

# 创新BMW X2#三源里叫板三里屯#事件营销

- ◆ **品牌名称:** 宝马中国
- ◆ **所属行业:** 汽车
- ◆ **执行时间:** 2019.11
- ◆ **参选类别:** 创意类

# 案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://v.qq.com/x/page/l3148tx5io0.html>



创新BMW X2于10月上市国产车型，BMW X2作为天生「型动」派，逆转潮流独创审美，无论是赛道公路上，还是街头巷里间，都能释放型潮，型到骨子里。

BMW X2计划11月改造北京“三源里菜市场”，将其改造成具有品牌标识的潮流新地标，吸引用户打卡，借助烟火气与时尚感的碰撞，传递#做什么都型#的品牌理念。

**改造后的市场于11月15日-17日，限时三天营业**

# 社交炒作，制造关注



## 引导线下打卡 理念传播

- ▲ 将改造后的三源里市场打造为社交热点吸引用户关注及线下实地打卡，激发社交议论与传播。
- ▲ 自然的植入BMW X2#做什么都型#的品牌主张，提升沟通内容的深度。

PROJECT SANYUANLI 实质是一种品牌线下快闪事件，线下快闪营销自2017年兴起曾风靡一时，是品牌吸引驻足、制造话题度的线下活动形式，但随着越来越多品牌使用且流于套路化、模式化，用户极易对其产生审美疲劳，更难触发广域用户大范围社交讨论。



如何打破快闪活动的地域壁垒和线上线下载传播边界，  
触发BMW X2品牌线下事件的大规模线上社交讨论？



#三源里菜市场#

#市场爆改#

#潮流碰撞#

是[PROJECT SANYUANLI]  
区别于其他品牌快闪活动的  
差异性特点。




**三源里**  
北京市 住宅区 3464签到  
签到人数7162 | 赞 1110

微博网友认可的打卡地点

#三源里菜市场#作为北京最负盛名的菜市场之一，因其丰富的食材选择吸引了很多明星、名人驻足，也登上过天天向上等综艺节目，被网友戏称“网红菜市场”，在微博上积累了一定程度的社交讨论声量。



2019年1-10月三源里菜市场相关微博热点词词云

- 明星、综艺相关 (41%)  
林依轮、谢霆锋、王菲、王鸥、高圆圆等
- 购买体验、市场元素相关 (21%)  
食材、世界各地、价格、摊主、菜市场等
- 网友印象、评价相关 (26%)  
应有尽有、有名、网红、高档、热门等
- 生活方式、潮流元素相关 (12%)  
生活方式、摄影、人生、街拍、造型等

