

2019

汽车之家全球粉丝狂欢节
汽车之家车家号创作者大会

提案单位：
康辉集团北京国际会议展览有限公司

autohome

活动基本信息

Basic Information

活动时间：8月16日-17日
地点：北京_751(主推场地)
参会嘉宾：意向邀请对象，圈层粉丝

活动目的：

- 扩大汽车之家影响力
- 建立稳定的用户群体
- 助力818线上车展
- 创立属于自己的粉丝文化活动

活动主题

隐擎制噪

2019汽车之家全球粉丝嘉年华

备选主题：热擎来袭



全球好车 触手可及

汽车之家
看车·买车·用车

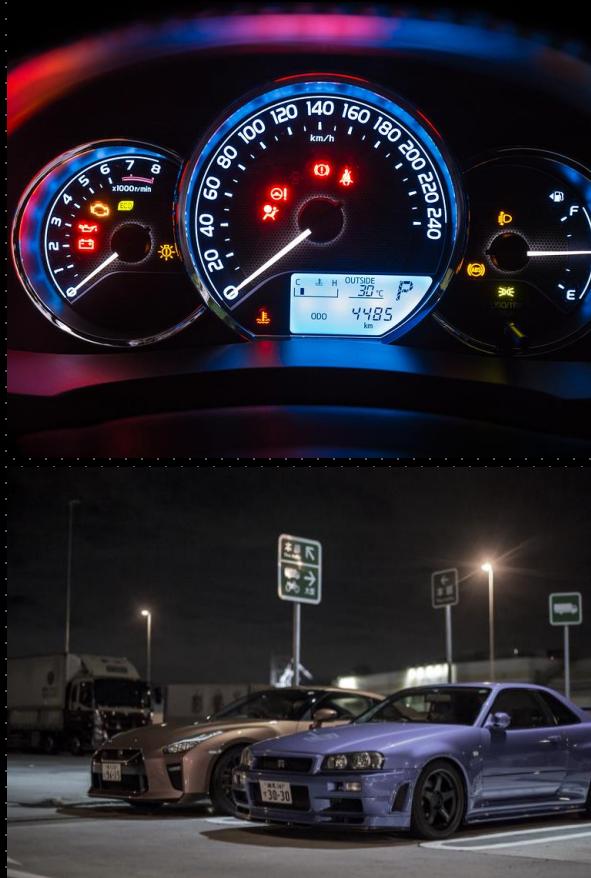
2019汽车之家全球粉丝嘉年华

autohome.com.cn

燃擎
心手
共创



粉丝节icon设计



倒数海报视觉



Online Communication

流量导入-城市巡游



通过二维码车身涂装，吸引粉丝用手机扫码进入预热H5，了解活动

Online Communication

联合抖音红人 开启话题#818, 17来噪#

燃烧的陀螺仪-高速快剪风格Vlog

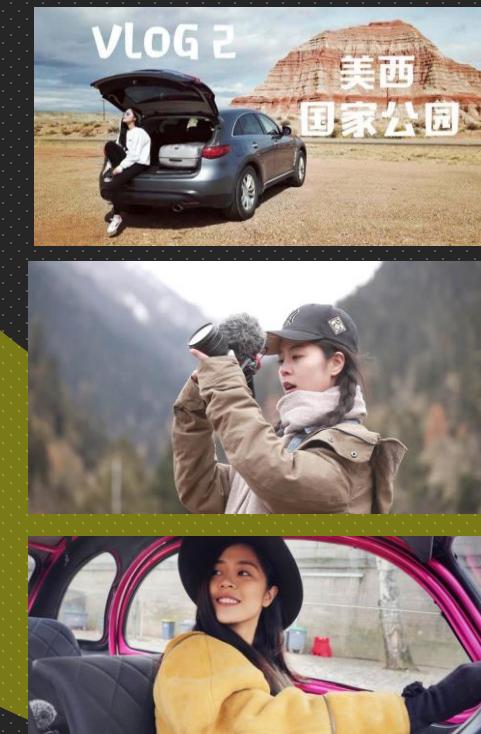
从今年1月份开始，几支点赞破百万的爆款视频，让更多抖音用户认识了这位vlog红人。他的另外一个身份是中国南方航空的飞行员，也被很多抖音用户称为“机长”。他在抖音开设了“幸福生活中的仪式感”话题，并以此为主题拍摄了一系列关于日常生活的视频，播放量高达25亿。虽然只是业余拍视频爱好者，但精湛的剪辑技术、独特的视频风格，使得平淡琐碎的日常生活vlog变得如同大片一般高端酷炫，也因此收获了481万粉丝。



联合抖音红人 开启话题#818, 17来噪#

itsRae-Vlog旅行博主

发现生活中任何一点小小的好美，小到穿衣穿袜，在她的视频中都充满着仪式感。快剪+快速解说随着镜头切换，解说切换，给人碎碎念的感觉，仿佛这些视频就是Rae的心情日记本。给人一种：太真实了的感觉！另外快速解说，信息有节奏地巨幅塞入，会有一种爽感。更重要的是快速解说让人来不及推敲，忽视一些逻辑漏洞和刻意的做作。



