

# 让新品上市成为北京越野的心智焕新时刻

- **品牌名称:** 北京越野
- **所属行业:** 汽车
- **执行时间:** 2025.09-11
- **参选类别:** IP营销类

# 在时代高度与现实落差之间，北京越野的存在感在新语境中被不断稀释

**北京越野：底蕴最强、历史最厚、文化最深的越野品牌，没有之一**

**BUT** 曾经的行业图腾，如今却逐渐被市场遗忘

**1960-1965**  
北京越野诞生·212车型被确立为保障重要车型

**1966**  
主席乘坐BJ212检阅集会群众·同年该车型投入生产并正式列装

**1984、1999、2009...**  
多次作为引领车和礼炮牵引车·在天安门接受检阅

**2008-Now**  
北京越野开始研制民用越野车·多系列车型层出不穷

**2025.09**  
BJ30旅行家·北京越野首个轻越野SUV正式上市

## 北京越野



中国越野车  
第一品牌

### 1/ 声量被挤压

品牌声量被主导越野新文化的品牌拉开差距

竞品	搜索量排名	阅读渗透率排名
坦克	9	13
哈弗	31	32
捷途	46	37
<b>北京</b>	<b>63</b>	<b>64</b>

### 2/ 资产稀薄

用户对BJ30的关注度偏低  
BJ30人群资产排名靠后

竞品	AIPS排名
坦克	16
哈弗	37
捷途	28
<b>北京</b>	<b>60</b>

### 3/ 表达缺位

在越野车的内容覆盖上，北京越野缺少表达

竞品	相关笔记量
坦克	4.9w+
哈弗	2.7w+
捷途	2w+
<b>BJ30</b>	<b>1.2w+</b>

# 面对品牌困境，北京越野亟需借新品上市之际重建行业存在感

## 挑战

### 声量缺位

越野文化火，但北京越野没站在中心

### 心智脱节

品牌厚重但用户不知道北京越野哪里好

### 资产薄弱

内容量薄、人群资产弱，难以形成增长闭环



## 策略

打造开放式玩法  
引发用户讨论&传播

IP黄金入口、资源矩阵

用年轻化内容语言  
重塑品牌认知

风格、审美、生活方式

用内容驱动沉淀  
形成可经营资产池

KOL、KOC、UGC

### 【BJ30上市】10万级超大空间轻越野SUV

填补市场空白，践行“越野平权”，花小钱即享越野体验。是“北京越野能否重新被年轻人讨论”的关键窗口

## 机遇



- **造型即内容**：小方盒造型，天然适配改造、美学、表达，年轻人的整活道具
- **定位即语境**：轻越野/旅行越野定位，是潮玩符号，符合年轻生活方式
- **场景即资产**：高参与度的场景基因，让BJ30成为可创作、可表达的灵感载体

根据人群破圈「爆改浓人」以及行业热点，锚定潮改、场景路线，话题#我的潮改30计

## 北京越野人群洞察

「爆改浓人」是SPU核心人群，品牌颜值及内饰备受用户关注



### 北京越野关注点

电动机带来的性能确实足够强

**颜值爆表**

性能硬核越野

内饰紧跟新势力潮流

**配置备受关注**

## 小红书出行热度趋势

出行被重新定义为生活方式表达，户外是新的穿搭秀场



#露营攻略

#自驾游

#OOTD

#户外穿搭

出行改造家 X 北京越野BJ30  
最会整活的车，我们安排上了！

出行改造家 × 北京越野

#我的潮改30计

热爱改造的  
灵感涂鸦师

讲究视觉的  
改色美学控

打造氛围的  
车内布置控

.....

