

# 方程豹汽车 | 钛3×逃离鸭科夫跨界营销专项

- **品牌名称:** 深圳方程豹汽车销售有限公司
- **所属行业:** 汽车
- **执行时间:** 2025.12.24-2026.02.14
- **参选类别:** IP营销类

# 案例视频

1、预热视频：【梦幻联动 | 钛酷啦豹走鸭科夫】

[https://www.bilibili.com/video/BV1gUvYBaEs7/?share\\_source=copy\\_web&vd\\_source=c2d0b601f070ac703d0a2c899458f75d](https://www.bilibili.com/video/BV1gUvYBaEs7/?share_source=copy_web&vd_source=c2d0b601f070ac703d0a2c899458f75d)

2、线下干杯夜花絮视频：【钛酷啦 | 钛3联名B站跨年干杯夜首秀】

[https://www.bilibili.com/video/BV1cZicBFEhh/?share\\_source=copy\\_web](https://www.bilibili.com/video/BV1cZicBFEhh/?share_source=copy_web)

3、改装创意视频：【全网首台 | 宽体赛道版钛3】

[https://www.bilibili.com/video/BV12Q6TBwEgc/?share\\_source=copy\\_web&vd\\_source=c2d0b601f070ac703d0a2c899458f75d](https://www.bilibili.com/video/BV12Q6TBwEgc/?share_source=copy_web&vd_source=c2d0b601f070ac703d0a2c899458f75d)

4、UP改装创意视频：【全网首台！联名+赛道版方程豹钛3有多帅？】

[https://www.bilibili.com/video/BV1ZbzvBoEo3/?share\\_source=copy\\_web&vd\\_source=c2d0b601f070ac703d0a2c899458f75d](https://www.bilibili.com/video/BV1ZbzvBoEo3/?share_source=copy_web&vd_source=c2d0b601f070ac703d0a2c899458f75d)

方程豹汽车钛3自2025年4月上市以来，获得市场良好反响，但上市快一年，到年底的销量遇到瓶颈，因此为了更好打开更大的市场开口，客户期待整合跨界类项目打开上端开口。

根据数据调研，期待往游戏方向展开。

其次，基于方程豹客户端调研反馈，钛3虽然主要购车群体都男性为主，但是后端反馈很多男性用户购车后主要为家里的女性使用。因此，策略希望同步打开女性市场。

而B站平台有游戏最大的年轻人公约数+钛3在B站有800w+人群资产，同步可撬动游戏+年轻潮流时尚的细分市场。而B站爆火的游戏-鸭科夫，则以可爱萌宠的形象火速出圈。

因此，**联动B站爆红游戏IP-逃离鸭科夫、B站S+级跨晚干杯夜，定制主题联名列展，打造年轻潮流个性盛典大事件！**

## B站人群介绍

B站作为高粘性的社交平台  
聚集大量年轻用户，男女比例已达1:1，拥有4200万汽车核心人群

得年轻人者得天下  
超7成年轻人活跃在B站

庞大的汽车增量空间  
B站汽车大盘快速增长

高活跃

3.76亿  
月活用户数

高粘性

112min  
人均观看时长

性别均衡

1:1  
男女比例

中坚力量

26岁  
用户平均年龄  
25-35岁用户占比最高

4200万  
汽车核心人群

5000万  
汽车种草人群

1.4亿  
汽车泛兴趣人群

数据统计说明:

【汽车核心人群】近90天在汽车行业商业广告、稿件、动态、关注、搜索、带货、直播等触点有高级观看或深度互动

【汽车种草人群】按MATE人群规则汽车行业下品牌进行，深层互动（TE）的资产人群

【汽车泛兴趣人群】为按照B站汽车行业MATES人群模型规则，归属于汽车行业品牌的（认知）A（兴趣）层人群

数据来源：B站 2025年第三季度财报

数据来源：B站 哔哩哔哩必达平台；时间-近90天

## 钛3资产

# 钛3在B站人群总资产835W 25岁以上男性居多，热爱生活，关注游戏与科技

三大社媒钛3人群资产对比：  
 B站：825W (月活3.8亿)  
 小红书：935W (月活3.5亿)  
 抖音：2626W (月活9亿)  
 占比相近：2.1%-2.9%

