

# 上汽通用五菱奋斗成长手册

- **品牌名称：**上汽通用五菱
- **所属行业：**汽车行业
- **执行时间：**2025.03.22-2026.02
- **参选类别：**视频内容营销类

# 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

[脐带妈妈用户故事上集“脐带”因爱系上，也为爱松开。因为松开，才能看见前路的光。五菱之光EV，陪伴“脐带”妈妈一路向前！#奋斗成长手册#五菱红标#人民的创富神车#人民五菱与你同行-抖音](#)

[脐带妈妈用户故事视频下集从摆摊到种菜，从城市到自然，一台五菱之光EV，见证“脐带”妈妈与“星宝”瀚瀚，一路成长，一路向上。#奋斗成长手册#五菱红标#人民的创富神车#人民五菱与你同行-抖音](#)

在中国广大的中小微经济场景中，商用车不仅是生产工具，更深度参与了无数普通人的创富决策与经营过程。但长期以来，商用车传播往往停留在功能参数与单一使用场景中，用户的真实经营行为与品牌之间缺乏系统性表达。

《奋斗成长手册》由上汽通用五菱红标品牌发起，尝试以年度系列人物纪实短视频的形式，持续记录真实车主在不同行业中的创富实践，通过稳定、长期的内容输出，构建围绕“奋斗者”的品牌叙事体系，推动五菱红标从“生产工具认知”向“创富伙伴认知”的升级。

项目全年累计拍摄并发布 35 期真实车主故事，覆盖多种基层创富场景，以连续性内容而非单点传播，探索商用车品牌在内容营销中的长期表达路径。

## 核心挑战

### 奋斗精神 如何被具体呈现

“奋斗”作为高度抽象的价值概念，若停留在口号层面，难以沉淀为可识别的品牌资产。项目需要通过真实人物与真实经营行为，让奋斗从情绪表达转化为具体、可感知的创富实践。

### 情感表达 如何与产品价值形成闭环

如何避免产品在内容中被生硬植入，而是自然成为创富过程中的关键工具，使观众在产生情感共鸣的同时，能够理解产品在实际经营中的价值作用。

### 商用车单一功能认知 如何突破

五菱红标长期被简化为“拉货能手”，项目需要呈现商用车在多元行业与新型创富形态中的角色，拓展其在用户心中的应用边界，促进终端销售转化。

## 品牌价值升级

通过持续、真实的车主创富记录，  
强化“五菱红标=奋斗者伙伴”的品牌联想，  
逐步构建“奋斗者品牌”的长期认知。

## 产品价值破圈

超越参数与性能宣讲，  
通过真实使用场景，  
展现车辆在不同创富场景中的实际价值，  
实现商用车产品力的跨行业理解。

## 1

**以“创富行为”  
替代情绪化叙事**

项目并未追求戏剧化冲突或情感渲染，而是将内容重心放在车主的经营选择、业务变化与实际决策中，把“奋斗”还原为具体的创富行为。

## 2

**打造可持续的  
内容型长效IP**

摒弃零散的车主故事创作方式，将内容统一纳入《奋斗成长手册》这一年度IP中，以“创富”为主线，通过持续产出，形成稳定的品牌内容资产，而非一次性的营销内容。

## 3

**精准筛选  
“可被代入”的人物样本**

围绕五菱红标车型核心用户群，锁定传统货运、餐饮供应链、新零售、直播经济、文旅、宠物经济等多个创富领域，筛选具有代表性的普通经营者，确保故事主角是目标用户身边“看得见、学得来”的创富样本。

## 4

**将车主故事  
转化为“创富案例”**

内容不止记录生活，而是围绕而是围绕“如何开始、如何用车、如何改变生意”展开。车辆在故事中被呈现为具体解决方案，使每一期内容都成为可被参考的创富案例。

## 内容结构

所有视频统一采用“一人、一车、一业、一梦”的叙事框架，并结合“创富故事+创富问答”形式，清晰展现车主如何借助五菱红标产品，在特定行业场景中解决经营问题。

## 内容规模

全年制作并发布35期内容，拍摄足迹覆盖全国20多个省、市、自治区，涉及餐饮、物流运输、新零售、直播电商、文旅民宿、宠物服务、地摊经济、改装文化、助农公益、家庭服务等多个领域，勾勒出一幅多样化的基层创富图景。