Online Communication

“家家”版AR邀请函



STEP ONE

设计“家家”的形象作为2019汽车之家粉丝嘉年华的邀请函密码，公布在论坛和官微；



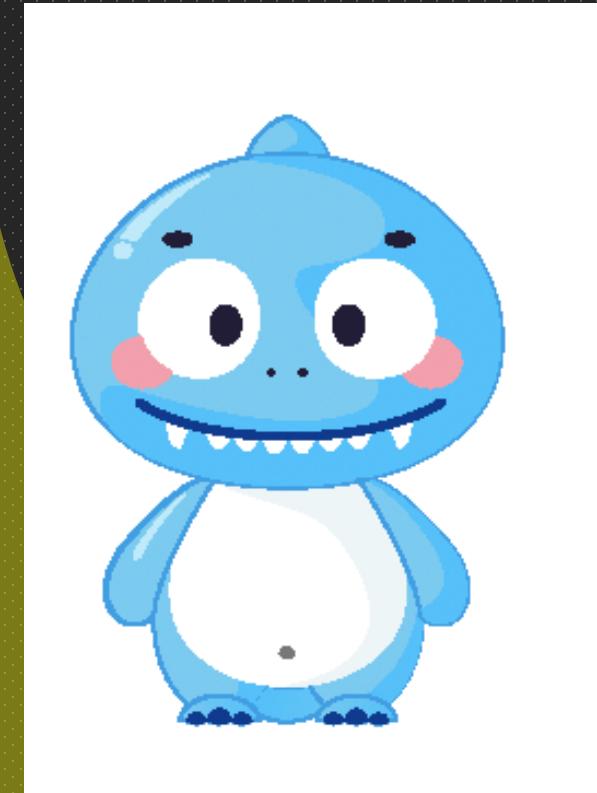
STEP TWO

制作AR程序（应用/小程序/现有应用的附加组件，根据技术难度实际落地），制作周期（3-5周）



STEP THREE

邀请用户使用AR程序扫描“家家”；手机界面会出现“家家”跳宅舞并送出邀请函的AR特效。



Online Communication

跨界事件建议- luckin coffee

作为互联网时代的现象级品牌，luckin coffee在过去一年的动作可谓口碑与流量齐飞。

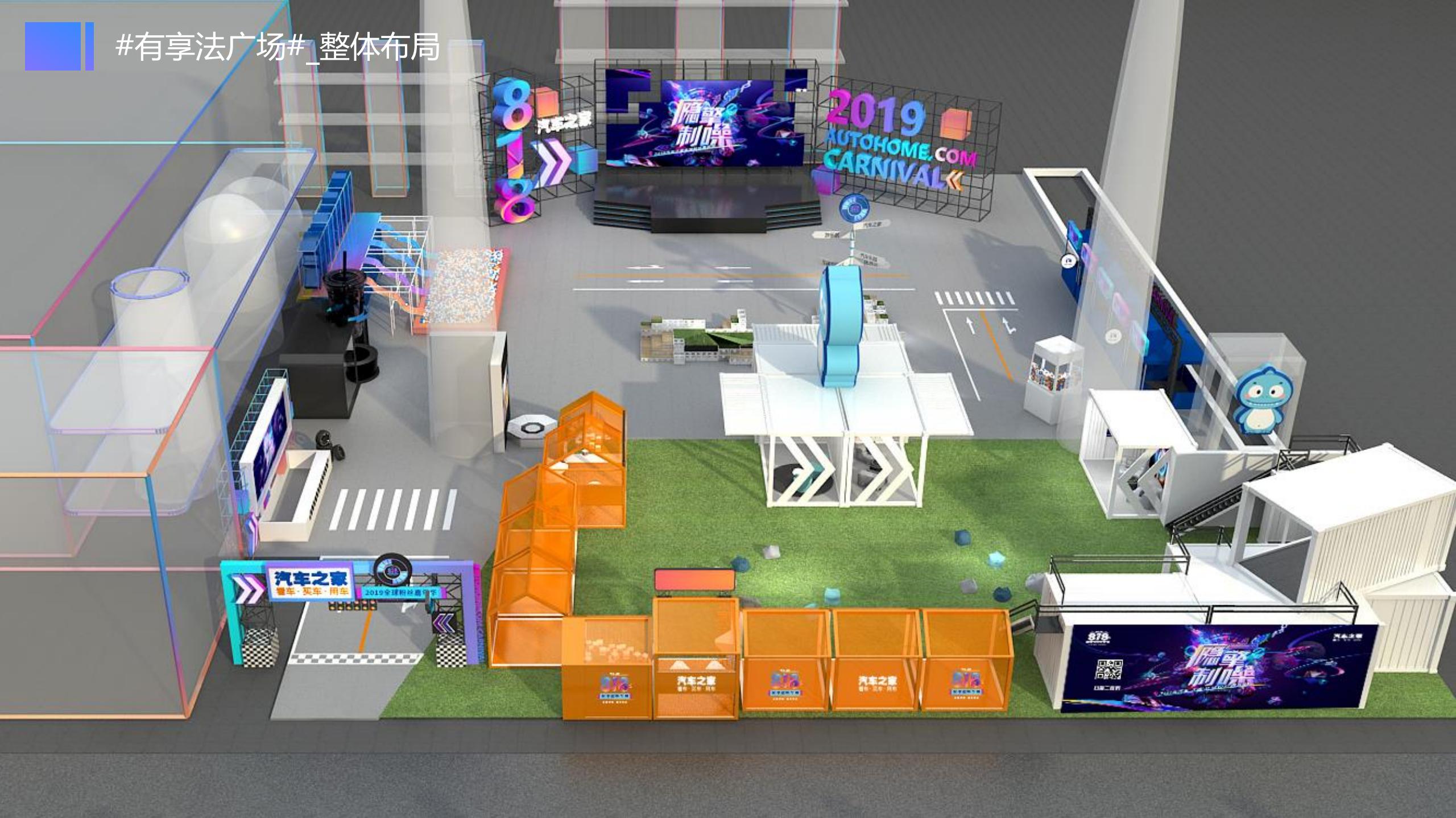
事件形式：

1. 定制咖啡杯套+品牌赠饮H5链接发布
2. 现场赠饮

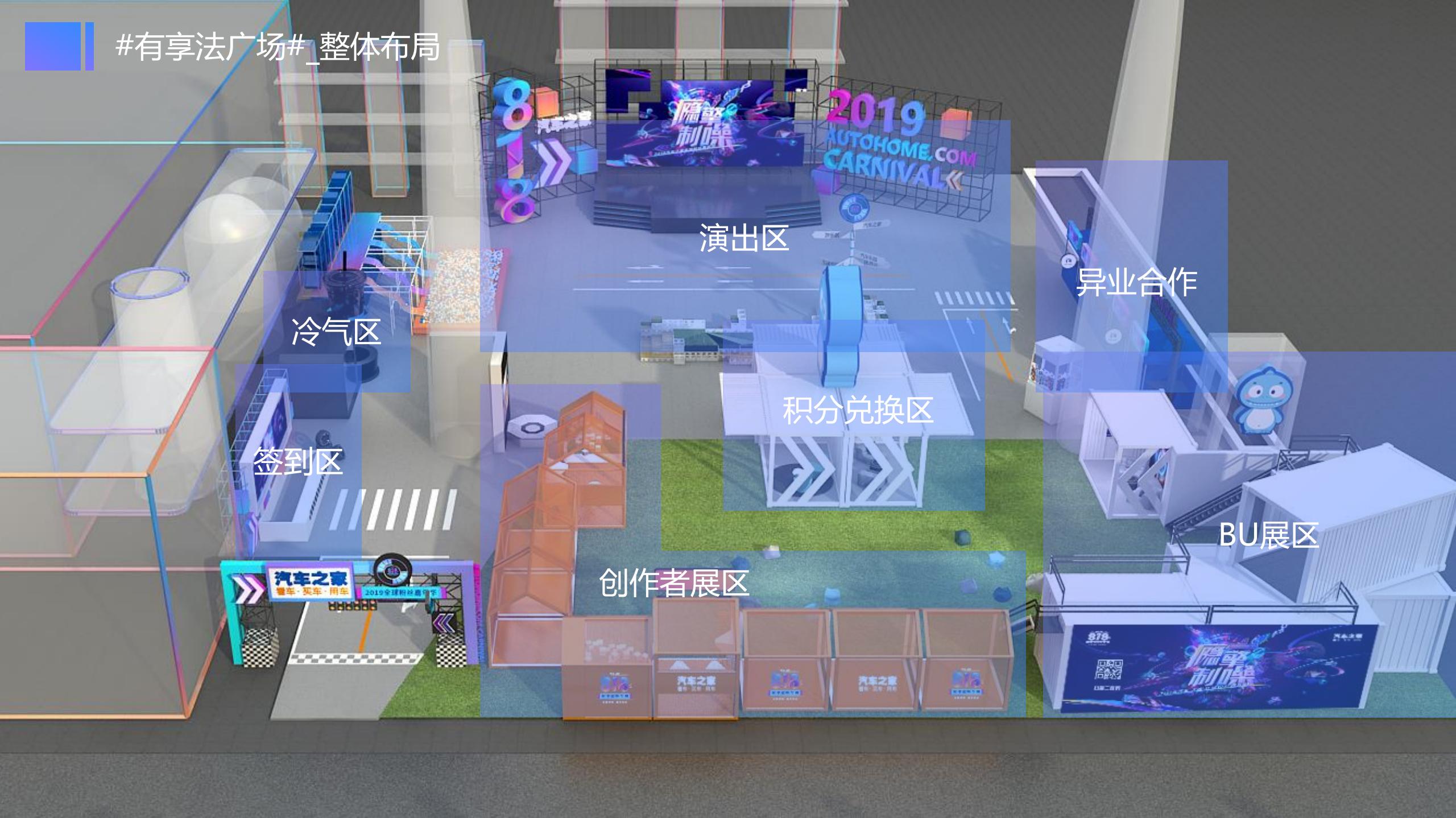