825万  
总人群资产



81.63%  
中型SUV车型

人群画像：热爱生活，关注游戏与科技

### 中型SUV人群资产排名

排名	SPU名称
9	方程豹钛3
1	SMART精灵#5
2	领克10 EM-P
3	领克08EM-P
4	岚图知音
5	沃尔沃XC70
6	特斯拉Model Y

M人群 (认识Meet)  
**4,630,648** (占比56%)

A人群 (兴趣Appeal)  
**3,371,964** (占比41%)

T人群 (信任Trust)  
**206,213** (占比2.5%)

E人群 (认同Endorse)  
**44,758** (占比0.5%)

#### 年龄分布

25岁以上人群占比73%



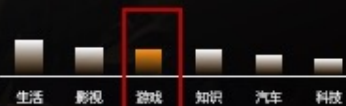
#### 性别分布

男性占比93%



#### 内容偏好

TOP6内容偏好：生活、影视、  
 游戏、知识、汽车、科技



#### 机会人群

B站15大特色人群渗透率：游戏人群渗透率达到10.89%



# 抓住人群兴趣，产生情感共鸣 结合当下B站最火游戏，打造钛3 IP联动大事件

## 汽车增量市场

超7成年轻人住在B站  
B站汽车大盘快速增长

## 钛3人群在B站

825万年轻人在B站关注钛3

## 集团经验借鉴

集团品牌在B站收获了可观  
的人群资产与内容资产

bilibili

庞大的年轻  
增量市场

一拍即合

年轻个性  
的目标人群

## 个性化的品牌

用开创性技术为美好生活添彩

## 个性化的人群

充满理性与感性色彩的年轻人

### 预期目标:

用游戏IP联名+跨年聚会结合，线上下全面呈现方程豹品牌及钛3车型“年轻、个性、时尚”的品牌/产品魅力；

通过双IP联名+线下线上的互动活动，全面散发方程豹品牌魅力，传播品牌理念和文化，以此提升车主好感度，刺激潜在用户产生品牌向往。

### 整体目标:

期待专项出圈，打开上端开口，促进后效转化。

## 策略推导：

- 1、游戏是年轻人的最大公约数，抓住游戏用户就是抓住年轻用户；而**B站最火的新游戏IP-鸭科夫是最佳选择。**
- 2、联名IP是最直观挖掘IP用户转化为潜在用户的方式，也是能让双品牌声量1+1大于2的营销手段。且鸭IP在B站的核心玩家，年轻潮流的Z世代，与钛3的目前人群高度契合。
- 3、线下跨年是年轻人在年底最有“仪式感”的活动；**B站的S级IP线下干杯夜**，一年一度年轻人超级快闪，双旦节点，双IP联动更好流量叠加；跨年夜是年底的火热节点。
- 4、痛文化是年轻、潮流的代表文化之一  
本次联名游戏IP，**线下主题列展，UP创意痛车首发登陆跨年夜**，制造打卡潮流！

## 创意亮点：

- 1、B站双IP联动，线上联动线下，流量叠加；
- 2、线下干杯夜更好结合年轻人的情绪价值，IP痛车首发登陆跨年夜，制造打卡潮流
- 3、创意互动，惊喜宠粉；不管线下干杯夜及线上话题营销互动，更好的联动客户全网的社交平台，实现创意破圈。

