

宝马北京车展 social 传播

- **品牌名称：**宝马集团
- **所属行业：**汽车及交通运输类
- **执行时间：**2024.04.03-05.17
- **参选类别：**数字媒体整合类

结案视频

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/7361042781/5029945682694845>
<https://weibo.com/5400369364/5028118800630886>

2024北京国际车展 “新时代，新汽车”

宝马集团——很未来，更宝马！

行业发展背景

在智能出行时代，科技与汽车的融合愈发紧密，消费者对高科技功能如自动驾驶、车联网等的需求日益增长。宝马需要在科技创新方面展示更多成果，以满足消费者对多元化选择的期望。北京车展作为行业的重要展示平台，不仅是汽车技术的秀场，更是文化交流的重要场所。

困境及挑战

宝马集团在2023年IAA慕尼黑国际车展上发布了代表未来的“新世代”概念车。然而，如何让中国用户在社交平台上更好地认知和理解这一创新理念，成为2024年北京车展亟待解决的挑战。尽管宝马在电动化、数字化领域拥有强大的技术实力，但在中国市场的传播仍需进一步破圈，以提升品牌影响力并与中国消费者建立更紧密的情感联系。

整体目标

宝马集团期望通过2024北京车展，传递其在新能源时代的战略定力和数字化、电动化的创新优势，进一步巩固品牌在中国市场的影响力。同时，借助社交媒体平台，实现品牌信息的破圈传播，提升用户对宝马“新世代”理念的认知度和认同感。

阶段目标

短期目标：在北京车展期间，全面展示BMW新世代概念车的设计理念、技术亮点和未来愿景，吸引媒体和公众的关注。

中期目标：通过高层领导与意见领袖的互动，深化用户对宝马品牌电动化、数字化转型的理解，增强品牌与用户之间的情感共鸣。

长期目标：持续扩大宝马在中国市场的品牌影响力，推动“新世代”理念在中国市场的广泛传播，为未来的市场拓展奠定基础。

策略亮点

革新领导人传播方式：宝马集团董事长齐普策与知名艺人“最强大脑”王昱珩进行对谈，以深入浅出的方式阐述宝马的造车理念和战略布局，增强传播的亲合力和可信度。

多形式传播内容：结合官方直播、KOL逛展、高层领导中文联播等多种形式，全方位展示宝马的创新实力和品牌理念。

建立To C热点话题：通过精准的内容投递和创新的传播方式，打造多个与用户生活紧密相关的热点话题，引发社交媒体的广泛讨论。

强化情感连接：通过高层领导的中文互动、设计师团队与中国消费者的近距离沟通，进一步加深宝马与中国消费者之间的情感联系。

BMW VISION

Neue Klasse

KOL直播



新世代对话



落地执行

第一阶段：车展前预热

官方分级传播：新车型产品传播优先级划分，核心产品前置重点传播；

高层预热：宝马集团董事长齐普策与宝马集团大中华区总裁兼首席执行官高翔录制系列预热视频；

KOL合作：邀请汽车达人@终极小腾与@野生11发布直播预热，分享对宝马新世代概念车的期待。



高翔

宝马集团大中华区总裁
兼首席执行官

高乐

宝马集团董事
负责客户、品牌及销售

霍伊顿克

宝马集团设计高级副总裁

齐普策

宝马集团董事长

落地执行

第二阶段：车展期间传播

高层领导对谈：齐普策与王昱珩在宝马展台进行freestyle对谈，直面未来出行问题，传递宝马的创新精神和未来愿景。

官方直播+KOL逛展：在车展现场，宝马集团举办官方新闻发布会，并邀请产品讲师和KOL@终极小腾与@野生11接力直播，带领用户线上逛展台，介绍高光车型并实时互动。

中文联播：宝马高层领导录制“中文联播”视频，展示对中国市场的尊重和情感投入。

落地执行

第三阶段：车展后延续传播

热点话题打造：如#汽车戴上VR是什么体验#、#满级人类如何看待未来汽车#等话题，引发社交媒体热议。

媒体合作：主流媒体合作，发布深度报道和专题文章，巩固宝马在电动化、数字化领域的品牌形象。

热搜话题



- 19 满级人类如何看待未来汽车
- 25 宝马将增加在华投资200亿
- 1 汽车戴上VR是什么体验
- 28 宝马沈阳工厂第600万辆车下线
- 28 宝马董事长说中国发生的事正领先于世界



“概念”车不再是概念了，真的把纸上的嘴上的给做出来了……
很荣幸在 @宝马集团 董事长齐普策先生的介绍下结识4位来自未来的“朋友”。如果你想知道未来的汽车在我心里的模样，5月3号来找完整答案吧。
□闲人王昱珩的微博视频



【#宝马将增加在华投资200亿#】#宝马增加在华投资200亿元# 4月26日，宝马宣布将深化在华布局，计划对沈阳生产基地增加投资200亿元人民币，重点聚焦于宝马在华生产的发源地大东工厂的大规模升级和技术创新。宝马集团董事长齐普策表示，“这不仅彰显了过去三十年我们在华的成功，也表达了我们未来发展的坚定信心。”（综合每经）
□沈阳晚报的微博视频

社交媒体平台：以微博为核心，结合微信、抖音等多平台传播，精准触达不同用户群体。

直播与视频内容：通过官方直播和高层访谈视频，增强内容的吸引力和传播力。

KOL与意见领袖：借助KOL的专业影响力和意见领袖的个人魅力，有效扩大传播范围。

车展期间，宝马集团social传播

103篇
官方发布

30万
新增粉丝

2.6亿
阅读量及观看量

8.1万
互动量

媒体传播

宝马集团之夜及北京车展新闻发布会直播共计邀请了媒体884家，参与人数达到831人，不仅增强了宝马集团与媒体的互动，也扩大了品牌影响力。

北京车展期间，共有986家媒体提供了1041篇报道，且所有报道均为正面。这样的正面报道覆盖率极大地提升了宝马集团的品牌形象和市场认知度。

5个

微博热搜上榜话题

#汽车戴上VR是什么体验#

科技榜 NO.1
汽车榜 NO.20

#宝马将增加在华投资200亿#

热搜榜 NO.25
城市榜 NO.1

#满级人类如何看待未来汽车#

热搜榜 NO.19

#宝马董事长说中国发生的事正

领先于世界#
热搜榜 NO.28
汽车榜 NO.6

#宝马沈阳工厂第600万辆

下线#
热搜榜 NO.28
城市榜 NO.1