Online Communication

#有享法广场#_整体布局



#有享法广场#_整体布局



#有享法广场#门头设计



#有享法广场#签到区



#有享法广场#_创作者展位



#有享法广场#_创作者展位



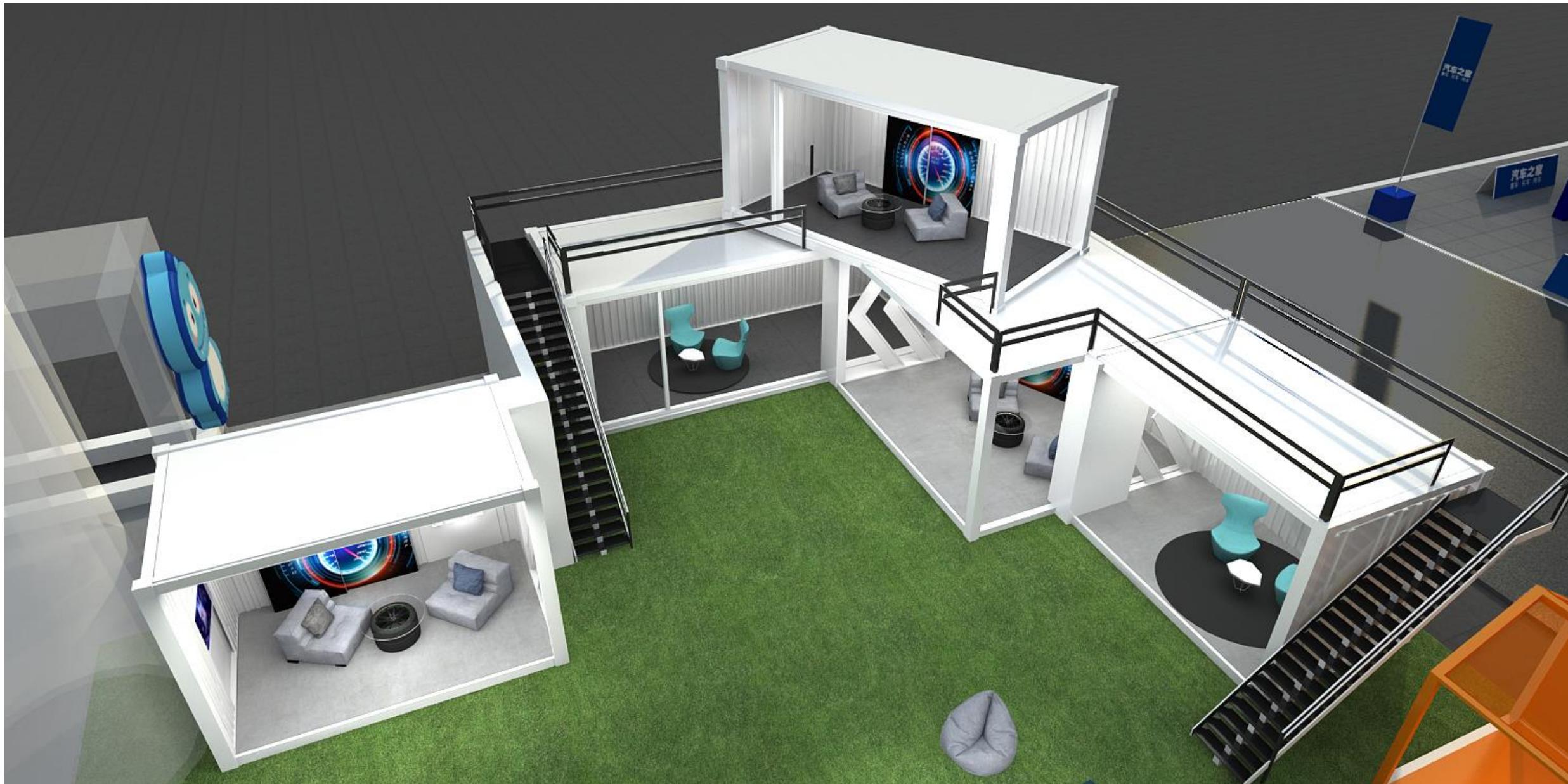
#有享法广场#_创作者社区



#有享法广场#_汽车之家BU展位_视觉最大化的建筑群



#有享法广场#_汽车之家BU展位_视觉最大化的建筑群



#有享法广场#_巨型扭蛋机



#有享法广场# _汽车之家资源池



#有享法广场# _汽车之家资源池

互动主要针对受众：普通游客，女性及儿童为主，通过滑梯及资源球对儿童进行吸引，从而转换家庭游客，收集KPI
资源球上面印有汽车之家及创作者logo，同时还设有emoji表情资源球，促使游客进行拍照互动，进行线上传播宣传



#有享法广场#_碰床赛车



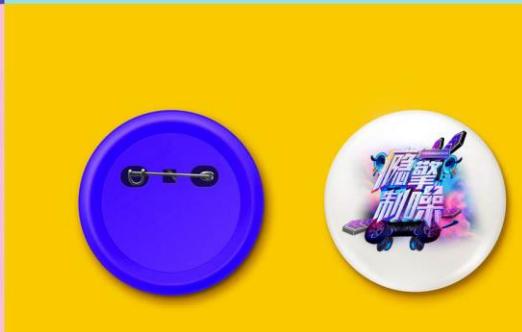
