

BYD

# 比亚迪「知友会」

## 新知车主百日共创计划

探寻、体验、分享  
并肩共建「科技·绿色·明天」



# 因迪而聚，以知会友

## 创意深度串联 赋能口碑传播

通过高知PU被邀参展、探访总部、试驾体验再至成为车主等一系列线下活动真实体验，线上传播品牌口碑。

## 专注塑造专业 实现认知渗透

锁定高知圈层和高净值人群，专注产出深度价值内容，塑造「比亚迪」高知·高识·高关注车主形象。

## 优质内容+黄金资源 引领强势曝光

**超亿级全网曝光， 7824W+浏览**

成为现象级品牌大事件，长尾提升品牌影响力。

# 项目背景

## 新旧能源的迭代

比亚迪成为**全球首个全面停产燃油车**的车企  
对大多数车主来说最关心的是**比亚迪为什么有底气**  
做出全球车企首发之举？  
新能源车到底能否取代燃油车？  
比亚迪 广邀19位知乎知友成为新知车主  
与知乎高管共赴比亚迪全球总部寻访探秘  
找到**新能源车发展的新答案！**

「科技 · 绿色 · 明天」

在汽车行业新旧能源并驱争先的当下，比亚迪所面临：

### 突破

- 全球首个全面停产燃油车的车企

### 机遇

- 电动汽车替代燃油车消费趋势明显
- 国民对自主品牌电车充满热情

### 挑战

- 自主品牌电车「内卷」严重，各类「造车新势力」市场混战
- 国外巨头「特斯拉」降价打击
- 消费者挑选余地过多

### 消费决策

#### 乱花迷人眼

消费者在面临众多品牌和车型选择时，需要更多专业的、体验类的信息做参考。

### 品牌力建设

#### 第一、专注、专业

2022 年下半年，比亚迪新能源汽车销量全球第一

专注生产新能源汽车

业界所公认的专业电池技术

### 好的传播渠道

#### 对谁讲？怎么讲？讲什么？

除垂类汽车媒体，知乎是消费者在做汽车购买决策时的首选参考平台。

尽管汽车大号们有其专业属性，但用户更易与自己身份类似的创作者产生认同，真实的体验分享最能打动人心。

创意策略

# 通过高知人群+亲身探访试驾体验

实现口碑强化+曝光提升+销售集客三重功效



# 全平台传播+知乎平台深度解读

## 全球首家停产燃油车的车企的底气与实力

**全网传播助力剂** 知乎正成为汽车用户获取内容与互动的新中心，流量红利持续释放，与此同时知乎高信任度、高专业度的平台基调，助力全网内容分发时的专业权威内容属性。

**潜在用户聚集地** 知乎作为高知圈层和高净值人群的聚集地，借助被邀PU的高知形象及影响力奠定此次活动基调。

**最佳内容发酵地** 知乎汽车垂直领域已有充实的内容基础，内容生态良性生长的同时新能源话题在知乎上持续发酵，认知壁垒被优质内容打破，新能源技术新生内容极易发酵。比亚迪作为新能源车企的佼佼者，此次传播由知乎出发，便是不二选择。

强化比亚迪高知·高识·高关注车主形象

不止是探访总部

是互联网语境下「用户体验」的重新塑造

从灌输式展示>>> 体验式探索

将被动地灌输式展示转变为主动积极地去体验

从自造流量>>> 流量共享

利用知乎平台属性打造用户体验的场景价值，  
引发用户与媒体自发传播影响

从作业流程>>> 兴趣导向

针对用户感兴趣的汽车展开问答与观点输出

从营销通稿>>> 知识性、趣味性、裂变性

从传统营销通稿到以知识性、趣味性和  
裂变性内容为核心的内容价值再造

# 项目流程

## 线上招募 活动预热

9月27日 — 10月20日

知乎

新能源车能取代燃油车吗



三登热榜 热度峰值达1922w

话题被浏览521W+ 阅读量合计: 300w+

## 总部探访 热度聚拢

10月30日 — 11月18日

知乎

知乎各领域大咖齐聚比亚迪深圳总部，能否找到答案



二登热榜 热度峰值达1236w

话题被浏览500w+ 阅读量合计: 150w+

## 百日体验 长效传播

11月19日—长期留存

知乎

比亚迪·新能源车等话题下高热度原生提问



话题被浏览560w+ 阅读量合计: 1035w+

## 大片发布: 《以问致远 一路向前》

3月14日—长期留存

知乎

中国新能源汽车如何领跑世界?



