

东风风神L8致敬英雄内容营销项目

- **品牌名称：**东风风神
- **所属行业：**汽车
- **执行时间：**2025.08.12-09.10
- **参选类别：**视频内容营销类

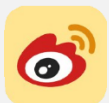
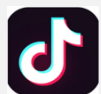
案例视频

<https://wx.mail.qq.com/s?k=hv38Y3ojYjIKypTlb2>

营销背景

- 市场挑战：新能源汽车市场竞争激烈，用户对央企品牌的情感连接薄弱，产品同质化导致种草难度加大。
- 机遇窗口：九三阅兵引发国民爱国情绪高涨，“平凡英雄”主题自带情感共鸣基础，为品牌价值观传递提供契机。
- 品牌需求：东风风神作为央企，需强化“可靠可信”的品牌认知，同时为风神L8上市快速积累声量、撬动终端转化。

围绕平凡英雄，传递东风风神央企担当价值观 建立可信、可靠、可爱的品牌形象



视频号

以凤凰网的优质内容生产与整合能力，带动“93”热点下品牌社交故事打造拉动传播，巧妙品牌植入影响用户对产品科技的认知。以凤凰网权威媒体账号与权威军事大V账号与社会影响力公知账号联合推荐形成传播的“价值种草”。

品牌种草

国家工程独家场景，国家英雄故事重现，以凤凰网媒体资源与讲故事能力，抓住93爱国情绪高涨节点，为东风风神L8央企品牌形象打造国家级故事，建立读者可信、可靠、可爱的品牌形象。



产品种草

以“名场面”“走心场景”在影片中全面植入“大家好”的风神L8更舒适、更智能、更强续航与动力产品特性，让用户充分感知大国盛世下央企造车的科技跃升，向用户而来的最佳体验。



价值种草

权威媒体凤凰网+国内顶级军事大V联合推荐共创，联动国家媒体加入联合传播，形成社交平台的价值群体集体种草，实现声量与价值的双丰收。



营销目标

- 声量目标：借助热点实现全网高强度曝光，打造现象级传播话题，提升风神L8上市关注度。
- 品牌目标：将品牌央企担当与“平凡英雄”精神绑定，升级“大国科技代言人”形象，夯实用户信任。
- 转化目标：通过内容种草深化用户对产品舒适、智能、续航等核心卖点的认知，带动销售线索增长，助力首月销量突破。

