

长马EZ60 《甜心来电 擎动EZ》新车上市整合营销

- **品牌名称:** 长安马自达
- **所属行业:** 汽车及交通运输类
- **执行时间:** 2025.09.21-10.31
- **参选类别:** 数字媒体整合类

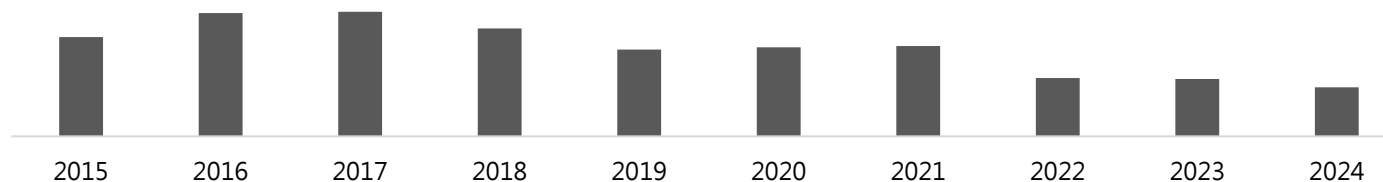
转型



「每年一款新能源」推动电动化转型

长安马自达作为“小而美”日系汽车品牌，在电动化和智能化的双重浪潮中，销量规模和市场份额持续下滑，为打破在华局面，24年推出首款电动车EZ-6后，并以「每年一款新能源」的节奏，推进「油电同优」战略。

长安马自达年度销量（万）



EZ-60作为长安马自达第二款全球化新能源车型，如何借新车携手明星代言人王心凌，全面打开市场声量扭转用户心智，焕新“油电同优”品牌新形象，重拾粉丝流量和口碑是此次营销的最大挑战。

电车销量低靡

首款电动车EZ-6销量不佳

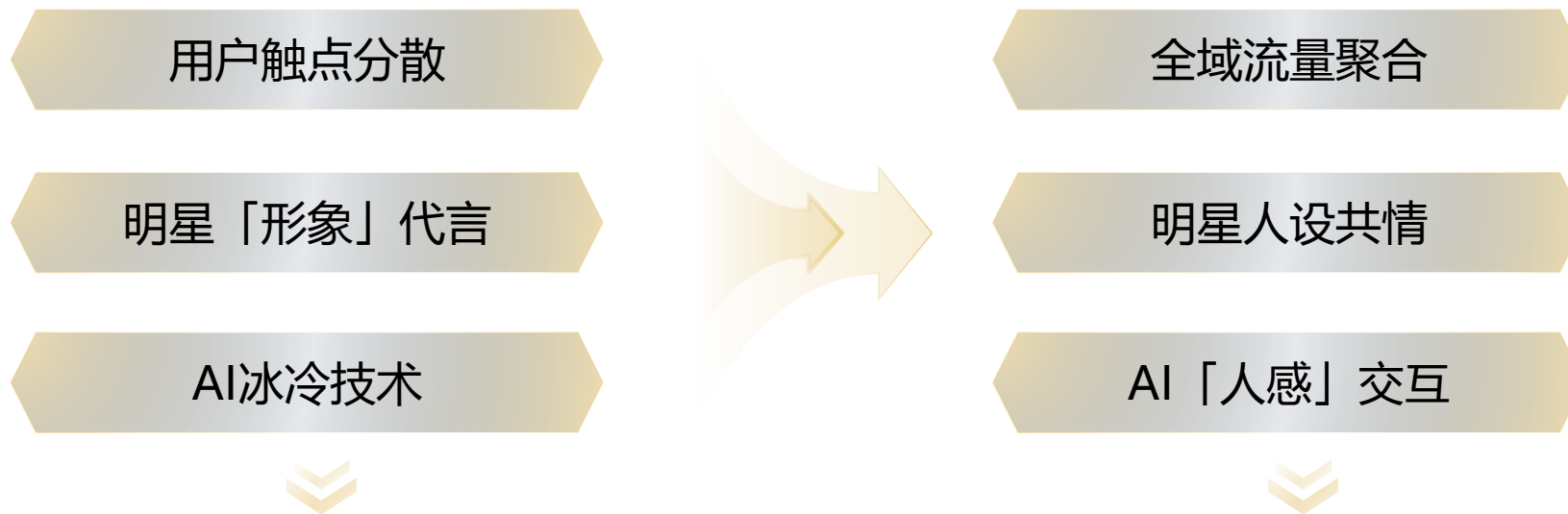
+

用户心智刻板

马自达还是燃油车做的好



营销思考及目标



百度不止是搜索平台
如何借AI掀起一场明星跨越流量风暴？

告别散点式、冰冷营销，实现全域流量情感化聚合

BIG IDEA

汽车行业首个联动社交、搜索、出行三大场域的明星跨越整合营销

以AI Agent为品牌核心阵地·通过场景+人设+卖点放大明星影响力同时传递新车卖点·将明星粉丝“王心凌男孩”转化为品牌资产“EZ男孩”