#有享法广场# _零度车COOL



#有享法广场#_汽车之家积分商店



#有享法广场#_汽车之家积分商店



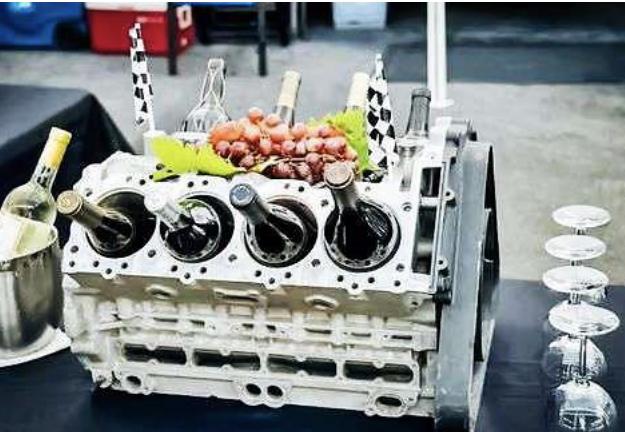
#有享法广场#_汽车之家积分商店



#有享法广场#_食品街 赞助商



#有享法广场#_美食街



#有享法广场# _主舞台



#有享法广场# _主舞台表演安排及表演嘉宾推荐



反光镜乐队



打扰一下乐团



海龟先生乐队



丢火车乐队

#有享法广场#_休息区



#制噪者车库#_workshop



汽车改装类创作者分享课堂
具体安排需与汽车之家沟通进行细化

#制噪者车库#_改装交流区



#制噪者车库#_4D赛车游戏



#制噪者车库#_涂鸦互动墙



#制噪者车库#_迷你金卡纳



#制噪者车库#_吧台茶歇区



#瘾擎公园#_入口门头+充气吉祥物



#瘾擎公园#_汽车品牌展台 (MINI展台参考)



