

东风本田NEW CR-V上市活动 及车展传播方案

呈送：百达辉琪
March 2007





I. CR-V上市传播及车展传播规划

II. CR-V上市活动活动规划

- ✓ 来宾接待
- ✓ 媒体上市仪式
- ✓ 经销商上市仪式
- ✓ VIP媒体试车

III. 预算规划



CR-V上市传播及车展传播规划

背景介绍

New CR-V市是本田品牌2007年公关活动的最高潮

东风本田汽车公司将为该产品的上市组织一系列公关活动，包括：

- 上市预热阶段：
 - 预热稿件传播
 - 媒体VIP上海试驾
 - 新产品上市及车展
- 产品发布阶段：上海车展展台发布活动



兼备强动力和新颖的设计

强动力、性能好



大空间、配置新颖

力量、豪爽



上品、优质

比轿车醒目



比轿车实用



传播主题 - 都市精英的生活状态

- 工作
 - 工作积极进取，希望在稳定中求发展。
 - 事业是生活中的重要组成部分。
- 生活
 - 自驾游、与友人出去玩、上网、听音乐
- 价值观
 - 时尚·高雅·享受成功



New CR-V上市公关传播总览

预热阶段

- 本田媒体新闻发布会及东风本田汽车公司高层媒体专访
- 上海媒体试驾
- 东风本田参展上海车展前期预热宣传资料

产品发布阶段

- 上海车展展台发布
- 上海车展花絮

产品上市 后续宣传

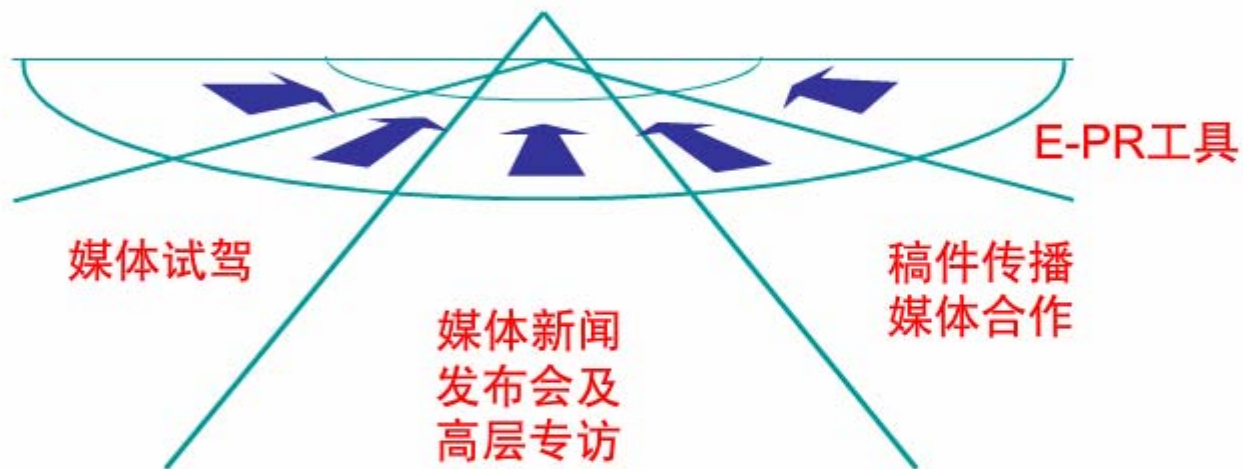
- 与时尚生活类媒体合作

贯穿产品上市全过程的传播工作

- E-PR
- 本田New CR-V特色文章及媒体软文合作



预热阶段传播计划



从不同角度重点突出本田的品牌个性
为New CR-V发布作好舆论铺垫

上市新闻发发布会及高层专访

- 传播主旨
 - 通过高层专访突出东风本田汽车公司的品牌战略和长远发展战略
 - New CR-V上市
- 建议受访者
 - 本田汽车高层：总经理、副总等
 - 东风本田汽车的市场战略：
 - 东风本田中国公司高层：
 - 汽车未来发展趋势及中国SUV市场
 - 东风本田品牌个性及设计走向
 - 设计师
 - New CR-V设计理念



- 专访建议角度
 - 东风本田对New CR-V品牌定位、品牌管理、营销策略、长期投入、发展规划等
 - 本田品牌个性及汽车设计理念



VIP媒体试车

- 策略
 - 新车体验，新车试驾，更好的了解产品性能和特点。
- 媒体执行
 - 媒体构成：(杂志类)
 - 专业类
 - 时尚类
 - 媒体角度
 - 汽车专业：产品评测
 - 时尚类：都会精英的用车与生活

注：所有媒体需签订保密协议才能获得资料

稿件传播 (上海车展及新产品上市预热新闻稿)