微博网友的讨论热点集中于**明星、体验、印象**等维度

全新  
赋能形式

手段ONE

微博网友针对#三源里#  
讨论热点集中于**明星、体  
验、印象**等维度

明星以**用户视角深度体验**  
改造后的三源里  
市场，发表真实的印象和  
观感，建立受众共感

放大  
内生价值

手段TWO

#烟火气 vs 潮流# 的  
**碰撞**作为差异性特点  
可增加社交话题度

三源里作为烟火气的地标  
同北京潮流地标三里屯  
捆绑成为**话题性CP**

碰撞  
吸引视线

手段THREE

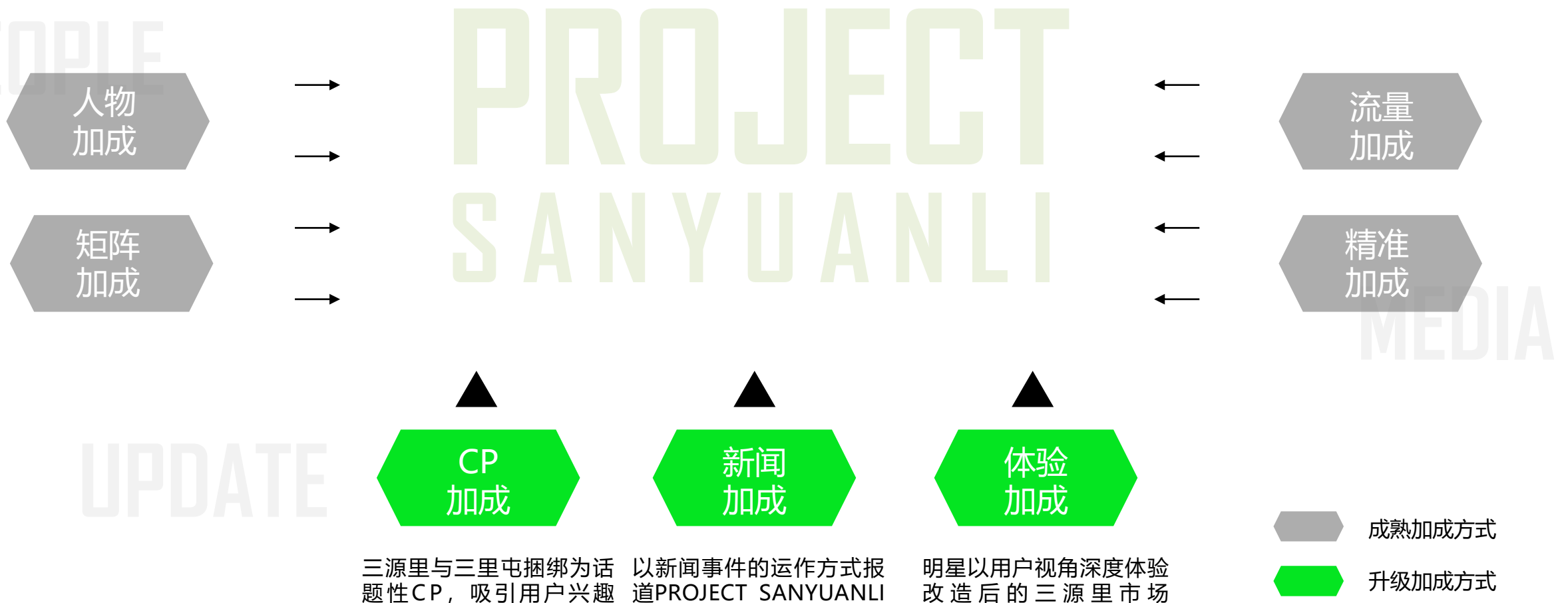
**新闻事件**热点同明星热点、  
生活热点一道是  
上榜微博热搜三种  
核心热点类型之一

PROJECT SANYUANLI  
不再是一次简单的品牌活  
动，而是一场突发的**新闻  
事件**

切换  
运作视角



新浪基于PROJECT SANYUANLI前期数据洞察并整合平台优质资源，定制**七种社交加成方式**引爆社交热点，同时将其打造为“城市潮流地标”吸引大众打卡，环环相扣的运营将BMW与X2自然植入，传递#做什么都型#的品牌主张。



“  
那些年，我们  
一起磕过的CP。”

