

宝马集团新世代BMW iX3新车发布整合营销

- **品牌名称:** 宝马集团
- **所属行业:** 汽车
- **执行时间:** 2025.07.31-09.30
- **参选类别:** 跨媒体整合类

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/7361042781/Q4mAgt15D>

<https://weibo.com/7361042781/Q4GYEroNO>

<https://weibo.com/7361042781/Q37WYjlxS>

2025年，面对竞争剧烈的电动化市场，也面对用户对新能源汽车的认真不断刷新，
宝马集团首次推出的新世代BMW iX3不仅在中国市场中的知名度较低，
而且此次发布会远在德国慕尼黑，项目启动前，公众对“新世代”的认知仍停留在概念阶段，
面对没有实车在中国的情况下，如何在预算有限的情况下，
让中国用户快速且准确地认识到新世代BMW iX3这款车，并且了解宝马集团的未来战略走向成了亟需解决的课题。



强化宝马“新世代”车型“处处皆新，又处处宝马”的核心认知，
突出新车在**设计、智能、伙伴、制造**四大维度的全面革新。
有效提升新世代 BMW iX3的知名度，实现宝马集团电动化战略的进一步传播，
强化宝马在电动化、数字化领域的领导地位。



- **创新性三阶段传播策略**

项目规划清晰的前置预热（7.31-9.3）、爆发期（9.4-9.6）与长尾传播（9.7-9.21）节奏。前置阶段通过#宝马创新说#栏目回顾设计经典元素，铺垫认知；爆发期以“新世代探秘之旅”直播为核心，实时揭秘沈阳工厂、设计亮点与合作伙伴；长尾阶段通过“坦白局”对话、纪录片系列延续热度，形成传播长尾效应。

- **沉浸式直播重构产品认知**

9月5日“新世代宝马终于来了”大型直播，设置“设计解析-发布会转播-合作伙伴解读-工厂探秘”四大环节，邀请设计师、技术专家与跨界嘉宾同台，直观呈现“新设计、新伙伴、新智造、新智控”四大革新。直播切片、金句海报、短视频二次分发，实现内容多重渗透。

- **本土化叙事与顶流资源整合**

项目强调宝马与中国顶尖科技力量（如阿里、华为、宁德时代等）的合作，传递“在中国、为中国、与中国共创”的本土化战略。同时，通过管理层访谈、与新浪移动CEO王巍等跨界对话，突破汽车垂类圈层，提升品牌人文温度与科技感。



- **第一阶段：前置预热 (7.31-9.3) - 设计溯源，铺垫认知**

发起 #宝马创新说#社交媒体栏目，以系列海报与问答形式，系统性回溯“双肾格栅”、“天使眼”、“方向盘”、“iDrive”等经典设计元素的历史演变。此举并非简单怀旧，而是战略性地为“新世代”亮相奠定“传承”基调，教育用户理解宝马的设计哲学，激发公众对“新世代将如何演绎经典”的好奇与期待。

- **第二阶段：爆发期核心战役 (9.4-9.6) - 直播重塑认知，全域引爆**

创意核心：打造长达160分钟的“新世代宝马终于来了”大型沉浸式直播。直播绝非发布会转播，而是一场精心编排的“探秘之旅”，设置四大核心章节：

- **【新设计】**：由专家解读“新世代”设计语言如何继承与创新。
- **【新伙伴】**：揭秘宝马与华为、阿里、宁德时代等中国科技领军企业的合作，凸显“在中国，为中国”战略。
- **【全球首发】**：无缝衔接慕尼黑IAA发布会现场，见证历史时刻。
- **【新智造】**：首次深入为“新世代”全面升级的沈阳生产基地，以360度AI质检、严苛测试等场景，实证顶尖制造工艺。

执行落地：直播过程中，实时产出金句海报、精彩切片短视频，并设计互动问答，将长内容转化为适合多平台分发的碎片化素材，持续加热话题#智能驾趣宝马新世代#。

- **第三阶段：长尾传播 (9.7-9.21) - 深度对话，延续热度**

直播结束后，迅速释放管理层访谈、与“顶流”名人的对话等高质量对谈内容，从科技、人文等不同角度深化“新世代”内涵。同时，系统化释出来自总部的“新世代记录短片”系列，聚焦设计、数字交互、驾驶乐趣等垂直领域，满足深度兴趣用户的探究需求，形成传播长尾。

- **媒介的优化组合：内外合力，精准穿透**

融媒体矩阵协同作战：构建了“官方平台+核心媒体+经销商网络+KOL”的多层级扩散矩阵。内部，市场部全员转发，确保信息一致性；外部，联动超过20家核心媒体及60家经销商，统一发布节奏，形成传播合力。

内容与渠道精准适配：针对不同平台特性定制内容。微信生态侧重深度图文与纪录片传播；微博主打话题运营与热搜冲击；抖音等短视频平台则分发直播高光切片与快节奏视频。

技术赋能与舆情保障：利用AI技术辅助生成与优化社交资产，在设计解读等环节实现精准传播。同时，制定了完备的舆情与危机防控预案，确保了大型活动期间传播环境的安全与可控。

- **融媒体矩阵助推声量爆发**

整合官方平台、45家核心媒体、60家经销商及多领域KOL资源，形成多层次、高覆盖的传播网络。定制化素材适配不同平台特性，实现话题#智能驾趣宝马新世代#阅读量超8000万，累计登上热搜榜18次，其中5次进入总榜前列。

- **数据驱动的效果优化与口碑沉淀**

项目全程监测舆情与互动数据，实时调整内容策略。最终实现总曝光量7600万+，互动量15万+，收获大量用户自发好评，如“新世代越看越好看，宝马设计总是争议后成为经典”“期待第一批车主”等正向口碑，印证传播在认知与情感层面的双重成功。