甜心教主·8090青春回忆

“王心凌男孩”

明星粉丝爱称

安全护航员
安全标配

出行场

“声”量认知



社交场

声量种草

甜心惊喜官
电感人马一体



追求驾控乐趣的年轻人

“EZ男孩”

EZ车型资产

甜心来电
擎动EZ



搜索场

留量转化

甜心顾问
灵动空间

核心阵地：长安马自达×王心凌明星智能体
打造汽车行业**首个沉浸态交互明星智能体**

#甜心教主#
#电眼女王#
#乘风破浪的姐妹#
#8090青春的DNA#

化身长安马自达EZ-60甜心顾问

甜心来电 擎动EZ



明星引流精准化

依托强大的明星粉丝效应，快速将明星流量精准转化为车型流量

创新沉浸态人格化

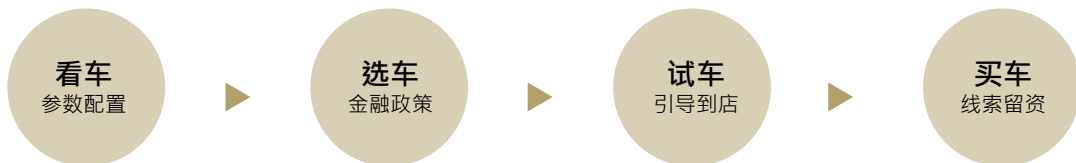
告别传统【形象】代言，沉浸态电眼动效增强“人感”交互，实现星粉双向奔赴，增强车型情感链接，甜心顾问7*24h陪你聊车

营销组件全链化

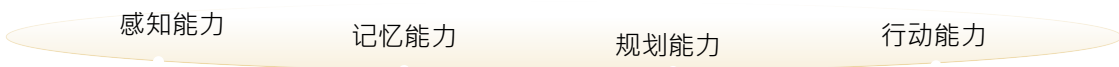
承接用户精细化的个性搜索诉求，实现从兴趣到转化的完整链条，缩短决策转化路径

产品创新 沉浸态 “人感” 交互明星智能体，甜心顾问带你一站式看选买车

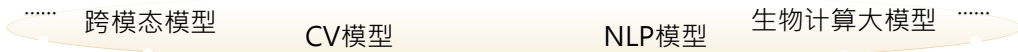
极致满足用户决策全链需求问题



智能体多模态能力



文心4.0大模型



底层能力支撑提效



眼部动效-增强体验·让体验更真

项目执行_上市预热-默认语音播报精准触达增换购人群



▶
点击播放视频



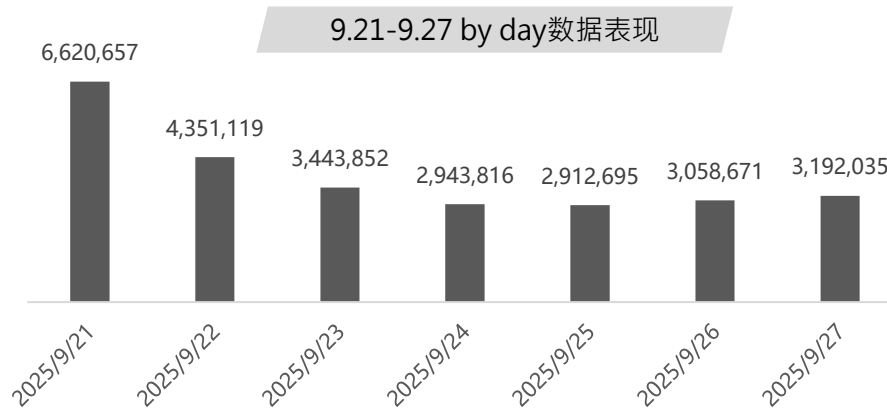
导航“开始”