制造关注

三源里与三里屯捆绑为话题型CP

STEP1:  
Battle事件型网感话题#三源里叫板  
三里屯#，引发用户好奇与关注。

## CP加成

### 建立联想

01. 将三源里与潮流圣地三里屯联系起来，反差设计可迅速吸引用户关注并建立潮流联想。

## 网感型话题

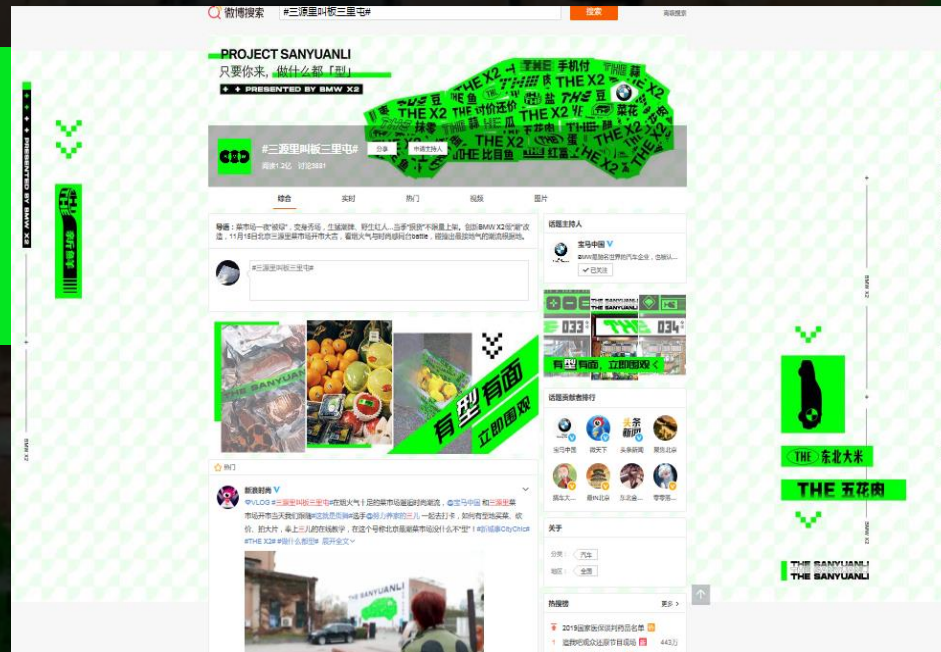
# #三源里叫板三里屯#

### 制造噱头

02. “叫板”一词噱头感强，引发用户好奇心，吸引大众吃瓜围观。

### 聚合效应

03. 进入话题页，聚合各方观点，共同引导用户发声。



“  
它不是像新闻，  
真的就是一则  
新闻。”

制造关注

由品牌活动向新闻事件转变

STEP2:  
新浪王牌记者团队跟进，原生新闻  
手法发布并追踪品牌事件进展。

坐拥七千万粉丝的超级新闻账号@头条新闻现身发布报道事件，随后新浪王牌记者团队兵分三路深入三源里、三里屯和普通菜市场采访市民对于三源里事件的真实印象和看法，线上社交媒体同步激活新闻事件网友评论。

**头条新闻** 头条新闻 V

【三源里全新“潮味儿”改造】三源里的关键词是什么？稀有食材？国际化？明星多？一场改造为三源里带来全新的潮味儿。从精致饭桌走上品味T台，@宝马中国 帮助三源里成功转型，助力#三源里叫板三里屯##THE X2# #做什么都是型# 头条新闻的微博视频

**“网红”三源里菜市场**

0:02/0:56

**头条新闻** 头条新闻 V

【三源里全新“潮味儿”改造】三源里的关键词是什么？稀有食材？国际化？明星多？一场改造为三源里带来全新的潮味儿。从精致饭桌走上品味T台，@宝马中国 帮助三源里成功转型，助力#三源里叫板三里屯##THE X2# #做什么都是型# 头条新闻的微博视频

11月16日 13:35 来自 微博 weibo.com

收藏 转发 182 评论 199 点赞 762

新闻发布

**新浪资讯台** V

【三源里“变脸”你来吗？】三里屯的这身，去逛菜市场怎么样？【no】【no】三里屯潮人汇聚，菜市场潮到发霉。三源里今天“变脸”，绿色（shai）叫板三里屯。新浪资讯台今天直奔三里屯，问问潮人怎么看？#三源里叫板三里屯##THE X2# #做什么都是型# 新浪资讯台的微博视频

如果去菜市场买菜 你会考虑怎样的穿搭？

11月15日 13:33 来自 微博视频

**微天下** V

【三源里超范儿】三里屯的这身，去逛菜市场怎么样？【no】【no】三里屯潮人汇聚，菜市场潮到发霉。三源里今天“变脸”，绿色（shai）叫板三里屯。新浪资讯台今天直奔三里屯，问问潮人怎么看？#三源里叫板三里屯##THE X2# #做什么都是型# 新浪资讯台的微博视频