- 发布策略

- 上海车展前，New CR-V上市将随同东风本田汽车的参展预热稿件一同发布
- 新闻传播角度将以New CR-V上市及东风本田品牌及产品研发策略为主题

- 执行

- 媒体类型：汽车，时尚，生活和网络
- 发布范围：新闻稿涵盖200家核心媒体

- 传播方式

- 新闻稿
- 软文
- 采访





- 东风本田电子通讯
 - 传播策略：配合媒体传播攻势，以更加新鲜有趣的方式和清新而精致的风格强调New CR-V的特性和本田的品牌定位
- 网络传播
 - New CR-V网络图片精赏
 - 建议时间：新闻发布会前一个月
 - 步骤
 - 将网络图片刻盘做为礼物送给媒体
 - 放在本田相关网站，以及汽车相关网站

New CR-V上海车展发布

- 传播主旨
 - 从设计和性能强调New CR-V作为都会SUV领导品牌的定位
- 传播策略
 - 借上海车展众多人气
- 传播途径
 - 产品新闻稿
 - 软文
 - 专访



车展媒体传播 (新闻资料夹内容)

- 其它传播方案
 - 上海车展花絮稿件
 - 媒体评奖安排
- 媒体范围：
 - 200家左右核心媒体
- 资料夹内容：
 - New CR-V发布及东风本田市场策略
 - New CR-V产品新闻稿
 - 东风与本田品牌故事
 - New CR-V的故事
 - New CR-V产品手册
 - New CR-V媒体光盘及图片册



- 形式
 - 拍片
 - 车主访谈
 - 名人专访
 - 品牌情调集合





CR-V上市活动活动规划

上市活动概况

- 上市活动时间: 4月18日
- 上市活动地点: 上海浦东香格里拉
- 上市仪式的规模预估(待定):

媒体记者	260左右人
企业代表	TBD
嘉宾 (社会名流、明星等)	5人
总数	TBD
- 上市仪式媒体传播方式:
报纸杂志报道、电视新闻报道、网络直播、
网上软文、专访等

上市仪式策略

活动主题

城市中坚力量

执行主题

城市力量的诞生

个性:

现代、时尚、自信

考虑因素:

- 舞台布置具有现代感和新颖性，灯光效果营造舞台气氛；
- 网络媒体现场直播，增强辐射面和辐射深度；
- CR-V亮相形式的创新。



执行流程



邀请

接机
接待

上市
仪式

新闻
发布

返回

媒体
试车

答谢
宴会

邀请

接机
接待上市
亮相新闻
发布答谢
宴会媒体
试车

返回

邀请

□ 请柬设计制作和媒体/经销商贵宾邀请名单确认 - 活动前一个月

- 请柬的设计风格应该体现 “ 都会SUV ” 的定位；
- 记者名单、经销商、嘉宾及领导名单提交和确认。

□ 寄送请柬并确认出席——活动前四-二个星期

- 第一次电话邀请，确认出席人数和人员名单并发送email；
- 收到email后，寄发请柬；
- 请柬发出一星期后，电话再次确认并确定房间安排。

邀请

接机
接待

上市
亮相

新闻
发布

答谢
宴会

媒体
试车

返回

□ 出席人员名单确定，房间礼品分配

- 活动前1-2星期

- 所有出席仪式人员名单确定，安排房间和礼品；
- 确认接机时间，安排大巴。

邀请

迎接
接待上市
亮相新闻
发布答谢
宴会媒体
试车

返回

迎接接待

□ 机场/火车站迎接:

- 根据确定的航班时间，组织安排大巴或专车接送，时间约为早10:30至16:00；
- 机场候机楼设CR-V接待处，布置欢迎横幅、欢迎背景板（场地由客户洽谈）；
- 着装统一的礼仪小姐，手持欢迎牌在出口处等候，并且指引来宾上车。

□ 大巴接送:

- 每间隔一定时间，豪华大巴将记者送往指定酒店，或专车接送贵宾；
- 每辆接送车辆都有CR-V的标识和“专用车”和编号
标牌。

迎接接待

□ 酒店登记接待：

- 酒店门口布置欢迎背板、横幅、接待台、指示牌等，供来宾签到登记，并发放胸卡、门卡、礼品袋和会议日程、新闻夹等；
- 每间房间摆放领导签名的欢迎卡；
- 中午提供自助午餐。