每个人都能在这台小方盒上，玩出属于自己的生活灵感！

聚焦用户诉求 · 打开高关联场景

汽车不止8平米 更是全家人向往的远方 是山川湖海冰冷的参数和物性测试从来都不是越野唯一的表达方式



征服-五大路况

- 泥地
  - 山地
  - 沙地
  - 雪地
  - 水域
- 2.8e阅读量
- 独库公路+46.31%
  - 青甘大环线+123.21%
  - 并察察线+122.17%
  - 新理线+678.58%
  - 黑独山自驾+223.28%
  - 塔克拉玛干N39°线 +126.29%
  - 俄博梁雅丹+40.73%
  - 恰库牧道+460.74%
  - 念青东冰川+23.21%
  - 格聂南线+258.43%

硬核越野路线阅读同比增长

自驾-十大目的地

- 云南 4.6e +36.09%
- 贵州 2.9e +143.87%
- 川西 1e +55.93%
- 内蒙古 9103.7w+100.56%
- 上海周边 2137.2w+68.62%
- 北京周边 1928w+ 94.74%
- 甘南 1814.8w+56.11%
- 海南环岛 1210.6w+44.83%
- 厦门 1072.5w +78.86%
- 青岛 700.2w+52.96%

城郊通行-十大场景

- 高架通勤
- 暴雨内涝
- 覆雪路面
- 夜间出行
- 全家出行
- 野奢露营
- 4+2骑行
- 野钓
- 咖啡公路站
- 近郊草地穿行
- 近郊浅滩河道
- 近郊盘山公路



越野场景

在小红书无限延展

# 当代年轻人的越野户外坐标系，把「可城可野」的BJ30放进年轻人的生活方式地图



区域	路线	时间	审美个性	情绪	车型卖点
川西	新理线 (稻城亚丁)	夏季	都市野酷 Urban Barnfit	安心宁静	高扭矩
	格聂南线	初夏		不留遗憾	高通过性
青甘	G318进藏	春夏	高街美拉德 Melardfit	自我释放	三把差速锁
	青甘大环线	夏季		热烈肆意	高扭矩 抓地力
新疆	独库公路 阿勒泰	夏秋 秋冬	户外机能风 Outdoor	生命力	四驱系统
云贵	并察察线 雨崩徒步 洱海环湖	春季 夏秋	甜酷黄油 Cute Chic	愉悦感	三把锁+四驱系统 车内空间
沿海	北京周边 青岛环海 厦门自驾	四季 夏秋 春夏		松弛感	外观 能耗低
高线城市	内环早高峰	清晨	美式越野 Rover Vibe	掌控感	智能座舱
	午夜巡航	深夜		治愈感	辅助驾驶
	周末2h逃离	周末		回归自我	外观改造 座椅配置
			都市漫步风 Urban Gentle		