你对这样的菜市场改造计划有什么评价？

来自主持人的推荐 11月16日 16:00 来自 微博 weibo.com

收藏 转发 79 评论 66 点赞 160

三里屯

三源里

新闻采访

普通市场

**头条新闻** 头条新闻 V

11月16日 15:40

#三源里叫板三里屯#这次BMW X2跨界对三源里菜市场进行潮流化改造，你怎么看？ 头条新闻的微博投票

你怎么看三源里菜市场潮流化改造？

网红店变潮牌店	1702人
被玩出位的绿色很抢眼	2272人
这种审美太独特了	1411人

5385人参与 还有1天结束 @头条新闻 创建

☆ 收藏 75 111 5661

**宇是一阵疯** V: 这次改造可以说是很“型”了

11月16日 16:54

**冷雪凝轩**: 绿色显得蔬菜挺新鲜的，不过下次可以各个区域颜色不一样用红色，海鲜区用蓝色

11月16日 17:06

**viviZ**: 好看！一改我对宝马土豪的形象

11月16日 17:01

**伊莎贝尔露珊珊**: 哈哈，跨界菜市场有创意，X2很帅气

11月16日 15:58 回复 点赞

**喵喵vivid**: 改造的不错

11月16日 17:03 回复 点赞

**ROBIN5816**: Gucci的白菜多少钱一颗

11月16日 16:27 回复 点赞

新闻评论

超过5000名网友参与评论，26%的网友表达“审美独特”的观点和态度。

“  
流量不再为王，  
但好的入口依然  
重要。”

制造关注

整合平台优质资源引导关注

STEP3:  
创新且丰富的流量入口为社交用户  
了解三源里事件提供了优质的窗口。

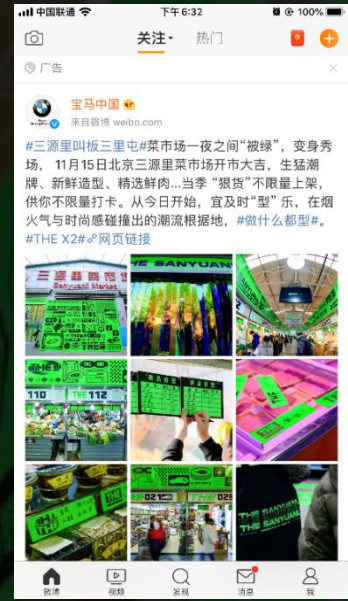
## 流量加成



话题流量



创新流量 (开机与首页博文联动)



精准流量



圈层流量

新浪为该事件匹配了创新优质的流量入口，聚合全域用户关注，并针对核心传播圈层予以精准流量和圈层流量支持，全方位提升二道用事件的资源广度和深度

“  
每个人，  
都是圈儿里人。”

扩散沟通

高关联圈层超级账号合力传播

STEP4:  
基于事件特性和目标人群兴趣属性，  
集合新浪自有王牌账号资源实现圈  
层迅速扩散。





基于事件特性和目标人群兴趣属性, 集合新浪自有王牌账号资源, 充分发挥新闻、时尚、汽车、区域等事件核心关联圈层账号矩阵实力, 扩散事件影响范围。

“  
同样一句话，  
农夫和名人说出，  
分量效果截然不同。”

激发参与

释放名人效应吸引打卡

STEP5:  
冯唐、张蓓及一众KOL现身打卡，  
利用名人的示范效应，营造“打卡  
圣地”氛围，体现型潮元素。

## 人物加成



以冯唐和张蔷为代表的**名人**，以及众多时尚、娱乐、亲子类**KOL**纷纷现身三源里实地打卡，发表体验后心情和感受，彰显三源里潮酷的印象，植入BMW元素，吸引粉丝围观，纷纷表示也要前往打卡。



“  
只有同样经历过  
的人,才有资格说  
我理解你。”

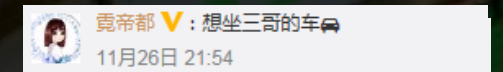
激发参与

用户视角下的沉浸式内容种草

STEP6:  
新浪时尚联合明星@努力养家的三  
儿深度体验“北京最潮菜市场”,  
使用户身临其境,现场感受三源里  
市场型潮氛围,触发打卡欲望。

## 体验加成

新浪跨界时尚和娱乐双重元素，以时下最IN的VLOG形式记录#这就是街舞#选手@努力养家的三儿体验“北京最潮菜市场”的全程经历，“三源里生存法则”内容丰富有趣，巧妙植入X2车型和#做什么都型#的品牌主张。



粉丝纷纷表示有种亲临现场的感觉，想做三哥的车，想去打卡三源里，想跟着三哥一起逛最潮的菜市场.....