深入挖掘真实故事，让产品力在真实场景中自然植入 与用户产生强烈的情感共鸣

塔县巡边人
世代接力，无声守护山河无恙
塔县场景→智能科技带来更舒适的巡边

大国工程师
天山胜利隧道，创造奇迹的英雄
天山场景→风神L8守护全家的选择

东风工程师
突破“卡脖子”技术，平凡人也是英雄
东风场景→马赫动力的用户价值



独家场景：车型提前穿越天山隧道



旅行场景：天山下露营6000w外放



父子车机对话 呈现ai实力



走进东风全球创新中心，以管工视角打卡东风马赫混动超强热效比背后的故事，种草大国科技

核心策略

- 立足新能源汽车市场同质化竞争，精准捕捉九三阅兵引发的国民爱国情绪，以“情感共鸣 + 权威背书 + 产品种草”为核心策略，打造“平凡英雄叙事”营销闭环。

内容创意：平凡英雄叙事的破局性策划

在风神L8上市节点，借势九三阅兵国民情绪，填补央企品牌 + 平凡个体的情感连接空白
打造《致敬英雄》视频内容引发用户共鸣，有效提振产品声量并实现产品价值种草

借势 热点

精准命中用户关注热点
社交传播成为热搜爆点

9.3阅兵全球热点事件，放大东风风神品牌价值，带动L8产品热度。



情感 共鸣

风神L8产品力实力种草
爱国爱家调动用户情绪

以抖音为核心阵地，以情感故事短片结合KOL共创实现用户种草。



权威 背书

“国家队”联合共创
高度权威背书彰显央企品质

军事大v深度共创，点赞大国科技，点赞东风风神L8军工品质。



创意亮点

- 主题创意：聚焦“戍边家族、大国工程师、技术研发者”等平凡英雄，串联“国土守护、工程奇迹、科技突破”主题，填补央企品牌与个体的情感连接空白。
- 叙事创新：采用“国家记忆 + 个人情怀”双线叙事，以纪录片级质感呈现真实故事，强化情感代入。
- 矩阵构建：打造“长视频引爆 + 短视频扩散 + 图文深化”多形态内容矩阵，适配抖音、凤凰网等不同平台传播特性。
- 绑定逻辑：通过“价值观 + 信任链 + 产品力”三维绑定，将品牌央企担当、产品核心卖点与英雄场景自然融合，实现“种草不生硬”。

创意原点

借势九三阅兵国民爱国情绪 + 洞察用户对“平凡英雄”的情感共鸣需求，可视化呈现真实英雄故事 × 产品场景植入 × 权威媒体背书 = 情感式种草。

内容选题

以“戍边家族、大国工程师、技术研发者”为缩影，串联起“国土守护、工程奇迹、科技突破”的时代主题，并落脚于“国家、社会、个人”的情感认同，从而激发多圈层的深度共鸣。

平凡英雄叙事 × 多形态视频矩阵



国家英雄故事 + 国产央企汽车

传播节奏

- 预热期 (9月3日-4日)：发布预热海报*3、预热视频*1、打call视频*1，引爆#谁是中国的超级英雄#话题，预告《致敬英雄》正片上线。
- 引爆期 (9月4日)：发布凤凰网长纪录片，军事大V深度共创视频转发，推动话题破圈。
- 扩散期 (9月5日-24日)：精剪短视频在抖音分发，KOC二创跟进，人民网、新华网等央媒报道，垂直平台发布深度图文，车主故事视频等，沉淀品牌口碑。

	阶段一 (9月3日-4日)				阶段二 (9月4日-6日)		阶段三 (9月4日)	阶段四 (9月24日)
传播核心	正片引爆				权威背书		扩散分发	车主故事
传播话题	主话题： #东风风神L8致敬英雄#							
传播内容	动作1 预热海报曝光 激发大众关注 	动作2 预告片全网社交平台同步上线传播 引流正片关注 	动作3 军事大V打call 吸引大众注意 	动作4 借势社会热点 上线品牌定制视频 引起群众共鸣 进而升华至品牌精神 	动作5 大V二创传播 提升内容传播度 触达更多消费者 	动作7 凤凰卫视电视广告多轮宣发 普及更多受众 	动作6 双平台话题运营 为视频增加传播热度 	动作8 暖心车主故事上线，引发车主共鸣 
产出素材	预热海报*3	预热视频*1	打call视频*1	正片视频*1、精剪视频*3	大V二创*19	TVC视频	话题运营	车主海报*1 车主视频*1
传播渠道	【微博】@凤凰网军事	【微博】@凤凰网视频 【视频号】@凤凰网军事、凤凰网国际	【视频号】@凤凰网军事 【微博】@凤凰网军事 【抖音】@宋忠平	【微博】@凤凰网、@凤凰网汽车、@凤凰网军事、@凤凰网视频 【抖音】@凤凰网、@凤凰网国际、@宋忠平 【视频号】@凤凰网、@凤凰网国际、@凤凰网军事 【B站】@凤凰网全球观察团 【快手】@风视频 【今日头条】@凤凰网视频凤凰卫视抖音账号 【凤凰网】app端和pc端点位	【抖音】@杜文龙、@瞩望云霄、@书房点兵、@东风迷语、@陈虎点兵、@世界见闻录、@科学观察家、@猴哥观察室、@军武知识局、@爱国博主、@吴雷兰、@李记者的日常 【视频号】@武器百事通、@达哥有点味、@小鱼说事吧、@三毛观世界、@冲哥瞰天下、@世界观讯、@圆脸赖赖	【凤凰网】	【抖音】 【微博】	【微博】@凤凰网汽车、@凤凰网视频、@凤凰网 【视频号】@凤凰网国际、@凤凰网 【抖音】@凤凰网、@凤凰网 【B站】@凤凰全球观察团