虹桥机场接待

虹桥机场 VIP 和其他来宾接待

登车示意图

- C2: 负责登车行李
- C3: 负责行李摆放
- 巴士
- 登车工作区
- 登车等候区域
- C1: 负责候客

虹桥室外固定车位

- 停车场
- 国内到达 B
- 3号门
- 公交区域
- 公交车站
- 2号门
- 国内到达 A

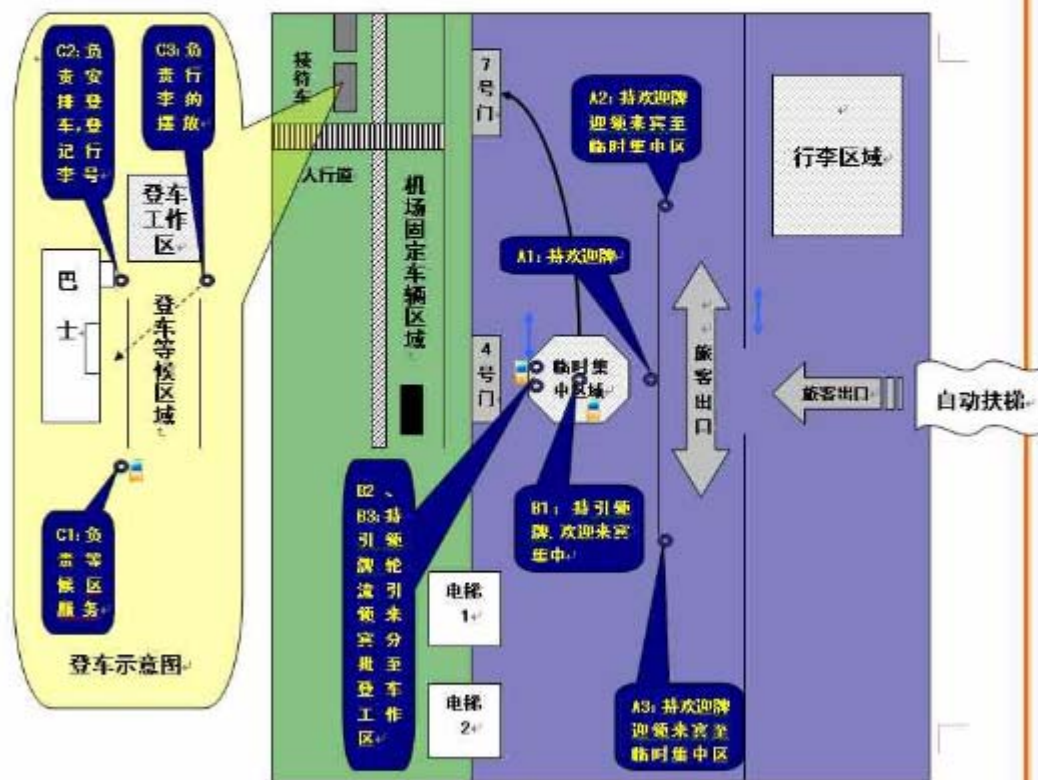
室内示意图

- A2: 持欢迎牌迎接来宾至临时集中区
- A1: 持欢迎牌
- 临时集中区
- B1: 持牌迎接来宾
- B2: 持牌引导来宾至分至车作
- B3: 持牌引导来宾至分至车作
- A3: 持欢迎牌迎接来宾至临时集中区
- 行李区域
- 旅客出口
- 自动扶梯
- 旅客出口

巴士接人停在出发口或者直接停在停车场

浦东机场接待

浦东机场VIP和其他来宾接待



巴士接送安排

4月17日 接机

8:00~20:00 每30分钟一辆大巴从机场开往酒店。

每个机场采用6辆金龙大巴（33座）往返4次。

4月18日 接机

8:00~20:00 每30分钟一辆大巴从机场开往酒店。

每个机场采用6辆金龙大巴（33座）往返4次。

发布会接送

媒体采用7辆金龙大巴（33座）往返1次。

经销商采用6辆金龙大巴（33座）往返1次。

4月19日 送机

8:00~14:00 每30分钟一辆大巴从酒店开往两个机场。

每个机场采用6辆金龙大巴（33座）往返4次。

4月21日 送机

8:00~14:00 每30分钟分别有一辆大巴从酒店开往两个机场。

每个机场采用6辆金龙大巴（33座）往返4次。



酒店推荐（媒体住宿4天）



东方滨江大酒店 (国际会议中心)



地址：上海 浦东新区 滨江大道2727号

房间数量：100间双人房



酒店推荐 (媒体住宿4天)



THE ST. REGIS
Shanghai

上海瑞吉红塔大酒店

上海瑞吉红塔大酒店



地址：浦东东方路889号

房间数量：100间豪华房



酒店推荐 (经销商住宿3天)



