

# 五菱第二届致敬奋斗者大会 重构新时代奋斗叙事

- **品牌名称:** 上汽通用五菱
- **所属行业:** 汽车
- **执行时间:** 2025.11.18
- **参选类别:** 大事件营销类

# 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

<http://t.cn/AX2FPa83>

2024年，上汽通用五菱首次推出“我们向上，中国向前”致敬奋斗者大会，联合央视新闻直播，邀请多领域奋斗者代表分享经历，并发布宏光指数、启动助力计划，推动品牌由“创富工具”向“奋斗情感符号”升级，获得较高社会关注与传播声量，为品牌“奋斗同行者”的定位奠定基础。

进入2025年，社会层面对“奋斗”的关注度持续提升，但相关表达逐渐同质化，情绪化叙事难以形成持续品牌资产。在此背景下，五菱需要在首届成果基础上，推动“奋斗者IP”从单次致敬活动升级为具有持续表达能力的品牌机制。

同时，大会需在同一场景中完成品牌精神表达、新能源技术体系发布及产品矩阵亮相，多重内容叠加，对整体结构与传播组织提出更高要求。

如何避免奋斗叙事流于口号，真正建立情感认同

如何在首届成功基础上实现影响力升级

如何在精神表达、新品发布与品牌战略升级之间实现传播聚焦

目标一

持续强化上汽通用五菱“奋斗者品牌”标签，  
推动品牌精神IP深化。

目标二

扩大大会传播声量与社会讨论度，  
实现阶段性传播突破。

目标三

在大会场景中完成新能源技术体系及产品矩阵发布，  
实现品牌精神与产品升级的协同表达。

## 从“激励奋斗”到“理解并支持奋斗”

以“理解并支持奋斗”为核心表达方向，对大会结构进行系统升级。

在**内容策略**上，构建“场景+数据+人物+行动”四层表达结构：

### 看见奋斗现场

通过沉浸式展区呈现“智慧物流”“数智兴农”等创富场景，还原新时代奋斗生态

### 读懂奋斗数据

发布基于2000万真实用户数据构建的“宏光指数”，以数据方式呈现基层奋斗者经营信心与市场活力

### 还原奋斗选择

邀请来自科技创新、文化领域及基层经营领域的代表人物分享奋斗历程，形成多元样本表达

### 支持奋斗未来

专项基金、技术体系与新能源产品矩阵同步推出

在**创意呈现**上，融合AR舞台表达方式，增强现场与直播的沉浸感与科技感。

## 构建一场完整的新时代奋斗者事件



第二届致敬奋斗者大会以七个“一”的结构化设计，在一次事件中完成完整表达：

以「一场央视直播」确立公共高度，

以「一轮奋斗图景」展示还原真实场景，

以「一批奋斗者样本」与「一个宏光指数」深化对奋斗的理解，

通过「一系列助力举措」、「一次新车首发」与「一轮组合传播」，将价值主张转化为可持续的现实支持。

## 确立公共议题高度，让奋斗成为被看见的时代命题

通过**央视新闻**全程打造并直播，确立大会的公共属性与社会讨论基础  
借助**沉浸式舞台与展陈表达**，将“奋斗”从口号转化为可感知的现实图景  
让品牌表达进入公共叙事语境，而非自说自话

### 一场央视直播

权威场景共建，提升公共议题高度



联合央视新闻全程打造，并进行现场直播。  
深度融合AR舞台技术，打造沉浸式视觉体验。

### 一轮奋斗图景展示

真实场景呈现，替代抽象口号

外场搭建 **智慧物流、焕新空间、数智兴农、创富新生态** 4大沉浸式展览板块，专业讲解、车型展示、场景模拟、数据可视化，生动呈现新时代奋斗者创富图景。



## 从歌颂奋斗，到理解奋斗

通过“**宏光指数**”，以数据化方式呈现基层奋斗者的整体状态  
 通过**多领域奋斗者样本**，呈现不同路径、不同阶段的真实奋斗图景  
 数据给出整体判断，人物让理解具体发生

### 一批奋斗者故事

多元人物表达，重塑奋斗者形象



智元机器人合伙人王闯、演员祖峰及五菱红标车主代表等不同行业、不同背景的新时代奋斗者，分享各自奋斗经历，打破单一成功模板，呈现更立体多元的奋斗面貌。

### 一个经济指数

数据化表达，建立理解基础



发布中国首个展现基层奋斗者状况的经济指数——宏光指数。该指数基于五菱红标累计超2000万真实用户数据，从三大维度构建评估体系，以数据方式呈现基层奋斗者的韧性与中小微经济复苏趋势，为奋斗提供可被讨论和理解的结构化表达。

## 让态度落地，把价值变成支持

通过公益投入与专项计划，将品牌价值转化为长期、可持续的现实支持  
 通过产品体系与新车首发，回应奋斗者真实经营场景需求  
 通过协同传播，推动大会影响力从事件现场走向持续扩散

### 一系列助力举措

行动型支持，避免一次性感动



向上汽通用五菱博爱基金注资设立“奋斗者专项计划”形成持续支持机制；发布五菱红标“天灵神”技术体系及全面新能源化的产品矩阵，为奋斗者提供更具现实价值的创富工具。

### 一次新车首发

产品首发，完成价值落地

五菱荣光EV震撼首发，五菱红标神车家族集体亮相，宣布将为新时代奋斗者带来多款量身定制的“创富神车”，惠及千行万业。



### 一轮组合传播

多点联动，形成持续声量

联动超330家媒体，通过官方、媒体、经销商及新媒体矩阵，在微信、微博、抖音、今日头条等多平台同步传播，实现多触点联动，持续放大影响力。



## 现象级传播放大公共议题影响力

第二届致敬奋斗者大会通过央视直播与全平台协同传播，实现了现象级传播效果：

- 活动期间，全渠道累计曝光量近 **1.4亿**
- 央视新闻直播观看 **突破 1528万** 人次，全平台直播观看 **超 5200万** 人次
- 社交平台话题 **#我们向上 中国向前#**、**#致敬奋斗者大会#** 总阅读量**超 1.2亿**
- 系列报道全网曝光量 **超 1.3万**

本次大会不仅实现了传播声量突破，放大了大会影响力，更推动“新时代奋斗者”议题进入更广泛的社会讨论空间，验证了品牌叙事升级的有效性。