

智界|Blueglass跨界联名

- **品牌名称:** 智界汽车
- **所属行业:** 汽车
- **执行时间:** 2025.09.15-10.21
- **参选类别:** 跨界联合营销类

案例视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://weibo.com/7861851237/Q5g5ClGgW>

年轻化破圈-智界2025年品牌建设的核心课题

智界

存在标签不够锐化

如何整体预算有限的情况下，
激活车主口碑，助力销售线索
收集

看产品

25万级
智驾、大空间、颜值为用户核心决策关注点

看用户

25-35都市白领
关注生活品质和自我满足

满足功能价值 提供情绪价值

好看 好玩 又好开

年轻化

和年轻人玩在一起

通过 官号-媒体/区域-用户UGC 矩阵式传播激活
抢占25万级市场感知，实现从“记得住”到“想要买”的认知建立和打深

强化智界年轻先锋定位与时尚潮流属性，助力新款上市后的破圈增量

- 目标人群精准触达 -

扩大高净值年轻圈层，标记品牌潮流时尚属性

高消费力 | 潮流先锋 | 个性鲜明 | 生活精致 | 社交活跃 | 敢于表达

①核心群体支付能力强：客单价（40-50元+），付费会员超过60w

②社群粉丝活跃度强：注册用户1000w+，月活用户超500w+

③高净值人群占比高：年轻白领、注重健康和品质的新中产及追求时尚健康的年轻家庭



- 强化品牌时尚定位 -

激活情绪价值的共鸣，强化品牌年轻先锋定位

高端品质氛围 | 健康生活状态 | 先锋态度追求

①健康积极的生活状态：Blueglass强调品质与高级工艺及对更好自我状态的追求，与智界“凭天赋 去颠覆”理念契合

②先锋态度追求：双方都融入了当代年轻消费者对健康美、技术感、社交分享的年轻先锋追求



撬动线上线用户共创，激活UGC自发酵，打造与年轻人玩在一起的高互动传播



选准品牌，撬动资源破圈

精准筛选跨界头部品牌Blueglass

- 调性契合：酸奶界爱马仕
 - 人群契合：高净值女性为核心用户
 - 资源加持：门店覆盖核心商圈
- 撬动对方多重资源加码，智界品牌强势出圈

6大动作，KSP穿透全场景

产品KSP贯穿所有用户触点及体验环节

- 29套年轻化强视觉官方物料
- 2款KSP定制联名酸奶
- 1套创意联名包装
- 3组联名周边
- 6家旗舰门店换装
- 全国200家门店物料展示
- 2场线下用户活动深度产品体验

多P协同，体系化作战

整合内部多方资源，多维打深联名效果

- 区域市场**：借势上海运动节落地联合外展，区域KOL打卡种草
- 零售**：杭州、合肥落地2场商圈外展，国庆黄金周收集试驾线索
- GTM**：协调多部门，资源高效匹配
- 鸿蒙智行APP+花粉**：联名内容同步上线，多点位触达
- 用户发展**：线下活动KOC邀约，促产UGC
- 线索中心**：每日线索回传入库，清洗下发