上海浦东假日酒店



地址：上海浦东区东方路899号

房间数量：170间

- 50 间标房
- 100 间豪华房
- 20 间行政楼



邀请

迎接
接待

上市
亮相

新闻
发布

答谢
宴会

媒体
试车

返回

□ 酒店集结：

- 通知所有参加仪式的人员，在酒店大堂集合接送大巴统一送往浦东香格里拉酒店；
- 工作人员或礼仪小姐组织来宾登上大巴沿途工作人员简单介绍上市活动流程。

□ 入 场：

- 大巴抵达酒店后，轮流在门口下客指定地点停放，来宾由礼仪小姐引导前往上市发布仪式现场；
- 公司领导或接待人员在上市仪式宴会厅的门口欢迎各来宾。



上市发表活动

邀请

迎接
接待

上市
亮相

新闻
发布

答谢
宴会

媒体
试车

返回

❑ 来宾入场前，开始播放暖场音乐
直至仪式开始前三分钟

❑ 网络直播
仪式开始前五分钟，网络直播开始

❑ 仪式开始
仪式正式开始，主持人上台宣布上市仪式开始

上市发表活动 - 开场表演

为突显New CR-V兼具中高级轿车与SUV的性格, 舞台上以三幅大型屏幕, 将真实表演者置于屏幕里的形式, 交错呈现节奏短洁明快, 但反差度高的不同表演型态.

展现New CR-V在动力, 性能, 操控, 空间, 造型与配备的全面性优势. 可同时满足追求操驾性能, 从事户外活动, 都会生活或是家庭用车等多元化不同诉求的车主需求。

我们选择

- 斗牛舞或佛朗明哥舞 –
表现New CR-V优越动力与操控带的激情驾驭感受
- 室内弦乐四重奏 –
表现New CR-V高雅的内装设计与从容空间
- 非洲丛林鼓舞 –
表现New CR-V强韧与征服山野的SUV强悍本色
- 爵士乐与爵士舞 –
表现New CR-V 高度契合都会菁英生活型态的品牌灵魂



上市发表活动 - 开场表演

来宾入场完毕 / 全场灯光调暗

- 聚光灯聚焦左侧屏幕
佛朗明哥舞独舞
中央屏幕以激光投射 Vehicle & Passion 字样
舞蹈结束
全场灯光再次调弱



上市发表活动 - 开场表演

- 聚光灯聚焦左侧屏幕
室内弦乐四重奏
中央屏幕以激光投射 Vehicle & Elegant 字样
演奏结束
全场灯光再次调弱



上市发表活动 - 开场表演

- 聚光灯聚焦左侧屏幕
非洲鼓舞表演
中央屏幕以激光投射 Vehicle & Tough 字样
演奏结束
全场灯光再次调弱



上市发表活动 - 开场表演

- 聚光灯聚焦右侧屏幕
爵士乐+爵士舞
中央屏幕以激光投射 Vehicle & Smart 字样
演奏结束



上市发表活动 - 新车亮相

考虑会场层高仅7米
且酒店宴会厅对特殊效果使用有严格限制
本次新车亮相将主要以激光投射
突显New CR-V车身轮廓线以及产品特色
搭配干冰烟幕与爆点的方式呈现
车辆以旋转或自半埋舞台中
缓缓升起的形式登场