“

因地制宜，因势利导，因材施教，量体裁衣。

效果转化

精准助力，高效沟通

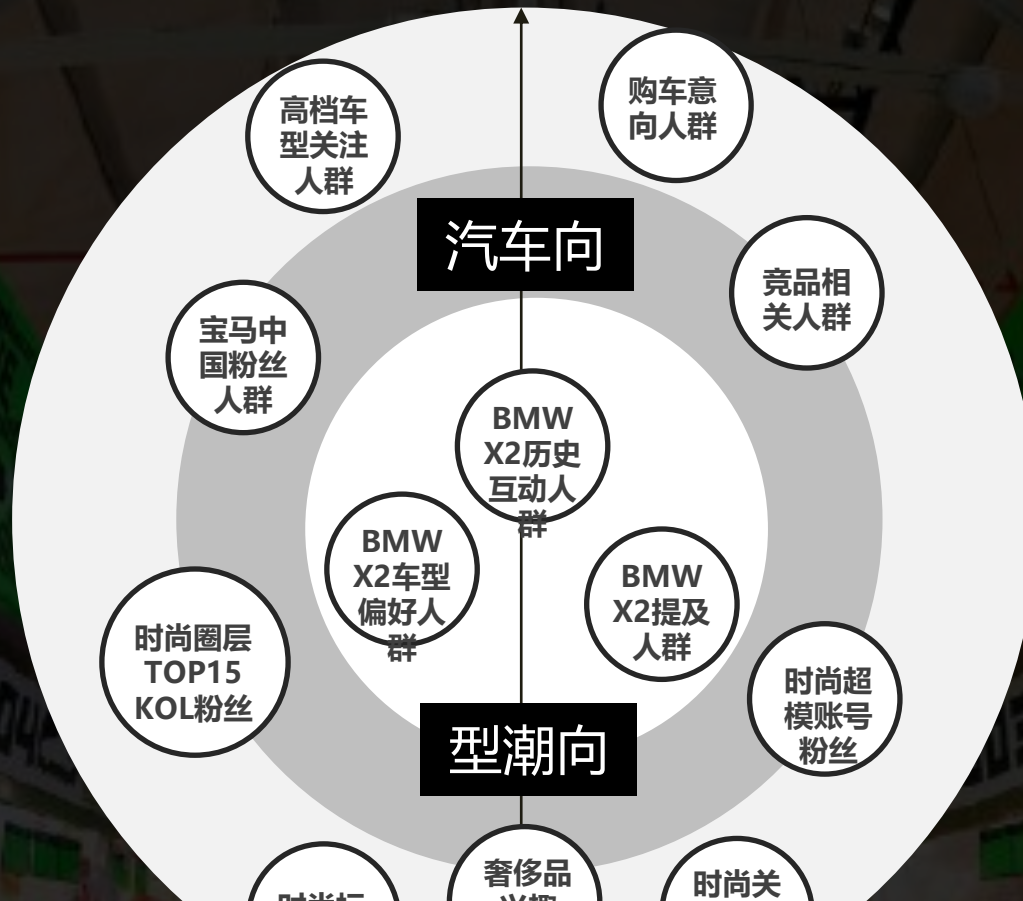
STEP7:

微博两大王牌产品（开屏+超粉），六类核心维度，精准事件信息推送。

精准加成

基于六大核心维度，以[汽车向]和[型潮向]两个坐标方向匹配最适合的人群标签，提升留资转化效率。

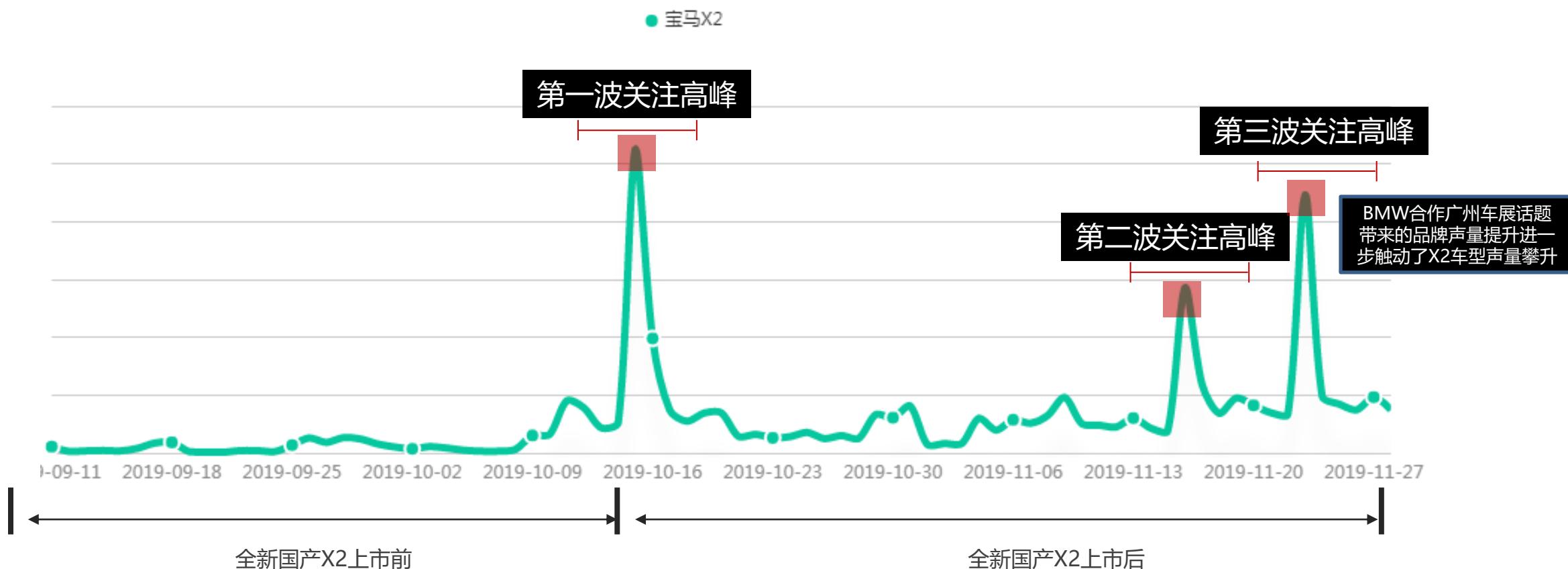
- 品牌相关
- 竞品相关
- 购车意向相关
- 汽车行业相关
- 粉丝相关



超级粉丝通截图



BMW X2新车上市即收获大量社交关注，整体声量较上市前提升**1032%**，三源里事件同上市热点和行业热点（广州车展）一道，成为X2上市社交声量高峰。





三源里事件传播期间，#三源里叫板三里屯#话题阅读量1.2亿，其中15-17日达到首个声量高峰，此后新浪时尚明星Vlog上线帮助话题在27日收获了时尚圈层用户第二波关注。