## 执行亮点

# 汽车、科技、数码、时尚、财经 5 大领域 19 位PU探访比亚迪全球总部

**稀缺性**  
参与一席难求

对于被邀请者身份及权限的限定，制造稀缺性，营造饥渴感

**出圈性**  
不止是简单参观

场景×互动×体验  
不止是简单参观  
而是一次极具想象力的全面深度体验

**社交性**  
盘活参与者社交资产

充分盘活参与者的社交资产和影响力圈层



# 多维度内容输出、出行场景全覆盖， 19 位PU引领「知友会」 构建天然讨论场，长效留存



19 位PU 以真实体验内容传递产品性能，使用感受，极具共鸣感的场景与知友产生深度链接。同时借力平台传播势能，承接热榜话题热度，紧扣比亚迪品牌理念与前沿产品科技输出，并解答用户兴趣问题，使其产生对品牌及产品的广泛认同。

高质内容高关注高溢出带来超高热度，轻松引发圈层共振。

PU内容累计发布 **384 篇**  
项目互动量合计 **988w+**  
项目整体曝光量 **1.21亿+**

全网传播

# 「知乎+比亚迪」社会化全平台联动 实现全域破圈传播

抖音

快手

微博

知乎

视频号

多形式，高频次，多渠道强势分发，实现活动信息  
跨圈层的高效传播，全面赋能比亚迪品牌声量。



平台黄金资源

知乎黄金资源**超大曝光**+各点位优质资源，  
**强强联手为活动引流**



知乎APP轮播开屏



知乎APP答案页大图

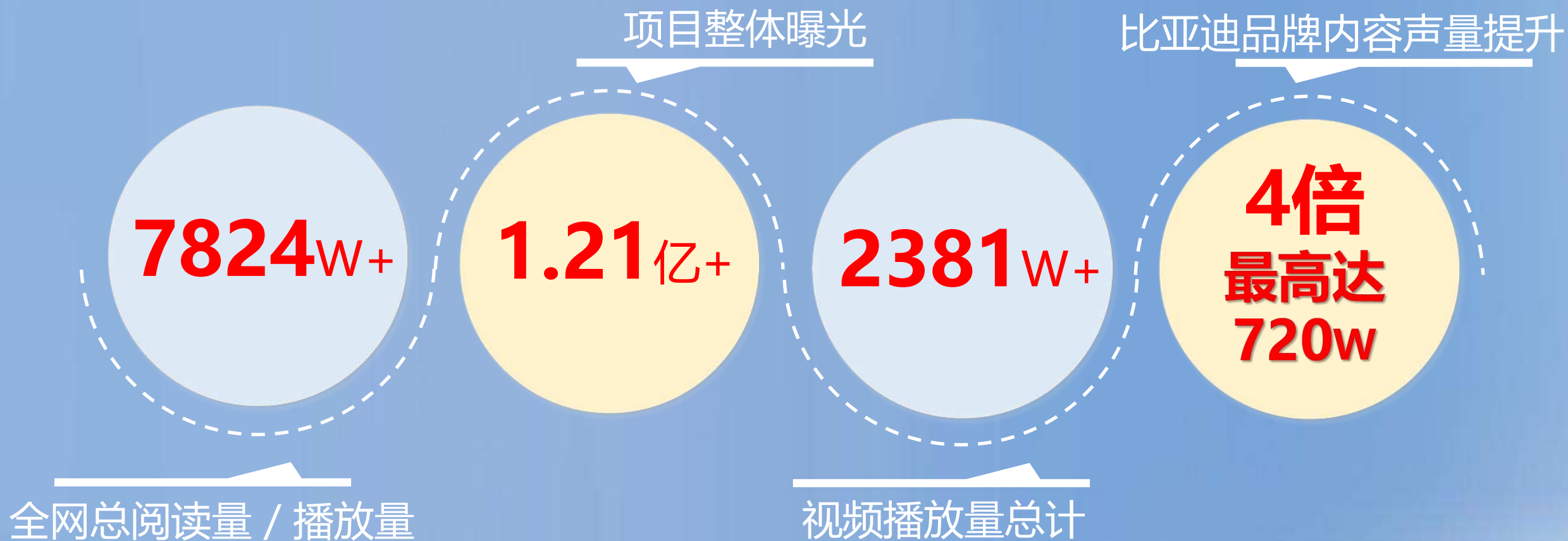


知乎活动广场



知乎APP知荐位

# 精准硬广流量+优质内容发酵，大范围高质覆盖用户



夯实  
信任

### 真实体验分享 夯实信任根基

以用户体验为传播核心，通过官方邀请高知PU真实体验分享，革新汽车营销传播模式。

内容引爆

### 优质内容借势 引爆热议

以专业+兴趣内容为传播切入点，借势高关注度品牌相关话题，强势输出、全面导流，搭建品牌话题事件内容阵地，实现长效经营。

声量爆发

### 资源强势分发 爆发声量

整合官方+PU优质传播资源，双管齐下，通过全渠道渗透，制造品牌效应，突破固有认知，共塑高知车主形象。

本方案是新的媒体环境下  
「知识营销」全平台传播的一次深度探索

科技 绿色 明天

TECHNOLOGY GREEN FUTURE BYD

BYD