#瘾擎公园#_汽车品牌展台(蔚来展台参考)



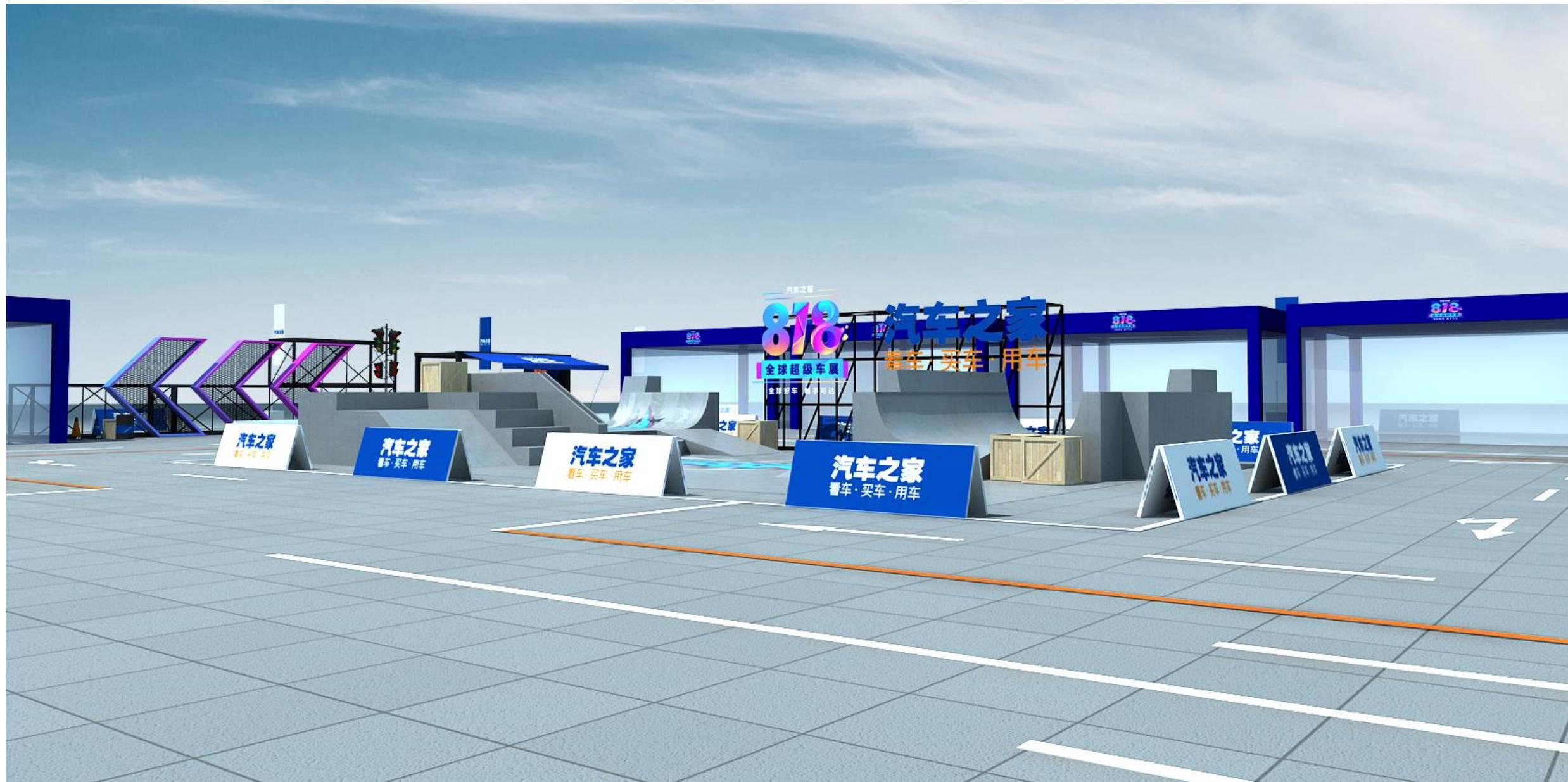
#瘾擎公园#_粉丝文化交流市场



#瘾擎公园#_粉丝文化交流市场

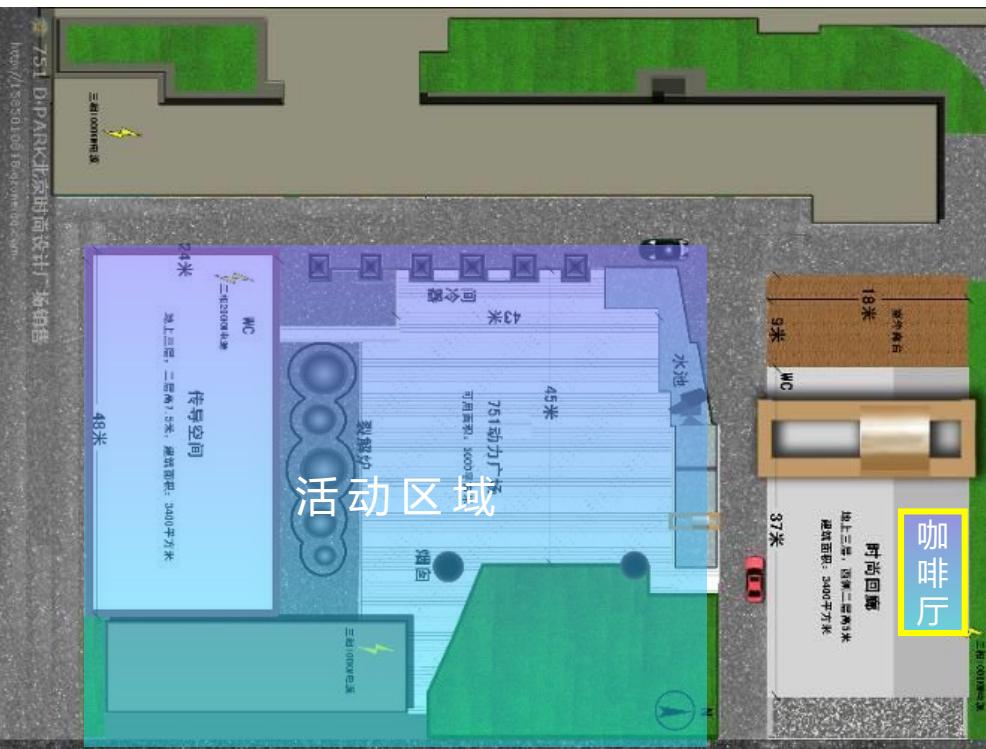


#瘾擎公园#_高能秀场



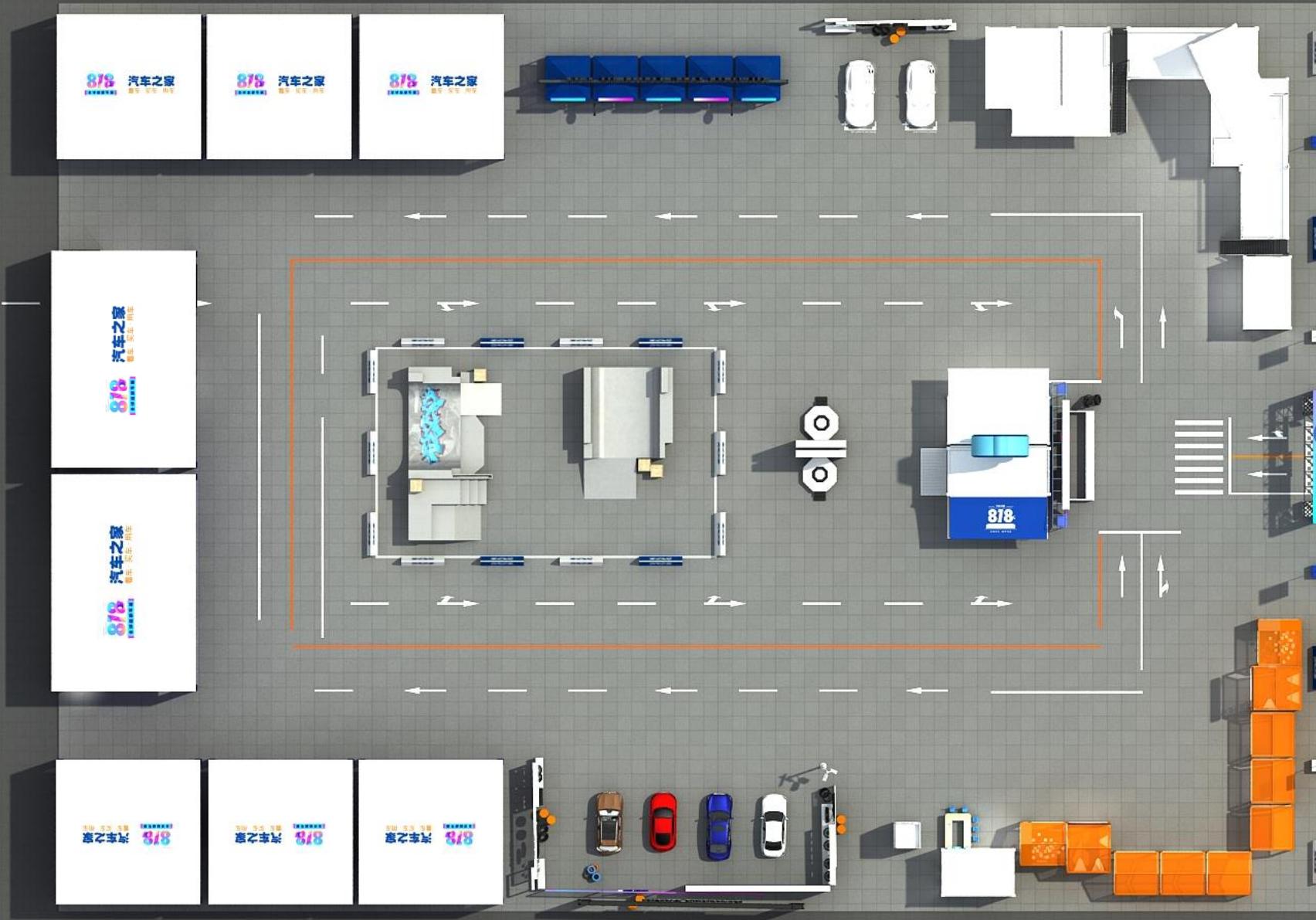
VIP接待

会议期间为VIP准备夏日茶点及饮品
划分VIP独立入场区域，一路畅行



全球粉丝嘉年华 活动规划 方案二







活 动 主 题

优质内容 共创共生

THE CREATION RESHAPES

备选主题：创生未来 赋能想象



汽车之家 | 车家号
看车·买车·用车

优质内容 共创共生

2019 车家号创作者大会

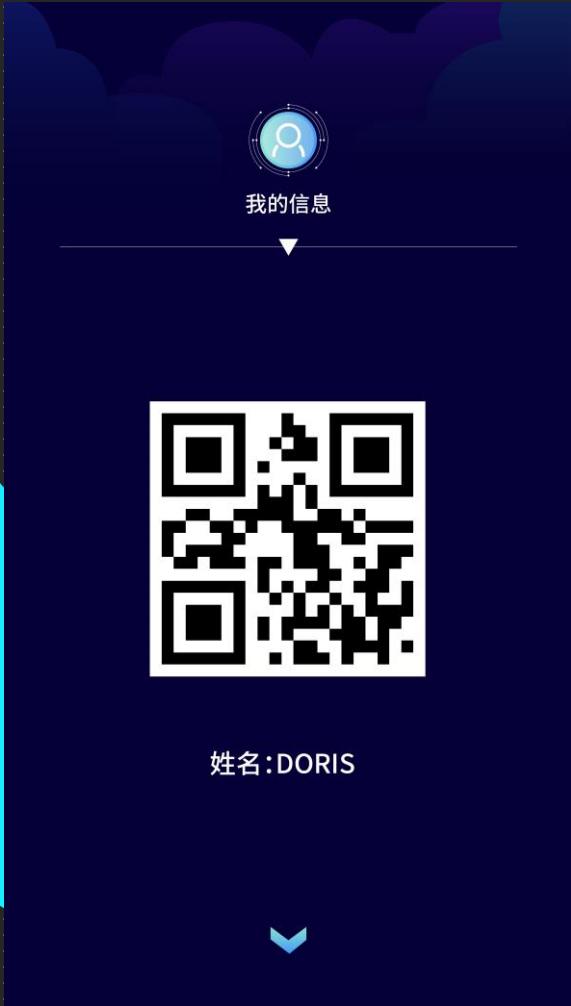
优质内容

共创共生



Online Communication

注册H5

A registration form interface set against a dark background with a futuristic cityscape. The form includes fields for "邀请码" (Invitation Code), "FILE NAME" (labeled "点击上传照片" - Click to Upload Photo), "姓名" (Name), "公司" (Company), "职务" (Position), "手机" (Mobile Phone), and "获取验证码" (Get Verification Code). At the bottom is a large blue button labeled "提交并生成海报" (Submit and Generate Poster).