# 内容策略：以KOL构建审美在线的风格体系，以 KOC场景化放大用户生活表达

## 核心人群

爆改浓人/方盒子赛道人群

### KOL：风格设计师

把BJ30小方盒美学翻译成「可模仿模板」  
→ 建立潮改审美方法论

#### 美式越野



灵感：摩托车  
场景：自驾探险

#### 都市野酷



灵感：拉力车  
场景：出街穿梭

#### 户外机能



灵感：探险车  
场景：户外探险

#### 甜系马卡龙



灵感：星星人  
场景：轻松日常

#### 潮酷黄油



灵感：移动别墅  
场景：露营

#### 高街美拉德



灵感：雪顶咖啡  
场景：可城可野

## 高潜人群

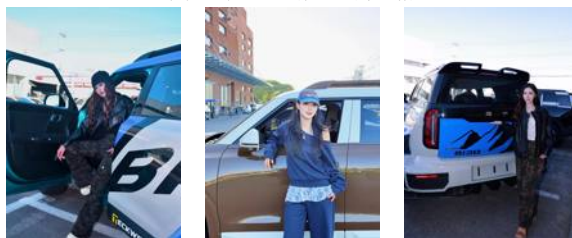
社会新鲜人/职场闯关人/纵情高压党

### KOC：场景传递者

将潮改风格带入通勤、露营、城市漫游等真实生活场景，潮改不仅好看更贴近日常可使用  
→ 建立潮改生活方式方法论

#### 都市机能：机能穿搭×酷感姿态×力量美学

将机能穿搭、酷感姿态与BJ30力量感融合，呈现年轻人偏爱的潮流出街风格



#### 轻松通勤：日常松弛×城市可用性

将潮改融入真实日常，呈现 BJ30 的城市可用性 & 松弛生活感



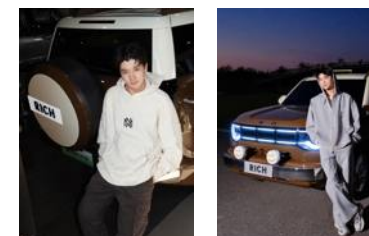
#### 甜系越野：柔和滤镜×氛围感治愈表达

以柔和滤镜呈现「既能野也能拍」的治愈美学，更贴近年轻人的氛围感生活方式



#### 都市潮酷：夜色氛围×城市灯光

借助夜色、城市灯光与青年姿态，让 BJ30 「松弛而不费力」



## 彩蛋

北京越野CEO亲自参与

### 品牌CEO：组织共创者

让团队形成年轻化内容共识，强化年轻化/潮改战略价值 → 让潮改成为品牌的表达态度



北京越野CEO王昊

亲自下场参与潮改话题  
展现品牌**主动拥抱年轻人**的态度  
带动内外部关注度提升

# 资源链路：把BJ30放进用户的视野，沉淀灵感池与讨论场，搭建BJ30的年轻化表达路径

打造「潮改」心智  
在上市节点打入用户视野