上市发表活动 - 新车亮相 I

四段节奏明快但风格迥异
展现New CR-V不同风貌的表演后
全场灯光变暗

激光持续快速在中央屏幕上投射出New CRV轮廓线
现场响起恢弘大气的音乐
中央屏幕四周以干冰制造烟幕效果

弧形中央屏幕缓缓向两侧滑开
半埋在舞台内的New CR-V在舞台中央缓缓升起
两侧屏幕同时播放New CR-V在不同国家播放的TVC

中央屏幕后的New CR-V完全升起
舞台上下同时点燃爆点, 音乐停止
坐在车内的东风本田领导与设计师开启车门
走到舞台致词



上市发表活动 - 新车亮相 I

舞台效果示意图 1-1



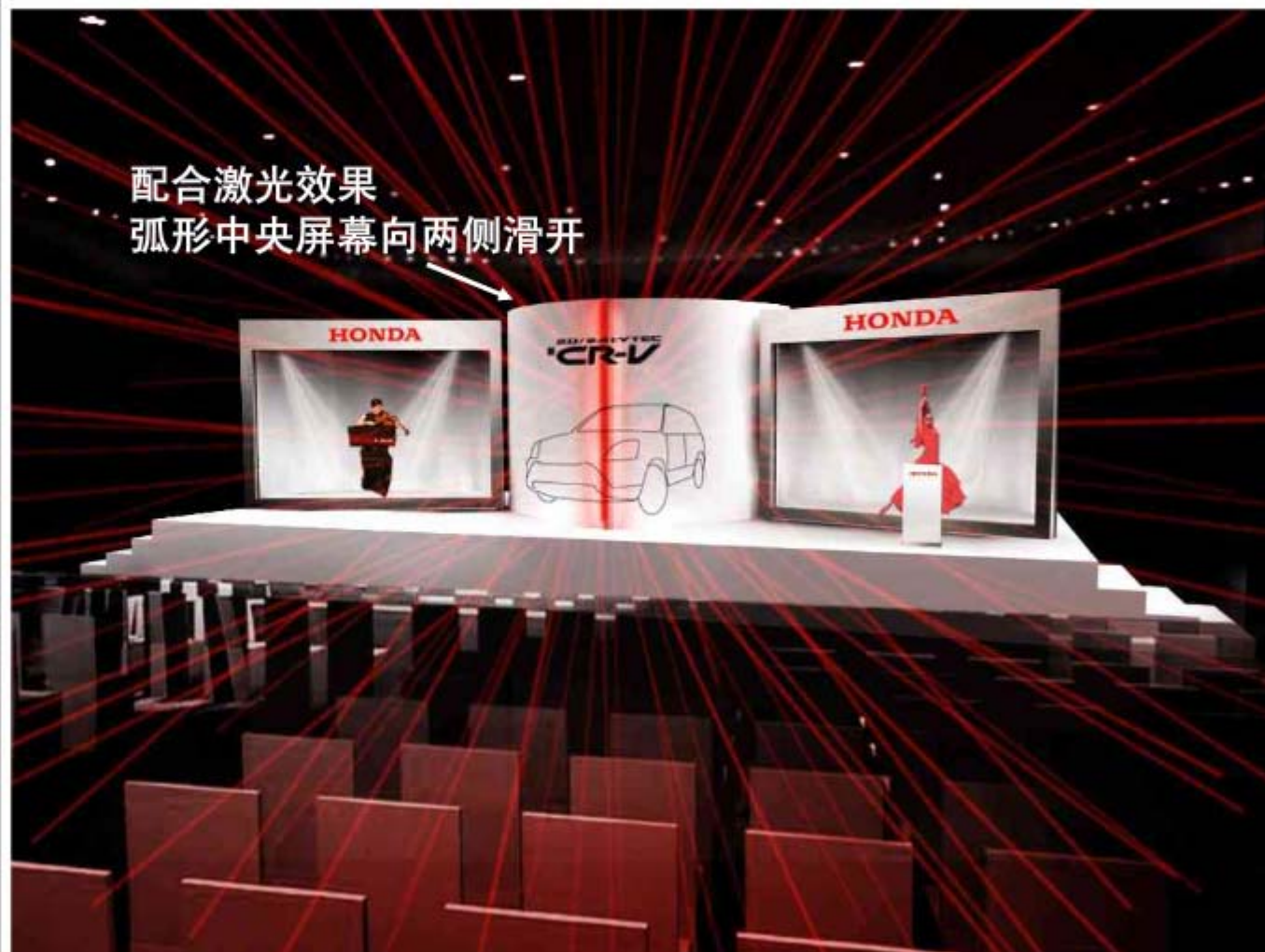
上市发表活动 - 新车亮相 I

舞台效果示意图 1-2



上市发表活动 - 新车亮相 I

舞台效果示意图 1-3