话题阅读1.2亿

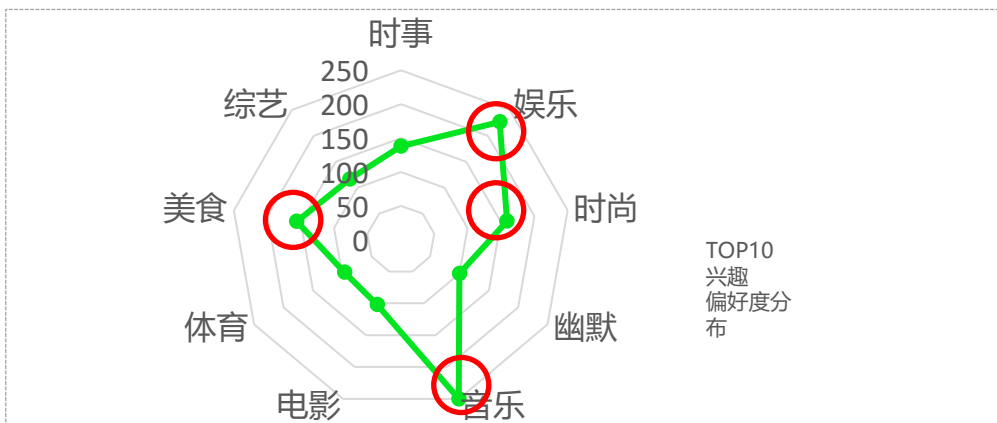
曝光达成率251%

点击达成率1194%

## 三源里事件话题参与用户画像符合X2目标兴趣受众定义

事件参与用户以年轻女性为主、喜欢娱乐、时尚、音乐，北京用户参与意向高，新增美食圈层用户关注，用户喜欢@头条新闻主持的与生活有关的新闻热点（恰与此事件相符），艺术类KOL偏好符合X2的车型主张。

### 除娱乐、时尚、音乐兴趣外，增加美食相关兴趣



### 偏好有热门作品上映以及有想法的明星 较车型兴趣人群增加艺术相关的KOL倾向

明星分类	名称	KOL分类	韩国me2day
娱乐	徐峥	娱乐	韩国me2day
娱乐	王嘉尔	情感	治愈系心理学
娱乐	李荣浩	舞蹈	努力养家的三川
娱乐	赵丽颖	媒体	胡锡进
娱乐	于正	海外	林萍在日本
娱乐	朱一龙	摄影	CNU blank
娱乐	池子	科普	开水族馆的生物男
娱乐	李莎旻子	设计	鹿妖视界
娱乐	李诞	设计	陈炳文文文
娱乐	陈思诚	戏剧	郑云龙DL

针对三源里事件，网友评论表示喜欢、有特色、有创意、有意思，表示想去打卡，有很多网友真的前往三源里市场实地打卡，并在微博发布认证照片和感想。

“好，喜欢，有特色，不错”  
表现出对菜市场改造的喜爱

- 沁露角落菊 : very good !  
11月16日 17:22
- 香草山晓2018 : 很喜欢这个  
11月16日 17:14
- 梦想不再被拉黑 : 觉得很酷，有特色  
11月16日 22:56
- 身后有尾八 : 本学设计的找到出路了😁  
11月16日 22:20
- ll方静 : 太好了，是我喜欢的  
11月16日 16:58
- 古风大侠仪 : 0.0 感觉不错  
11月16日 16:33
- 岚之云瓊 : 潮流化改造一定特别好。  
11月16日 17:32
- 伊莎贝尔爱珊珊 : 哈哈，跨界菜市场有创意，X2很帅气  
11月16日 15:58
- 噜噜vivid : 改造的不错  
11月16日 17:03
- 每天悄悄哒 : 买菜的地方改成这样也挺有意思  
11月16日 16:35

“好想去逛逛、要去这里，打飞机也去”  
表现想去现场打卡的心情

- 紫瑞卿 : 看的心热，回北京必去打卡  
11月17日 11:17
- wwsheart : 支持  
11月16日 20:39
- Fymin- : @Shoran-Ren  
11月17日 03:17

Shoran-Ren : 去，打飞机也得去  
11月18日 14:29
- 静姐爱谁谁 : @明龍和卒长姿 成打卡新地标了  
11月17日 00:44
- CIRCE乔 : 哎呀，我下次回北京也要去这里  
11月17日 17:56