地图默认语音播放投放

投放时间：2025.9.21-2025.9.27

播报文案：马自达EZ60 9月26日上市

实际播报**26,522,845次**，语音播报完成率**156%+**



项目执行_上市引爆-霸屏热议+跨域声量种草强拉百指



双端热榜霸屏
#王心凌最爱车竟然是TA#
悬念话题引关注

双端总曝光**53,921,869**
双端总点击**164,289**



百度地图开屏



吸睛第一眼精准触达
曝光**6,704,812**，点击**38,888**



输入法热词



品牌卡片总点击率达**10.3%**

热词直推品牌卡片总曝光**5,883,749**
热词直推品牌卡片总点击**606,172**
卡片总点击率超**10.3%**，高于各行业平均

一呼百应
20个达人视频种草
站内外10大平台分发



内容曝光**31,632,591**
内容阅读**2,340,791**



项目执行_上市引爆延续-阵地收口+竞品拦截高效获客



双端品牌阵地守护
明星智能体品专加持极致互动满足多元需求

双端车型品专

无线车型品专标准
曝光234,916, 点击16,943, CTR 7.21%

PC车型品专高级
曝光151,795, 点击40,478, CTR 26.67%

双端名人品专
明星智能体品专
曝光77,823, 点击3,190, CTR 4.1% 优于行业均值表现

PC名人品专
曝光5,298, 点击771, CTR 14.55% 优于行业均值表现

竞品词拦截扩开口 实现即搜即播加深意图

长安启源 q07

长安启源 q07

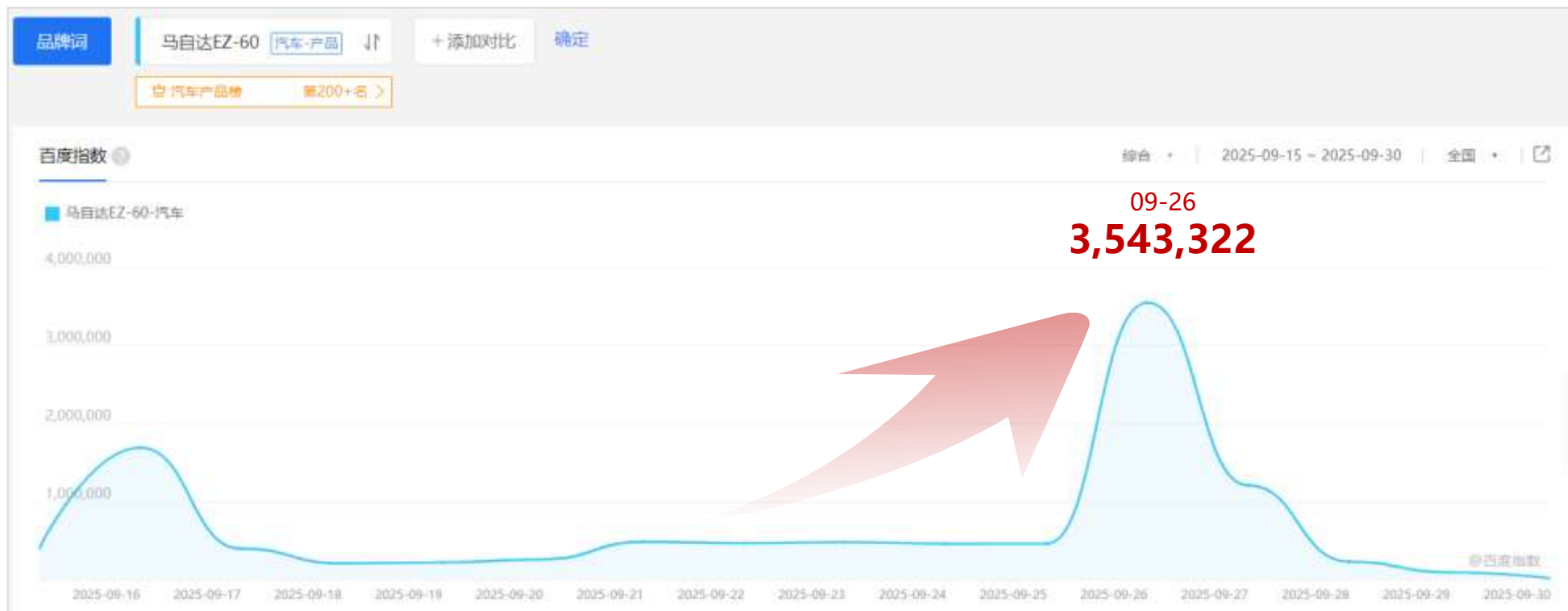
长安启源 q07

9.27-10.9 CPL 138

*数据来源：百度后台 (数据截至10.9)

营销效果-
车型声量UP: campaign全网曝光1.26亿+, 马自达EZ-60搜索指数破百万

马自达EZ-60百度指数



营销效果-

品牌资产UP: 马自达品牌用户资产环比+95%，浅/深层用户均环比上涨

campaign投放前

人群总资产 2,037,769

认知阶段
1,774,561人

87.08%

兴趣阶段
175,141人

8.59%

互动阶段
50,558人

2.48%

转化阶段
37,509人

1.84%

认知用户
+107%

兴趣用户
+116%

互动用户
+181%

转化用户
+68%

campaign投放后

人群总资产 3,966,825

认知阶段
3,673,828人

92.61%

兴趣阶段
328,831人

9.55%

互动阶段
142,912人

3.58%

转化阶段
63,072人

1.61%