

从212到212——212全新车型上市发布会

- **品牌名称：**212越野车
- **所属行业：**汽车
- **执行时间：**2024.08.22
- **参选类别：**大事件营销类

传播概况

品牌基础认知圈层已构建完成

自产品曝光到212越野车品牌发布会，越野媒体圈层已逐步夯实，对品牌及新车有了基础认知，认为212是一个“专业做硬派越野的品牌”，完成了“从212到212”的跨越。



从212到212 中国越野车鼻祖焕新出发



2024年6月6日 从一辆车到一个品牌，从纯粹情怀到越野生活。它是相同的212，一路走来，传承经典；它是不同的212，一路向前，赋予新生。从全民记忆到全新产品 212的陪伴始终如一 曾经的212，是青涩...

半岛都市报

一款车到一个品牌，从历史的212到212的未来

2024年6月7日 同时还有一个好消息，基于牧马人成熟的改装体系，全新212将与牧马人的改件通用，换句话说，拥有一台全新212之后，你可以在后市场海量级的改装件中来搭配出独一无二的...

微博

212的故事：一台车连接了两代人



2024年5月15日 网通社评论 越野车蔚然成风，究其源头，中国越野车源于212。212填补了新中国轻型越野车的研发空白，从诞生至今已有近60年的历史，是我国汽车工业从无到有、从弱到强的生动写照。5月...

网通社



传播难点

新车价格引导存在认知偏差

内部折扣价格意外曝光，导致官方指导价格预期缺乏引导；用户中常有人对照狙击手做价格预期，认知不太现实。

员工优惠10万起售，新212售价区间曝光，8月20日上市

Autocul 08.02 18:08 | 报道

阅读数：671

随着预售的开启，北京汽车制造厂的新212也到了上市前的关键时期，但关于价格目前还是留有悬念，这个无价格预售更是让人摸不着头脑，老212的指导价为9.99万-10.59万元，也是没啥参考意义，毕竟两车除了名字有关系外，其他的应该都是全新的。



北汽制造新212购车政策曝光优惠近10万 8月20日上市 搜狐网

2024年7月31日 内容显示北汽计划制造8月份生产的一批车辆用于内部员工优惠购车，优惠幅度为全年员工优惠工资标准。新212车型指导价为10万元，折后优惠价为10万元。

【文章】全新212员工购车优惠曝光(价格亲民 配置豪华 越野)

6天前 在12万元的价格区间里，最大的折扣幅度可以达到6万元。此外，该车还配备了非常出色的越野性能和良好的操控性，这也为它赢得了不少客户。预计8月左右将正式交付车辆的验证时...

新212越野车型WY01即将上市 内部员工享受优惠购车政策 懂车帝

2024年7月31日 根据北汽集团公告计划8月份生产的一批车辆以优惠价提供给员工，新212车型的指导价在15万元至20万元之间，折后优惠价为10万元至10.5万元，最高可享受9.5...

售价或将12万起，全新北京212首发亮相，配非承载式车身+分时...



2024年6月15日 北京212作为一款越野老炮再清楚不过了，可谓国产 SUV的始祖，在推出这么多年后，依旧保持着“原汁原味”的硬汉风格，但今年六月六日，新款北京212正式发布，不仅外形更加时尚，还加入了...

百度有驾

北汽212“翻红”，当看到车型定价，才发现这究竟有多难！-...



2024年7月22日 然而，回顾早期北汽212的定价便可见新款面临的挑战。虽然新一代采用了全新的设计风格，但在当前国内市场的激烈竞争中，北汽212的定价难以有大幅提升。在众多猜测中，新一代北汽212的价...

百度有驾

【图】深圳212经典价格9.99万起 暂无优惠 深圳行情 - 车主...



4小时前 212经典 2023款 狙击手 2.4T 手动加强版基本参数配置表 周边城市212经典优惠对比 深圳212经典与竞品车型优惠对比 编辑点评：报上您是来自“车主之家网站”的用户，将会得到更好的服务 【注...