## IP 简介

## 当可爱乱斗遇上硬核战术，萌兽凶猛

可爱搞怪的鸭鸭遇上钛3，一次年轻火花的碰撞，玩出无限可能

《逃离鸭科夫》是什么？

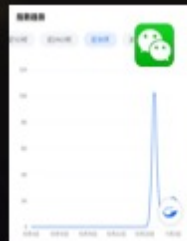
搞怪可爱的鸭鸭PVE搜打撤



游戏介绍：《逃离鸭科夫》是一款由B站发行的“独具创意的单人俯视角撤离射击**独立游戏**”，游戏主角是一只可爱搞怪的鸭子。

《逃离鸭科夫》有多火？

席卷年轻人的爆款游戏



上线三周销量破300万份，2025年最火国产新游戏！（没有之一）

全网指数飙升，战绩可查！（b站、百度、抖音、微博、微信，热度还在继续）

## 游戏人群画像

## 核心玩家：年轻潮流的Z世代

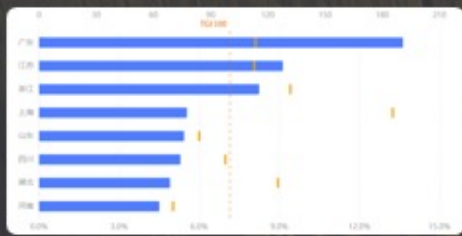
年轻当道，《逃离鸭科夫》游戏玩家与钛3的目标人群高度契合

## 《逃离鸭科夫》B站人群画像：年轻当道

- 年龄分布：18-24岁（占比最高）、**25-30岁（TGI最高）**
- 性别分布：男女比例**6:4**
- 城市地区：广东、江苏、浙江、上海、山东、四川



300万玩家性别分布



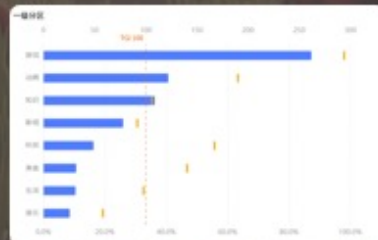
女性

4:6

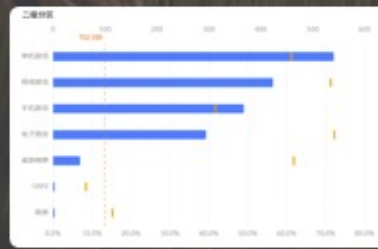
男性

## 《逃离鸭科夫》B站人群兴趣：关注游戏与科技

- 一级分区兴趣TOP5：游戏、动画、知识、影视、科技
- 二级分区兴趣TOP5：单机游戏、网络游戏、手机游戏、电子竞技、桌游棋牌



长期内容兴趣



长期游戏兴趣



引爆期

线下：B站年度最大IP：跨年晚会，快闪展线下体验

B站S级IP《跨年干杯夜》

跨年夜超级快闪

年轻人自己的春晚

2016年-今，已举办9年，单场曝光3亿+

豹走鸭科夫，陪你一起跨年！

双旦节点，借势B站S级IP《跨年干杯夜》，打造鸭科夫主题快闪，与鸭科夫一起跨年。

城市  
拟重庆



2024年



2023年



钛3 x 鸭科夫痛车展车

钛3 定制展区

钛3 创意互动

UP主空降体验

城市备选：分会场，重庆、杭州、长沙，选其中一城

### 传播阶段如下：

- 1、预热悬念期：12月26日全网社媒宣发悬念联名海报（B站官方号、小红书、抖音、微博）
- 2、官宣期：12月27日全网官宣IP联名（B站官方号、小红书、抖音、微博）
- 3、线下预热：12月30日发布联名首秀-干杯夜预热
  - 联名痛车全国首秀（B站官方号、小红书、抖音、微博；总经理熊甜波微博官方号转发）IP全平台联动官宣 引爆新年期待。
- 4、引爆期：12月31日线下干杯夜，同时联名微信红包封面宣发，喜迎新年；客户宣发同步经销商等渠道，同步各平台也分发。
- 5、线下干杯夜亮点：
  - IP痛车首发登陆跨年夜，制造打卡潮流
  - 现场创意互动，惊喜宠粉
  - 音乐舞台首秀，点亮高光记忆
- 6、延续期：1月全网宣发活动花絮视频（B站官方号、小红书、抖音、微博）、IP联名系列长图【主要方程豹官方号全网同步发布；按照7期选题方向，发布连续剧类型的内容，巧妙结合鸭科夫与方程豹的豹豹IP 互动，植入了钛3产品信息。持续内容输出，有奖激励网友共创；用户评论互动活跃】、UP痛车改装创意视频、UP众测视频等