执行细节

- 内容投放：预热海报*3，预热视频*1，打call视频1，正片视频*1，精剪视频3，TVC视频凤凰卫视播出*1，车主海报*1，车主视频*1。
- 资源联动：联合军事大V+社会时事类博主*19内容共创，人民网、新华网等国家级党政媒体自发卷入报道，形成权威传播矩阵。
- 话题运营：核心运营 #被塔吉克族四代人戍边故事感动#、#被塔吉克族四代人戍边故事整破防了# 等2个话题，联动平台推流，引导用户自发传播。
- 优化调整：实时监测抖音 5A/3A 指数、热搜榜单数据，针对高互动内容追加投放，强化转化链路。



主阵地抖音上榜 强势为内容引流

抖音传播话题累计视频播放量超4100万
互动量超34万+

微博话题炒作舆论发酵

#被塔吉克族四代人戍边故事整破防了#
登上微博热搜实时上升热点榜第1名、登上社会热搜实时上升热点榜第1名；

全网霸榜出圈

#风神L8致敬英雄#
搜索平台百度，垂直平台汽车之家/懂车帝/太平洋汽车登榜

传播数据 (数据来源: 抖音/微博/凤凰网/视频号后台统计)

- 曝光规模: 全网视频总播放量5.84亿+, 其中抖音4100万+、凤凰网站内780万+、其他平台5.07亿+。
- 话题表现: 累计登上抖音/微博/百度/懂车帝/汽车之家等6个热搜榜单, #被塔吉克族四代人戍边故事整破防了#登顶微博实时上升热点、社会热搜双第一, 抖音话题播放3700万+、互动量34万+, 微博话题阅读量4600万+、讨论量4万+。
- 用户意向: 东风风神 L8 抖音 5A 人群指数 9月7日达峰值, A3 人群指数持续攀升。



6 个热搜相关榜单

全网刷屏式曝光, 冲上热搜关注

围绕东风风神“致敬英雄”故事宣传片, 核心发散1个社会化话题1个项目传播主话题; 相关传播内容累计登上**6个热搜相关榜单**, 累计**在榜超24小时**。抖音传播话题累计视频播放量超**4100万**, 互动量超**34万+**, 微博累计话题阅读量超**4600万**, 累计话题互讨论量超**4万**, 搜索平台百度, 垂直平台汽车之家/懂车帝/太平洋汽车登榜, 《致敬英雄》故事片引发网友热议, 为东风风神L8的传播声量强势赋能。



#被塔吉克族四代人戍边故事感动

登上抖音实时热点榜, 单条视频互动量突破1.2万+;



#被塔吉克族四代人戍边故事整破防了#

登上微博热搜实时上升热点榜第1名;
登上社会热搜实时上升热点榜第1名;

优质内容受认可, 全网千万播放量

全网视频总曝光/播放量 **5.84亿+**

抖音视频播放量**4100万+**

凤凰网站内播放量**780万+**, 其他平台视频播放量**5070万+**



转化成果 (数据来源: 东风风神品牌销售后台)

- 线索增长: 上市首月销售线索较同期增长 22%。
- 认知深化: 用户对“舒适座舱”“强劲续航”等核心卖点提及率较活动前提升 85%，“可靠可信央企新能源”品牌认知度达78%。

用户认知深化, 核心卖点成热议, 促进数据转化

抖音指数持续攀升

抖音5A人群:
项目传播期内达到高峰, 9月7日达到最高点;



抖音 A3 人群: 项目传播期一直维持在高峰水平并稳步攀升;



活动期间, 东风风神L8抖音5A和3A指数持续攀升, 显示出用户对产品的高度关注。

核心卖点引发用户热议

舒适座舱



用户高频提及, 空间与体验获认可

强劲续航



打消里程焦虑, 成为决策关键因素



抖音热榜: 被塔吉克族四代人戍边故事整破防了 45686

实时上升热点: 被塔吉克族四代人戍边故事整破防了 45686

社会热搜: 被塔吉克族四代人戍边故事整破防了 50210

百度搜索: 东风风神L8 PHEV 正式预告

抖音热榜: 风神L8致敬英雄

百度搜索: 风神L8致敬英雄