车主之家



黄彩非虹0

这车十万左右就不错了，不要想着割韭菜，现在韭菜也不是那么好割的

8天前 回复 举报

2人点赞



成熟枫叶Dii0

顶配不超15还有的玩，毕竟整车基本都是国产件，技术水平还有待加强！

9天前 回复 举报

3人点赞



流浪滴大河0

它也就是十万左右级别的，多了就烂手里吧。



冀云峰0

今天看了真车，做工可以。就看价格了。基础版12万元以内准备五万块钱的油钱。越野还是可以的。

08-03 回复 2条回复 举报

2人点赞

员工折扣泄露，媒体报道折扣价格亲民，影响用户判断。

老212价格信息充斥，容易混淆受众视听，影响认知

网友对产品价格预期与传播定价存在差距。

传播目标

在越野车市场需求激增的趋势下，212品牌如何焕新、焕活，成为品牌核心课题

► 核 心 目 标

势能转化

「从车型到品牌」，将品牌焕新时期积累的声量转化为市场认知。

声量引爆

通过活动本身的创新与突破，吸引广大媒体传播热情，将首款车型T01上市话题引爆网络。

精神定调

从「工具属性」转向「精神符号」，通过场景化体验强化产品定位。



活动主题 从212到212-212全新车型上市发布会

活动时间 2024年8月22日（星期四）

活动地点 甘肃·张掖·七彩丹霞国家地质公园

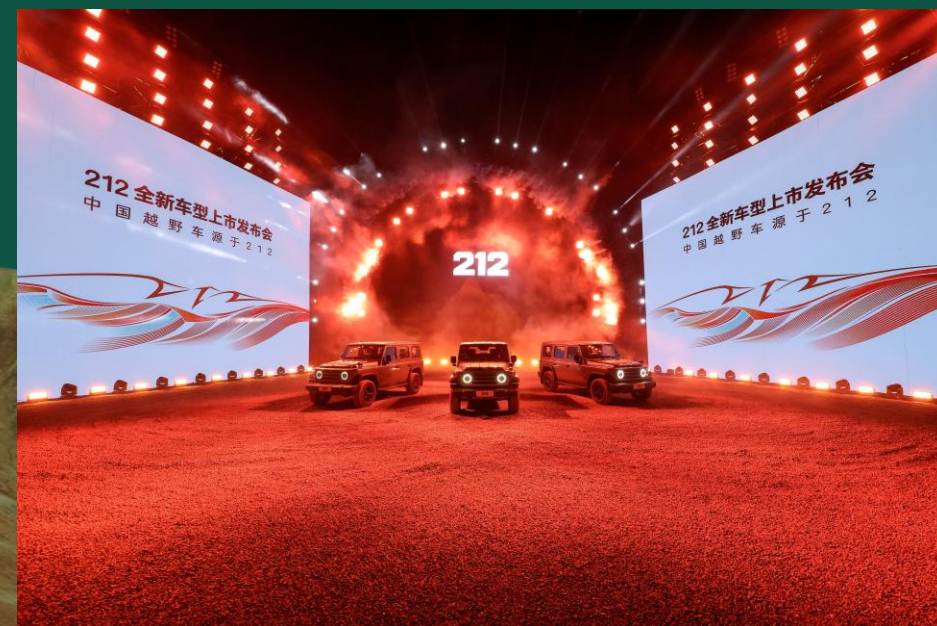
参与人员 内部人员、媒体、经销商、大V、用户代表

活动内容 以T01为核心原点
打造一场“致敬经典 见证新生”的新车上市发布会，

致敬经典
见证新生

212 全新车型上市发布会

中国越野车源于212



从212到212



通过一场发布会，从产品命名、产品介绍、价格公布、车舞性能演绎、购车权益等方面向大众交付一份满意的答卷，让大众对T01本身有更深刻更全面的认知，增强市场影响力和认知度。



通过依景造势，刻画硬派越野生动的写照，输出真实强悍的产品力，达到热血与燃情的参会体验，更聚焦、更全面的展示产品的实力，与参会者一起致敬经典见证新生。



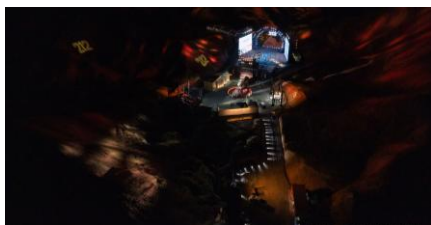
场地选址

结合七彩丹霞独特的地质地貌及首次承接车企活动的唯一性，赋予活动本身更深层的价值。



氛围营造

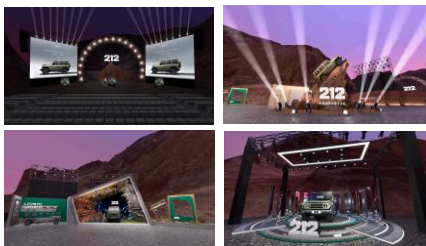
采用山体投影、定制巨型热气球、激光等，多种顶尖氛围特效，营造出**超级震撼**的参会体验。