传播各个阶段的图片:

方程豹与鸭科夫联名悬念预告、联名官宣; 方程豹官方社媒平台分发



联名新年微信红包封面



线下: 重庆站干杯夜, 方程豹X鸭科夫IP列展



内容: 定制创意视频、UP痛车&改装视频、UP众测全网分发



话题+专题





**实际传播效果:**

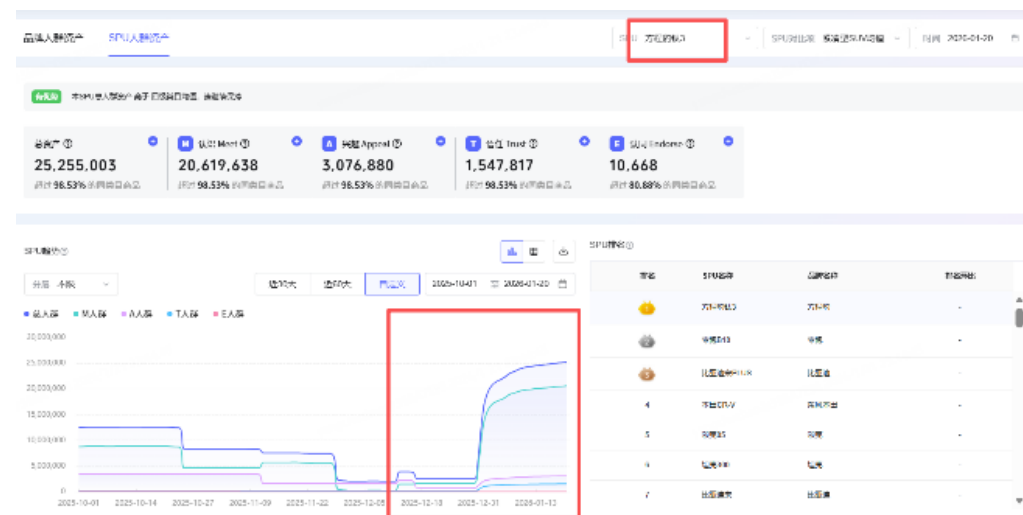
1、1月31日跨晚线下数据: 线下干杯夜-覆盖人流量**20万+**

2、线上数据:

- (1) 站内线上专题+话题内容等曝光超过4000w+, 讨论9300+
- (2) 定制痛车改装视频及众测视频1月内陆续上线, 预估视频曝光500w+ (TBD)

3、方程豹MATE人群资产增长: **9倍+**

- 方程豹TE人群增长11倍+
- 钛3车型人群资产增长3倍, 从800w增长到2500w+;
- 钛3车型声量提升375%+
- 钛3车型心智提升11%+



**客户反馈:** 比亚迪内部领导及子品牌们都高度认可, 竞品客户也有关注。媒体圈也有认可IP联名的创意。

# 看爆款，跨界「逃离鸭科夫」IP，打造钛3联名大事件

抓住年轻人的最大公约数，结合当下B站最火游戏，全面塑造钛3“科技潮品SUV”形象。

游戏IP联名 + 跨年仪式感 + 痛文化，形成最大的年轻人流量开口

方程豹 x 鸭科夫  
全平台官宣互动，制造期待



联名痛车首发  
登陆B站「跨年干杯夜」，全城围观



潮流打卡

创意互动

跨年夜主舞台首秀  
制造钛3的高光时刻



主舞台TVC

现场刊



人群资产交付

MATE人群资产总规模

9倍



TE人群资产规模

11倍



内容资产交付

车型声量

375%



车型心智

11%