## 传播链路

项目构建“总部统筹 - 区域联动 - 终端落地”的三级传播体系，以官方“双微一抖”为核心阵地，同时联动经销商、社群与媒体进行分层扩散，实现内容的持续曝光与复用。

## 模式与理念创新

### 将车主内容升级为品牌长期IP

项目突破传统“征集-拍摄-发布”的车主营销模式，通过统一规划与持续输出，将单个故事沉淀为可累积、可迭代的品牌内容资产，形成五菱稳定的创富叙事主场。

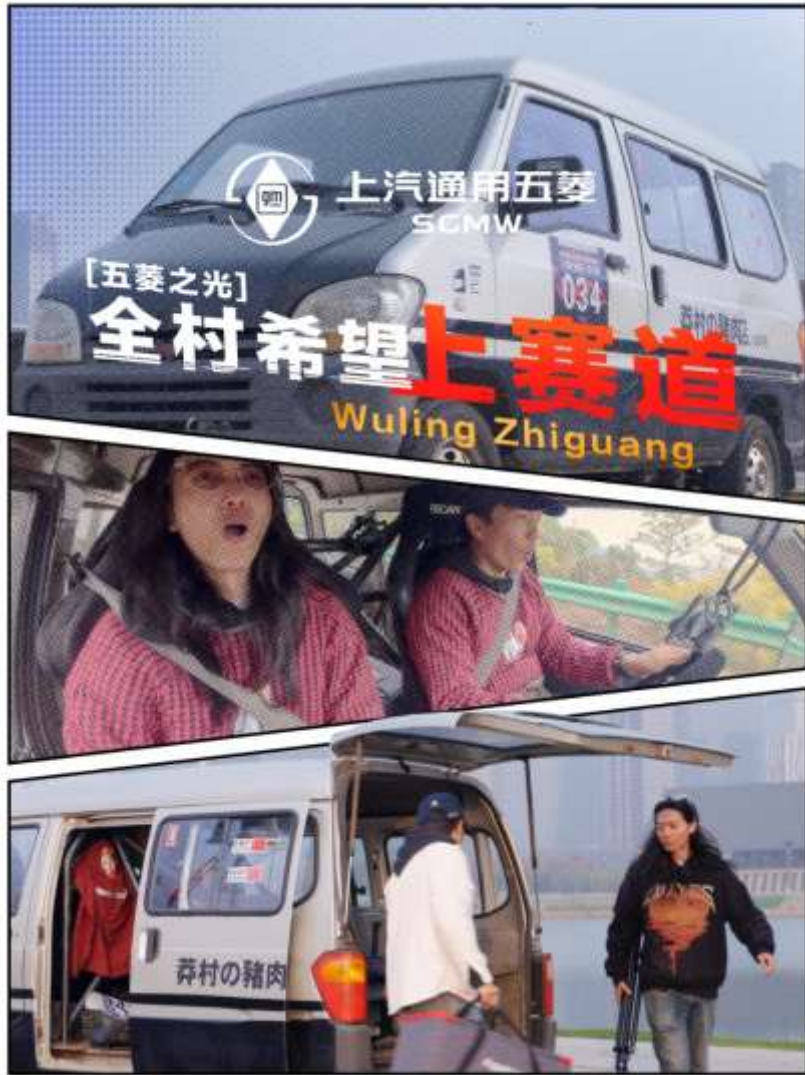


### 以创富实践替代参数传播

通过真实经营场景，产品的大空间、强承载、可靠性等优势被转化为具体的创富成果，使产品价值从参数表走向真实收入与生意增长。

### 内容直接赋能销售终端

项目内容被体系化应用于经销商展厅展示、销售话术与线上获客场景，成为直观回答“这辆车能帮我做什么”的销售工具，实现内容对终端转化的实际支持。



### 传播效果

《奋斗成长手册》累计发布35期内容，全网总播放量超2000万次，总曝光量突破1.2亿次，形成持续性内容声量。

### 销售赋能效果

项目内容直接支持终端获客，2025年线上成交占比达25%，带动终端展厅客流增长30%，相关车系咨询量同比增长35%