上市发表活动 - 新车亮相 I

舞台效果示意图 1-4



弧形中央屏幕向两侧滑开
半埋在舞台内New CR-V在舞台中央升起

上市发表活动 - 新车亮相 I

舞台效果示意图 1-5

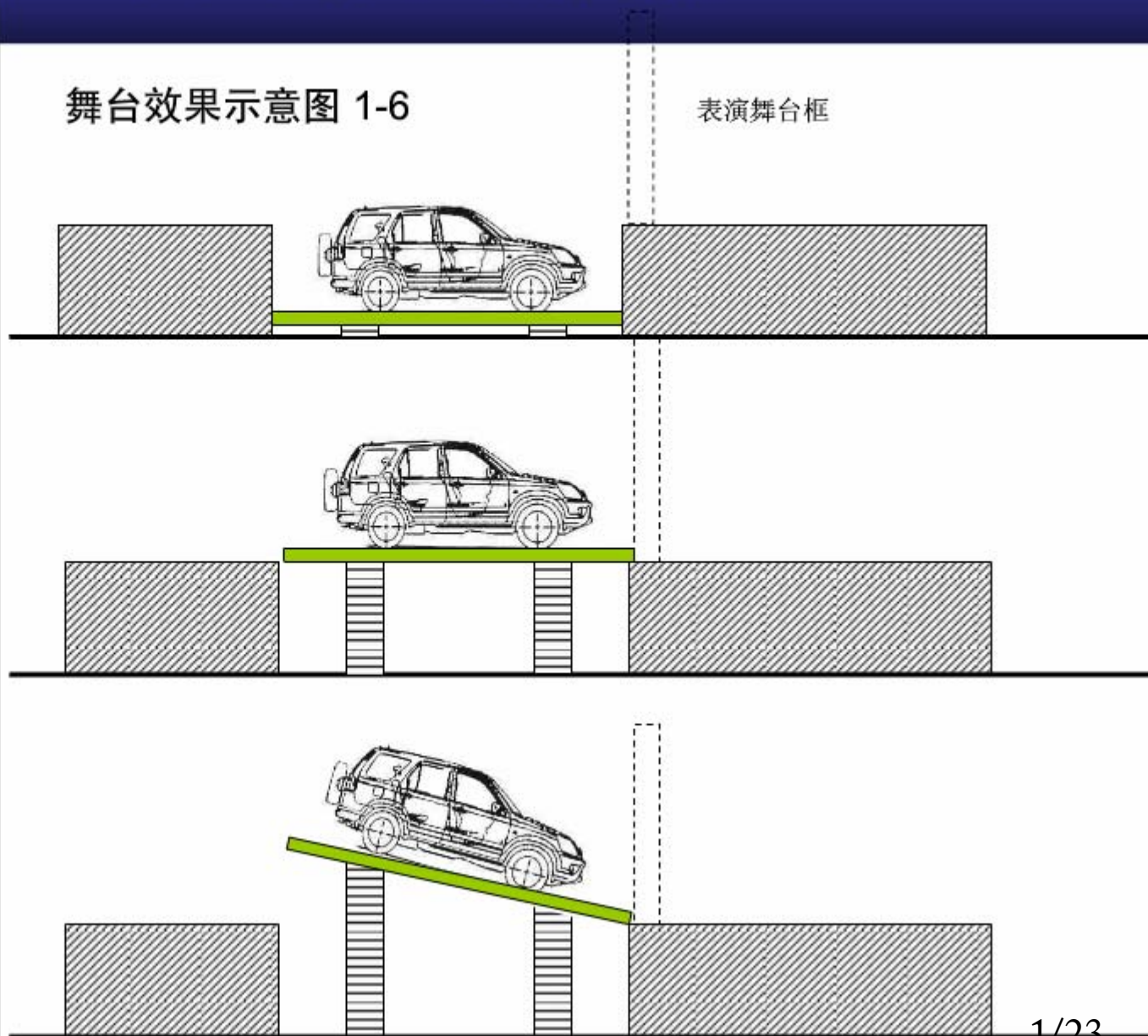
- New CR-V在舞台中央升起
车内东风本田领导与设计师大人开启车门
走到舞台致词



上市发表活动 - 新车亮相 I

舞台效果示意图 1-6

表演舞台框



上市发表活动 - 新车亮相 II



四段节奏明快但风格迥异
展现New CR-V不同风貌的表演后
全场灯光变暗

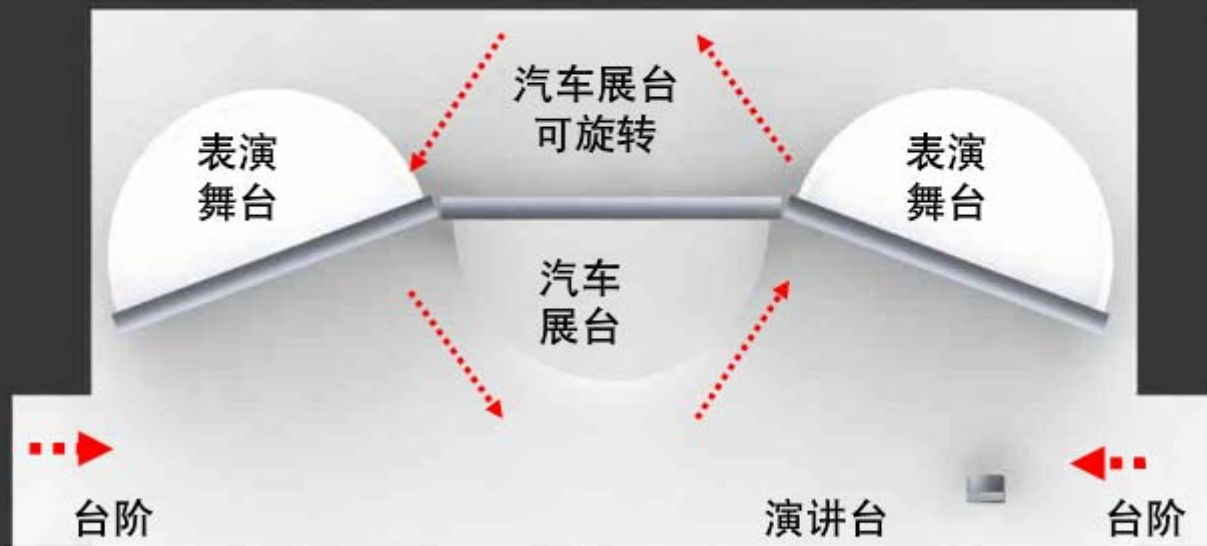
激光持续快速在中央屏幕上投射出New CRV轮廓线
现场响起恢弘大气的音乐
中央屏幕四周以干冰制造烟幕效果

