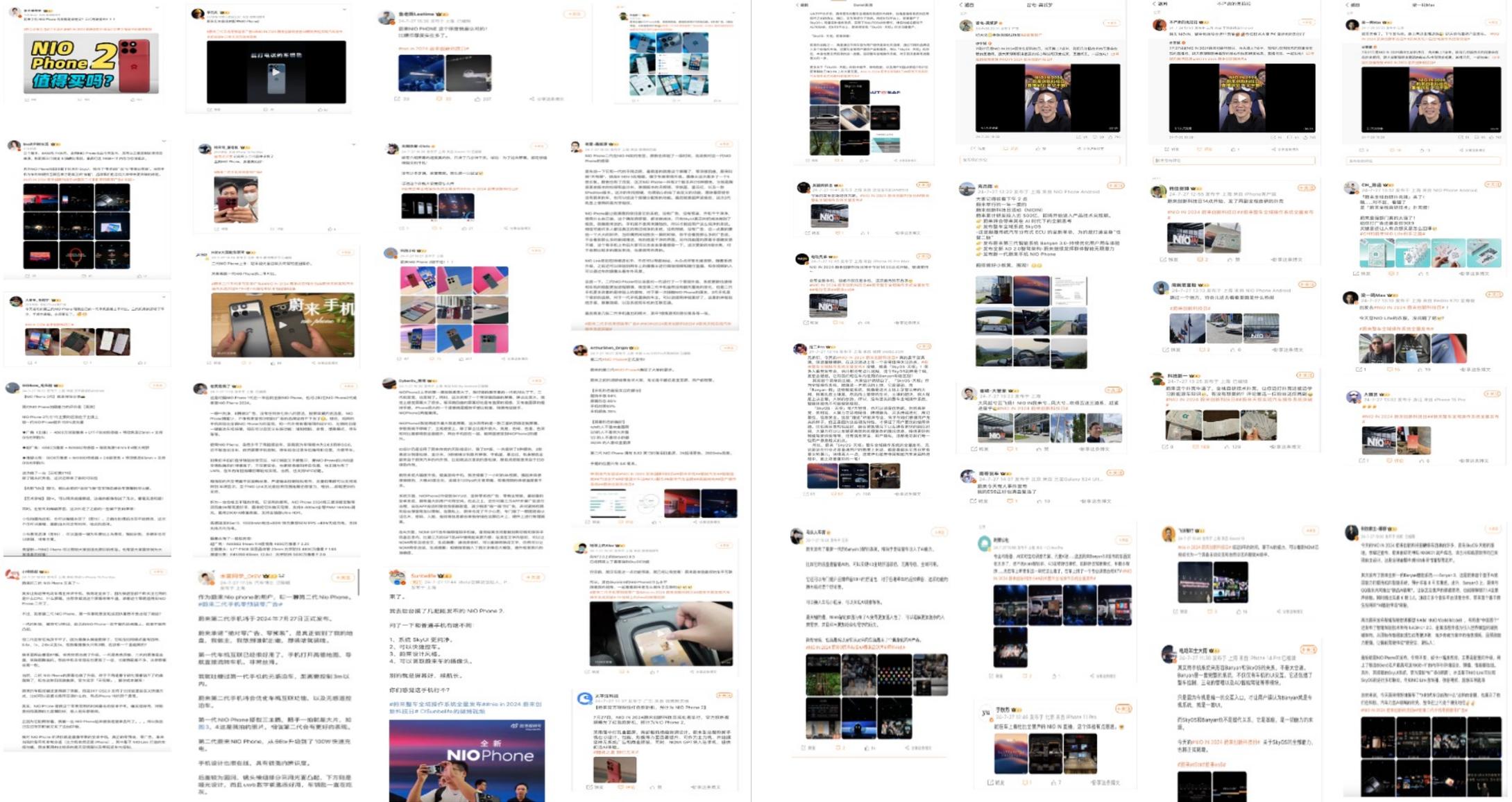


- 【行业影响】** 蔚来「NIO IN创新科技日」不仅是一场科技盛宴，更是蔚来向全球展示其创新实力和市场领导地位的重要窗口。活动的成功举办，在有效加强蔚来领先技术品牌形象的同时，也为整个智能电动汽车行业树立了科技IP日新标杆，推动了智能电动汽车全行业的发展。





钛媒体快报
7x24H
专业主义，全球影响



The image displays a grid of social media posts from various Chinese platforms, including Weibo, Douyin, and Bilibili. Each post features the NIO Phone 2 and includes promotional text, user reviews, and product images. The posts are arranged in a grid-like fashion, showcasing the brand's marketing efforts and the positive market feedback it has received. The content is primarily in Chinese, with some English text interspersed, reflecting the brand's focus on the Chinese market.