线索留资，拓展业务模式

开辟线索新渠道，沉淀可复用的商业拓展模式

- 设计好运签筒互动H5，激励用户参与留资
- 分享裂变机制获取留资共计**2w+**条，助力首期扩大线索开口

| | | | |
|---|---|---|--|
| 传播主题 | # 玩出智在好状态 # | | |
| 策略思考 | 联合潮流酸奶饮品品牌，聚合线上线下资源，多平台激活UGC共创，打造与年轻人玩在一起的高互动传播 强化智界年轻先锋定位与时尚潮流属性，助力新款上市后的破圈增量 | | |
| 阶段 | 9.19 ★ 官宣 | ★ 9.27~9.28 ★ 周边不定时上新 落日运动派对 | ★ 10.17~10.21 ★ 酸奶课堂 |
| 重点信息 | 9.19~9.28 爆发期 联名启动：多款周边+2款新品+6家门店换装及快闪展+1场线下活动的多轮次激活 | | 9.29~10月下 延续期 卡位假期 活动延续 门店引流 |
| 微博 | 商榜：官宣联动 #智界大有好玩# #玩出智在好状态# | 共创：用户活动传播 #玩出智在好状态# | 共创：门店活动传播 #玩出智在好状态# |
| 抖音 | <ol style="list-style-type: none"> 生活类/本地生活类KOL分享联名新产品尝鲜体验，打卡周边、换装门店与商圈外展，并关联产品，植入卖点 剧情搞笑类KOL创意打卡门店及外展 时尚颜值类KOL打卡联名产品与门店展车，晒周边提拉关注 | <ol style="list-style-type: none"> 运动类KOL参与活动，拍摄Vlog体验“好状态”一天 时尚颜值类KOL打卡活动与展车，拍摄美图大片，传递健康好状态，并关联展车，产出静态体验内容 | <ol style="list-style-type: none"> 生活探店类KOL打卡门店，体验智界门店的全方位服务 运动健身类KOL打卡酸奶课堂，学习酸奶知识，传递健康出行观念，号召用户参与 美食测评类KOL体验，植入门店服务于产品卖点 |
| 1、KOC持续打卡，追踪周边上新进度；2、跟踪官方节奏，日常规模化铺设活动及周边信息内容，切片/扩散/二创联名物料 | | | |
| 小红书 | <ol style="list-style-type: none"> 生活类/本地生活类达人分享尝鲜攻略、周边获取攻略笔记 时尚、颜值类达人分享联名事件，打卡线下活动，拍摄创意视频，体验展车产出体验口碑 时尚、手作类达人分享痛包攻略笔记，改造联名周边 | <ol style="list-style-type: none"> 生活类达人分享活动参与经验笔记帖 时尚颜值类达人晒九宫格活动美图笔记 运动健身达人分享运动经验笔记，推介联名产品并关联R7 | <ol style="list-style-type: none"> 生活探店达人分享“智界大酒店”酸奶薅羊毛攻略笔记 健身达人科普笔记帖，参与酸奶课堂分享酸奶知识 |
| 1、KOC持续打卡晒图，追踪周边上新进度；2、日常规模化铺设攻略向内容，切片/扩散/二创联名物料 | | | |



2款联名限定酸奶



1套创意联名包装



200家门店上线物料



3组联名周边

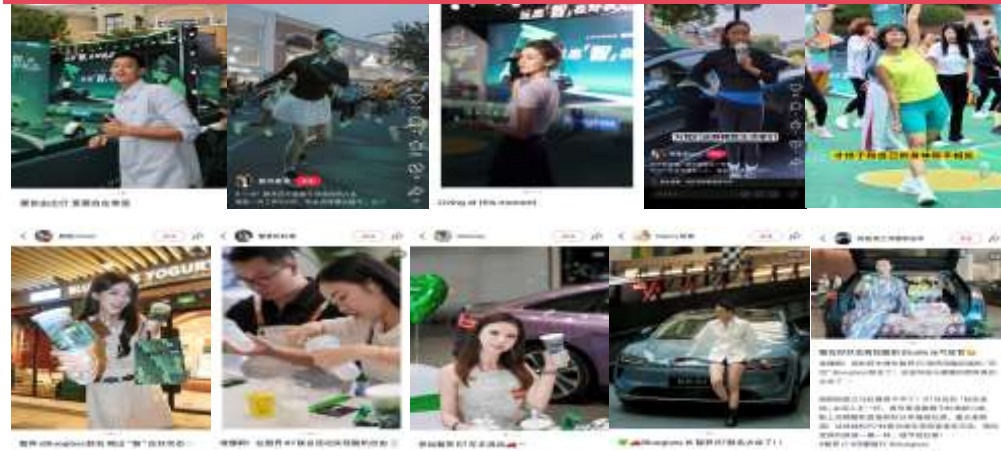


6家主题门店换装



2场线下用户活动

小红书UGC共39,516条, 阅读量6400万+, 互动量10万+



微博产出内容共28,936条, 阅读量3.2亿+, 互动量90万+



抖音产出UGC共3,910频次, 阅读量1.7亿+, 互动量48万+