中央屏幕开始旋转
将隐藏在屏幕后方的New CR-V正式呈现在来宾眼前

中央屏幕后的New CR-V完全转至正面
舞台上下同时点燃爆点, 音乐停止
坐在车内的东风本田领导与设计师从开启车门
走到舞台致词

上市发表活动 - 新车亮相 II

舞台效果示意图 2-1



上市发表活动 - 新车亮相 II

舞台效果示意图 2-2



上市发表活动 - 新车亮相 II

舞台效果示意图 2-3



上市发表活动 - 新车介绍

东风本田领导致词后

设计师/市场部领导介绍新车

以配合不同生活的穿著型态的模特

搭配对New CR-V特色进行介绍：

- 都会白领+粉领
- 时尚弄潮儿
- 自然生活崇尚者
- 温馨家庭

表现New CR-V在不同场景中
与车主生活型态的完美结合



邀请

迎接
接待

上市
仪式

新闻
发布

答谢
宴会

媒体
试车

返回

新闻发布会

- 整个新闻发布会持续约30分钟左右
- 工作人员发放新闻稿
 - 仪式结束之后，工作人员立即派发新闻稿；
- 发放新闻稿
- 领导致词：领导介绍产品背景和企业对产品的策略
- 技术人员介绍产品：简单讲解技术特征
- 领导接受采访
- 答记者问
- 网络直播结束

答谢宴会

邀请

迎接
接待

上市
仪式

新闻
发布会

答谢
宴会

媒体
试车

返回

- 时间：紧接上市仪式后
- 地点：浦东香格里拉酒店（待定）
- 场景：城市化感觉的场景，喜庆的氛围
- 宣传：CR-V电视广告和介绍录像的播放
- 流程：祝酒—就餐—表演
- 表演方向：城市现代感的演出

VIP媒体试车



- 日期：2007-4-18
- 时间：14:00-17:00
- 车辆：New CR-V 6台
- 人员安排：VIP媒体，30人，3人/车
- 试驾路线：浦东
- 道路情况：城市道路
- 媒体组成：30人.
报纸:20人\电视:7人\网络:2人\电台:1人

VIP媒体试车



时间	内容
13:30—14:00	大巴移动至讨论处
14:00—14:30	试驾说明会,发车仪式
14:30—15:30	A组试乘试驾,B组讨论;
15:30—16:30	B组试乘试驾,A组讨论
16:30—17:00	大巴送回上海香格里拉酒店

试驾路线规划选择条件:

- 1、试驾路线不需要太长,约20公里左右,试驾时间30分钟/圈;
- 2、路况:平坦、车辆较少,便于试驾;
- 3、道路组成:有高速体验及舒适度体验。
- 4、地点:首选为浦东,在费用允许的情况下可以考虑封闭式的场地或上海周边。

试车场地 – Option A



- 世纪广场 (科技馆)
停车场9000m²

- 简报场地设在科技馆内



试车场地 – Option B

- 试车场地B包含B₁和B₂
均可作为试车路线
- 地处上海南汇区，可先安排巴士送到试车场地附近的简报场地，再分组安排试车
- 相对于场地A,除了距离较远外，在试车环境和试车路线各方面都要更为适合



试车场地 – Option B1



上海临港新城

临港新城位于东海之滨、上海东南长江口与杭州湾交汇处、上海市版图最前端，距上海市中心城区75公里。它北至大治河，西至郊环线A30—A2—南汇奉贤区界，东、南滨江沿海，规划面积296.5平方公里。



试车场地 – Option B2



上海东海大桥

东海大桥位于杭州湾口无遮蔽海域，连接远离陆域逾三十多公里的外海孤岛，地处海洋环境，我国目前最长也是第一座真正意义上的跨海大桥。

大桥北端起始于上海南汇芦潮港，通过沪芦高速公路与市区沟通，南至浙江嵊泗崎岖列岛，通往上海洋山集装箱深水港区，大桥全长32.50km，桥面总宽31.5m，设计车速80km/h。