沉淀「潮改」内容资产  
构建BJ30的Carfit灵感池，形成用户看得懂的风格体系

激发「潮改」社区扩散  
让“潮改”成为参与式表达

#我的潮改30计

BJ30旅行家上市发布会



活动品专

活动H5聚合页



KOL内容

官号内容



品牌专区



开屏

火焰热搜



发布会&IP联动，让用户第一时间感知到BJ30是天生适合潮改的「小方盒」

将KOL的专业潮改内容、KOC的真实用车场景、UGC的生活表达沉淀为BJ30专属的「潮改灵感池」，通通过互动活动吸引用户参与

让「潮改」进入更多用户视野，激发讨论氛围，形成「潮改」接力

# 「潮改方法论」带来三重跃迁，IP项目各类指标均超标完成

## 声量跃迁

从「缺席」到「参与」

借助潮改方法论，进入年轻人的首页、推荐流和圈层文化中



站内总曝光：2.3亿+

话题浏览量：3000万+

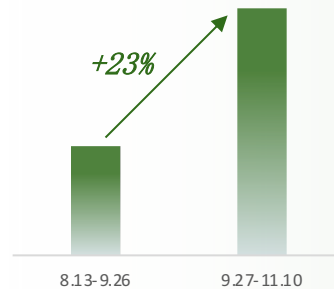
## 心智跃迁

从「工具车」变成「风格符号」

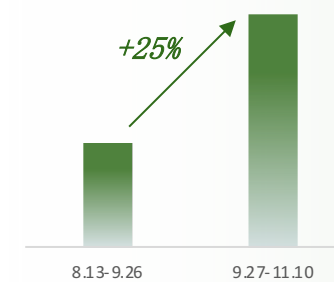
走出功能语境，进入审美与风格语境，成为自己表达的外延物



“改装” 相关搜索词



“改色” 相关搜索词



## 资产跃迁

不仅「被看见」更是「被参与」

年轻化表达上升为品牌共识，引发站内外讨论

KOL引发扩散



CEO参与带动内外部关注

KOC覆盖多场景

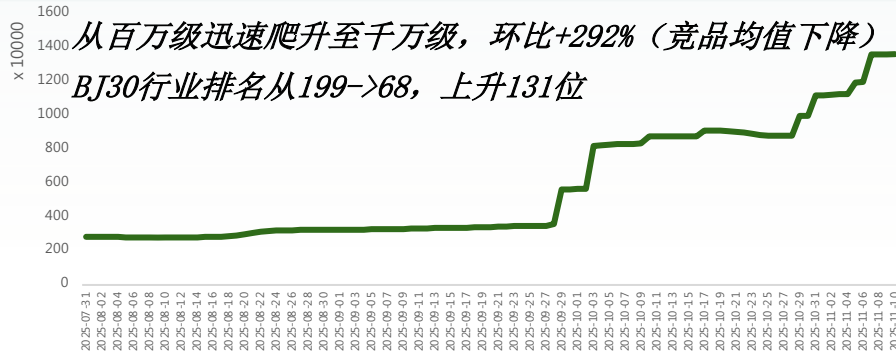
UGC自发参与

KOL爆文率100%

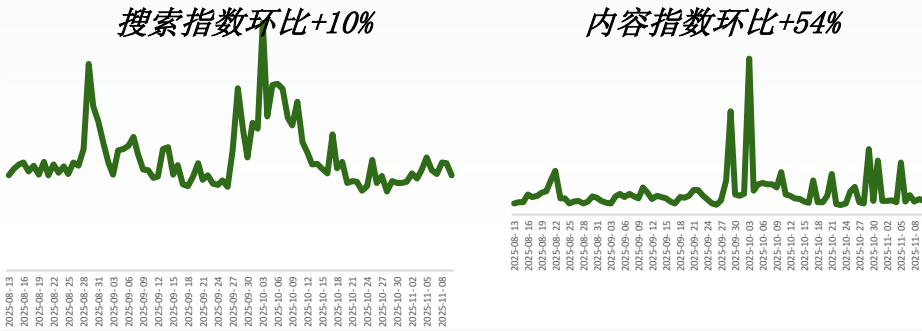
笔记发布量1.9万+

# 从声量到人群，从内容到经营，潮改IP让BJ30获得可持续经营的资产

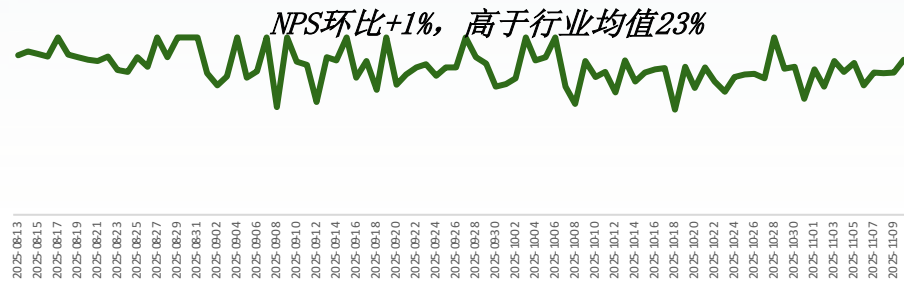
## 人群资产沉淀



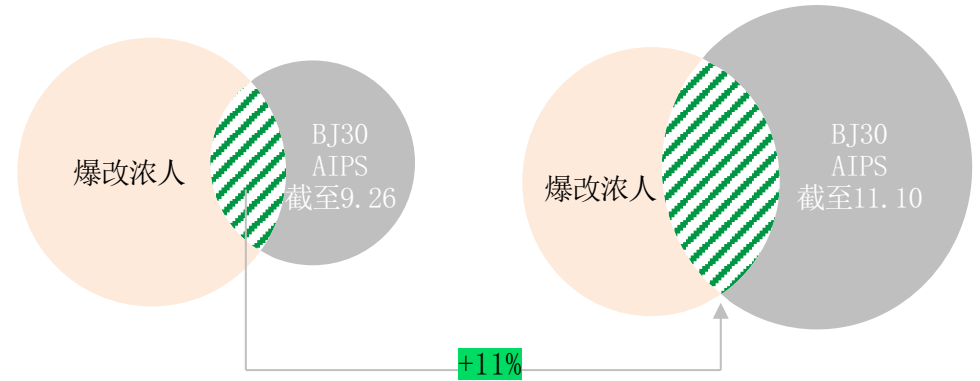
## 搜索&内容指数



## 情感倾向NPS



## 人群包渗透率



## 一方人群渗透率