舞美设计

天然场景，结合越野属性，依景造势，**1:1还原设计效果**，整体舞美呈现出**专属212越野**的现象级效果。

原稿舞美设计



现场舞美搭建



现场舞美效果



无人机演绎

数百架无人机震撼演绎T01驾驶全场景及212品牌精神，打造内容输出的视觉焦点，加深**品牌力与产品力**的认知烙印。



越野挚友&艺人加持

越野挚友诠释经典与新生的意义，情怀艺人倾情献唱，**引发圈层精神内核的共振**，树立**212品牌力和产品力**新高度。



媒体类型

- 以平面、网络和自媒体为主，辅以APP、电台及电视台进行多层次的全民传播覆盖，全面扩散品牌信息，增加曝光声量。

媒体属性

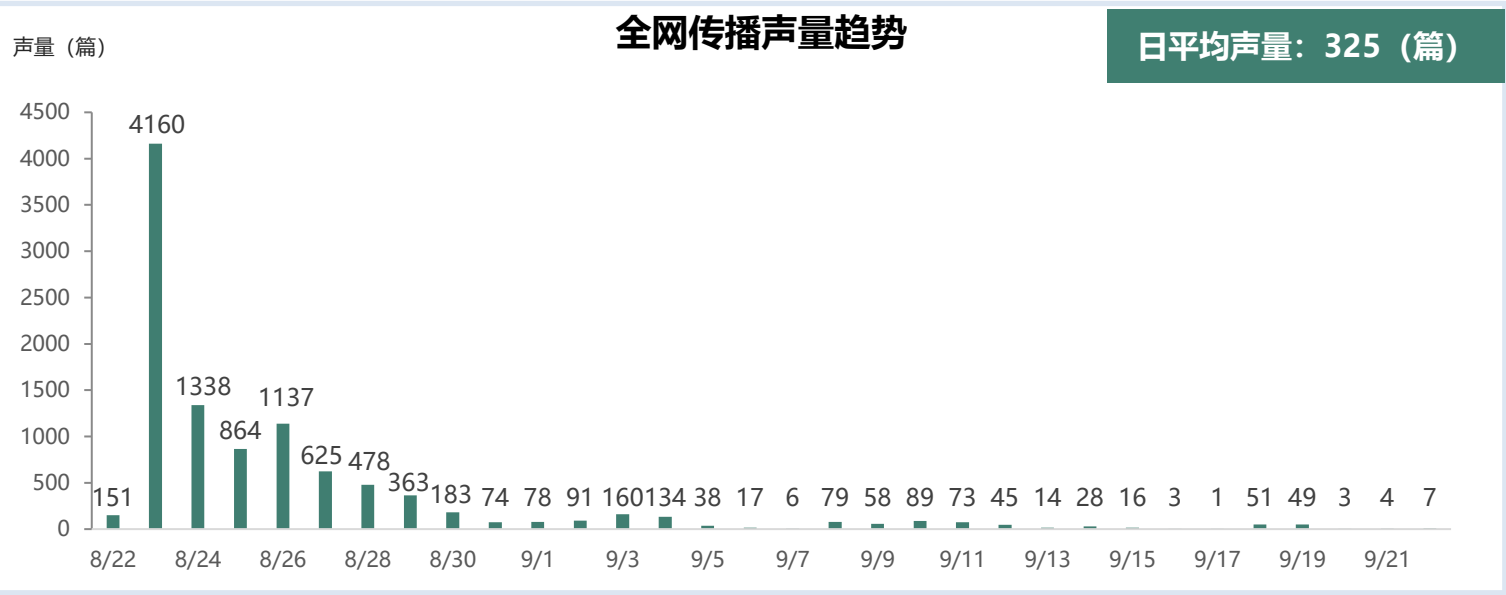
- 党政类媒体提高行业关注度；汽车垂直类以产品力、品牌传播为重点，提升产品认知和行业影响力；跨界时尚、生活方式类媒体以传递上市活动为主，以用户角度引导产品出圈。



整体传播周期始于2024年8月15日，以212越野车官方新媒体账号的预热长图为始，逐步释放传播资源，进一步为新车上市蓄热、营造期待；大规模内容传播从8月22日持续至9月底，从产品上市核心信息传播、产品解读、品牌动态、销量信息、技术实力等全方位、立体化传播发布会内容。涉及各类型媒体超过300家，传播费用量级300万。

全网传播声量趋势

- 全网传播声量共**10417**篇，曝光量4亿7563万+，互动量18.9万+，非负面率94.3%；其中，媒体发布总声量为**7554**篇；
- 主要内容为“从212到212 212全新车型上市发布会”为主；
- 渠道分布，主要集中在APP（资讯类）和网站。



官方账号直播数据展示

- 官方抖音、微信视频号平台进行发布会直播；
- 212越野车抖音官方账号：**新增粉丝数5,938人，直播观看量335.9W+，评论数5.3W+，点赞数44.2W+，分享5,798频次；**
- 212越野微信官方视频号：**新增粉丝数3,380人，直播观看量11W+，评论数1.7W+，点赞数40.1W+，分享6,199频次，预约人数1,761人，预约转换率89%。**
- 官方抖音平台直播数据最高。



抖音直播数据展示



微信视频号直播数据展示