试车场地 – Option B 试车简报场地



上海临港豪生国际酒店

上海临港豪生国际酒店,隶属于美国豪生国际酒店管理集团下的成员酒店,建设面积约10000平方米。酒店距离市区仅需45分钟车程,至浦东国际机场25分钟车程,游洋山深水港只须10分钟车程。

返回

邀请

迎接
接待

上市
仪式

新闻
发布会

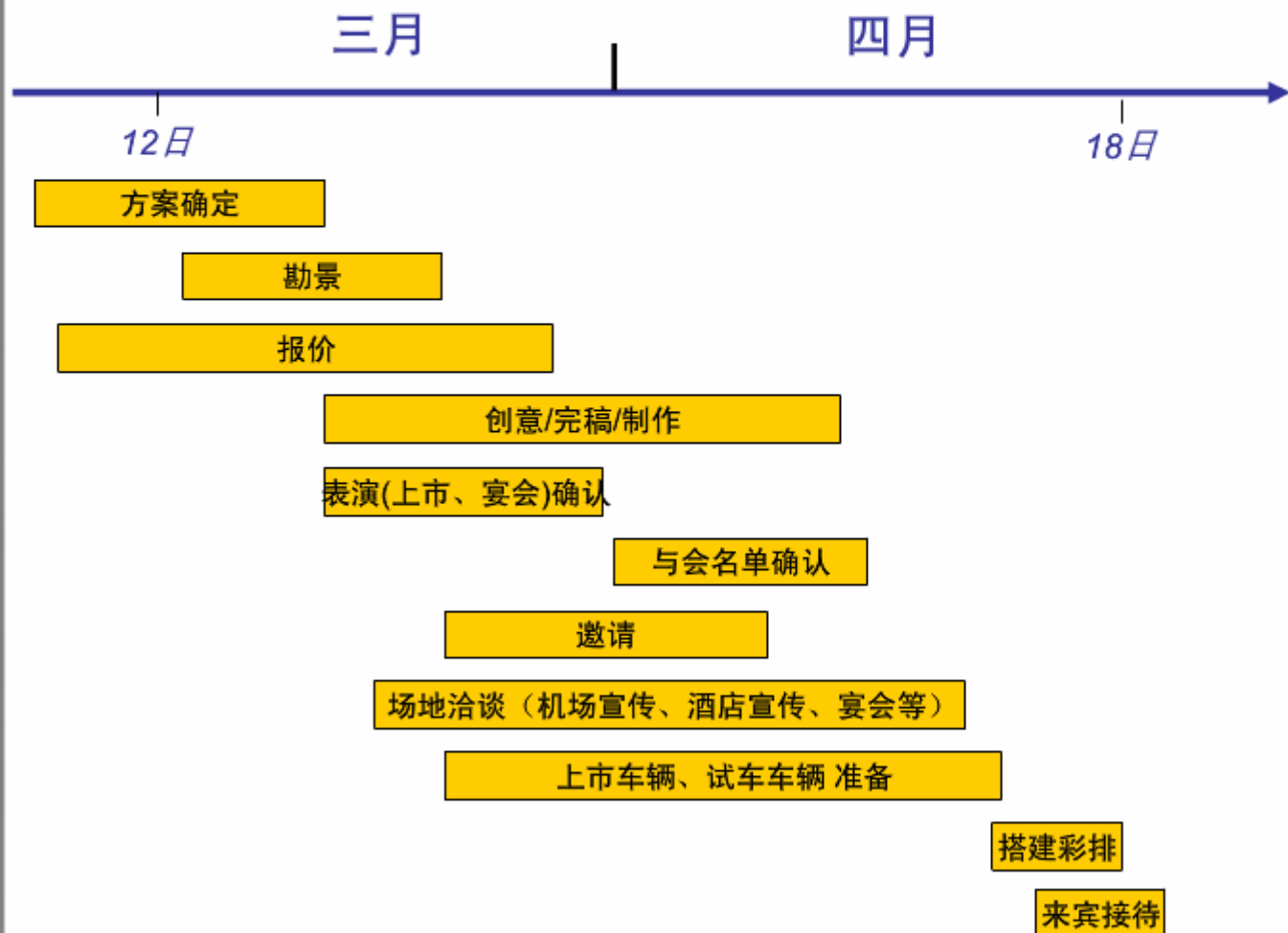
答谢
宴会

媒体
试车

返回

- 设立大堂订票处安排记者及经销商离开事宜
- 安排至机场或火车站大巴，送媒体及经销商离开
- 市场部员工向媒体及经销商致谢告别

项目进度表





预算规划 (见附件)



谢 谢！

For further information, please contact :

曹 伟 Paul Cao

paul_cao@betterwaychina.com

TEL : 86 21 6103-9229

Mobile : 86 13818005445