康康康miko : 一定要来！  
11月17日 18:26
- 混世大勋花 : 这些店铺看着有好想去逛逛的感觉  
11月17日 17:10

琳啊啊爱你了 : 我也想去  
11月17日 17:10

多网友果真下场打卡，  
并将打卡照片在微博发布

- Na你的坚持终将美好Si  
#三源里叫板三里屯# 烟火气与X2潮流时尚的碰撞  
11月18日 09:29 来自 iPhone客户端
- 差不多被很多的鞋子催子  
#三源里叫板三里屯# 只拍照，不买菜也不逛？我觉得吧！@宝马中国 风再大，也阻挡不了火热的心  
11月17日 19:43 来自 iPhone客户端
- 福尔摩斯 : #三源里叫板三里屯#作为陪我长大的菜市场，如今成为网红，昨天回家我妈和四只猫发现了微博热搜，问老妈：‘对都变样了，来了一大堆人似的，我以为是我欠鞋的来耍的’，今早去菜市场买的西冷牛排心和笋笋，顺便去帝都都是菜市场打卡，宝马这波跨界走的666  
11月17日 11:19 来自 iPhone客户端
- 吸一古静柯基 : #三源里叫板三里屯#买的不只是菜@宝马中国  
11月17日 11:48 来自 iPhone客户端
- 赚钱养召召 : #三源里叫板三里屯#@宝马中国 赶上最后一天🥳北京 三源里菜市场  
11月17日 17:48 来自 iPhone客户端
- 蕊蕊菜 : #三源里叫板三里屯# @宝马中国 瑞思拜！  
11月16日 19:56 来自 iPhone客户端

最终，X2新车留给用户的社交印象变得丰满且立体：上市信息、品牌卖点、事件信息以及#做什么都型#的理念成功传递给了目标TA，经此一役，X2的车型好感度上升15.7%。

## 车型社交印象词云

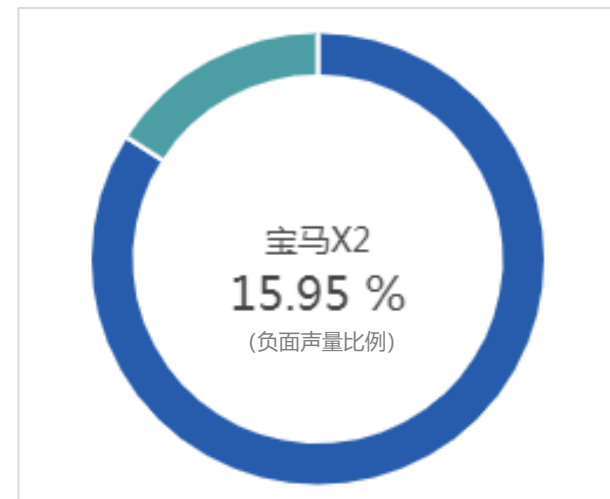


- 品牌词：** 宝马、bmw、X2等
- 车型词：** 升级、座椅、新车、智能、空间、设计等
- 事件词：** 菜市场、三源里、开箱、双11、打卡等
- 态度词：** 都型、潮流、审美、年轻、骨子里、创新等

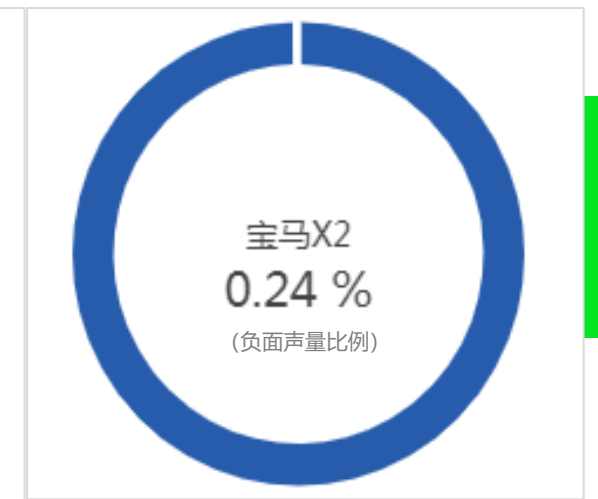
## 车型好感度变化

上市前车型正负面声量占比

上市后车型正负面声量占比



品牌正面声量占比84.05%



品牌正面声量占比99.76%



# BMW X2 "PROJECT SANYUANLI" 事件社交媒体传播

## 七剑合璧，社会化营销可“型”