场外品牌露出

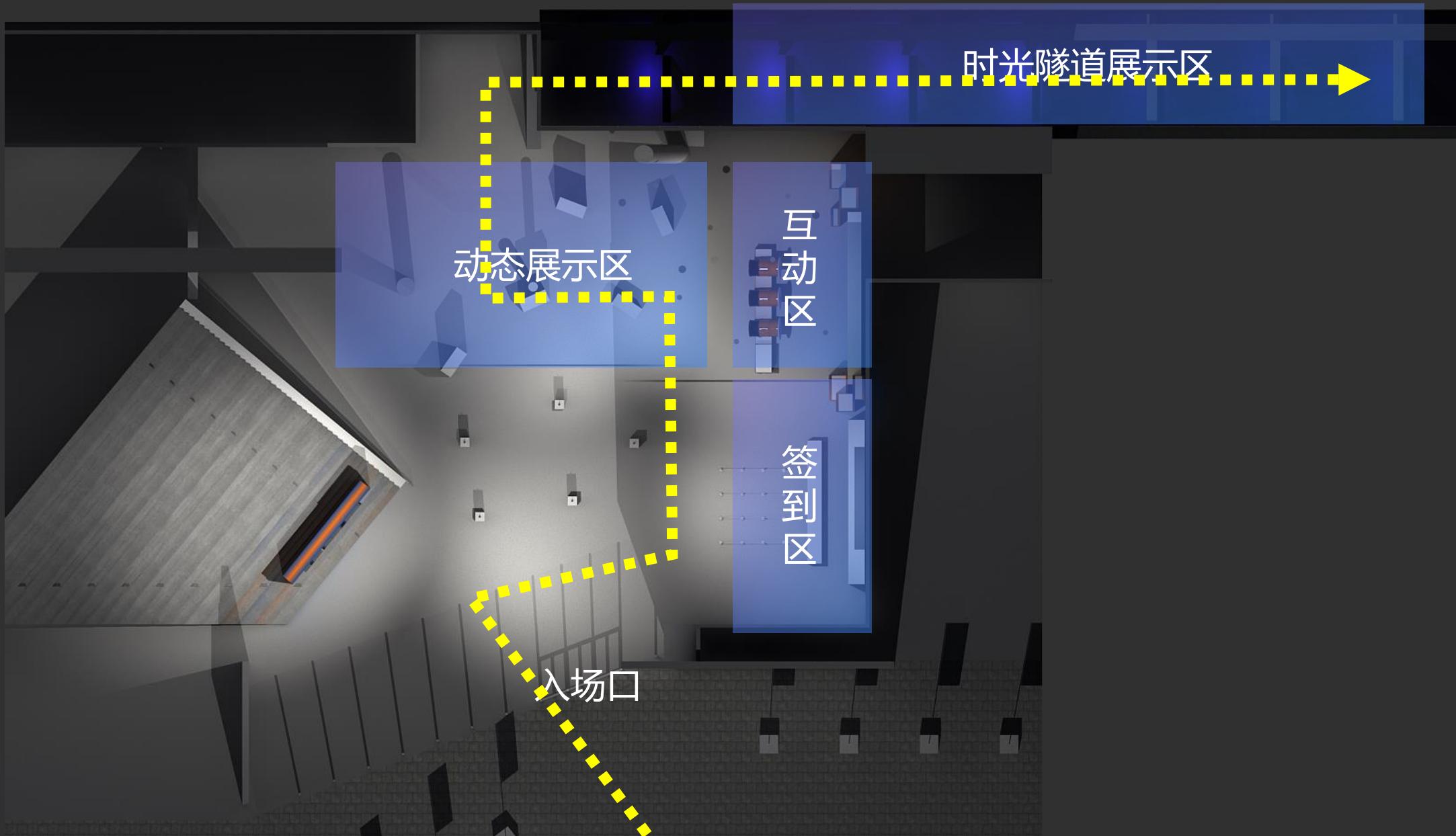
汽车之家 | 车家号
新车·买车·用车
资讯·导购·车评

车家号

平面图



平面图



暖场区

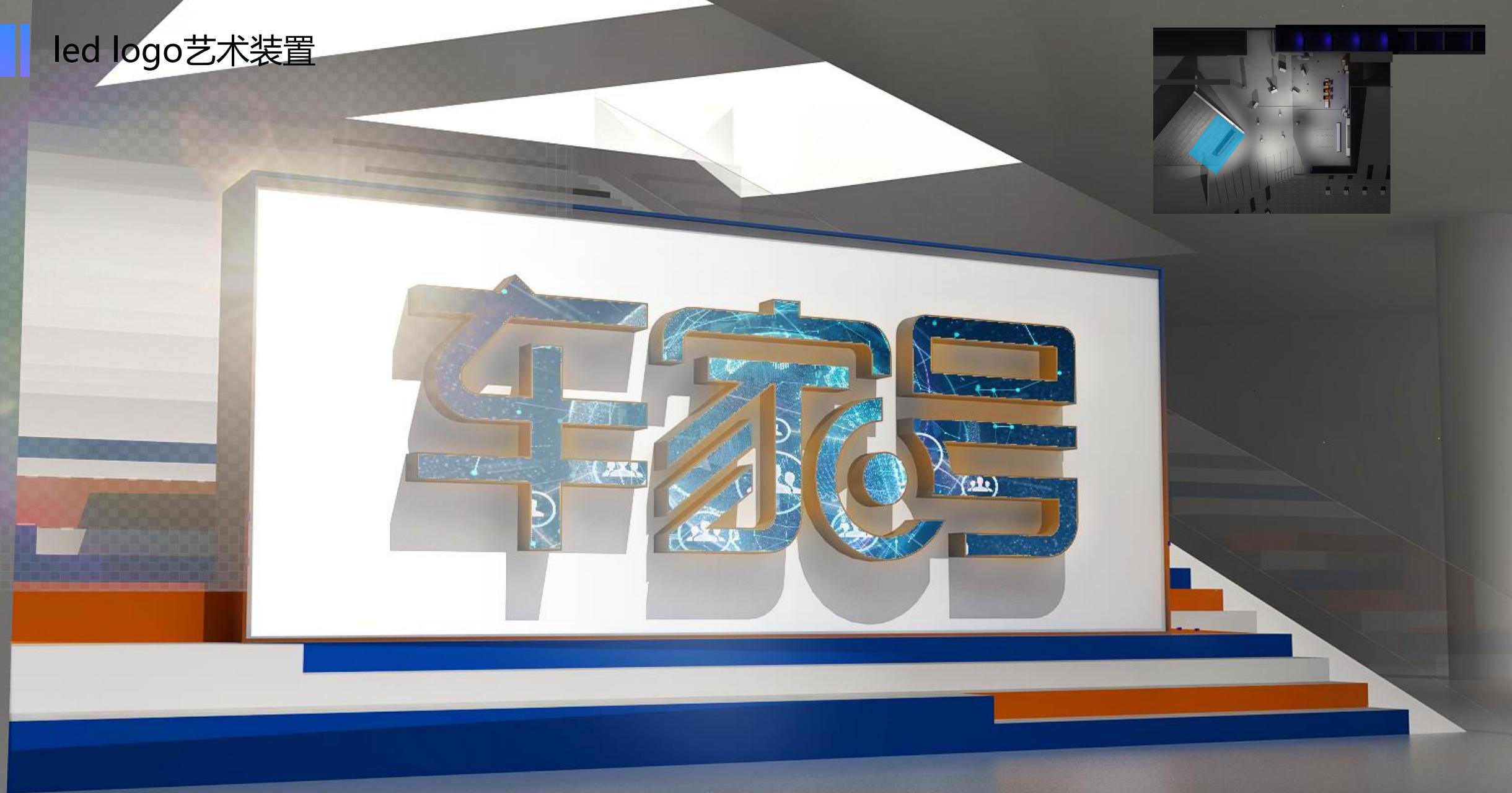


led logo艺术装置



嘉宾进入暖场区，即可看到以车家号标识为主题的led艺术装置，屏幕内不断的变换着颜色与动态视觉，像一个巨大的能量磁场，在进行自我升级，预示今年车家号将带来一些新的内容变化与调整。

led logo艺术装置



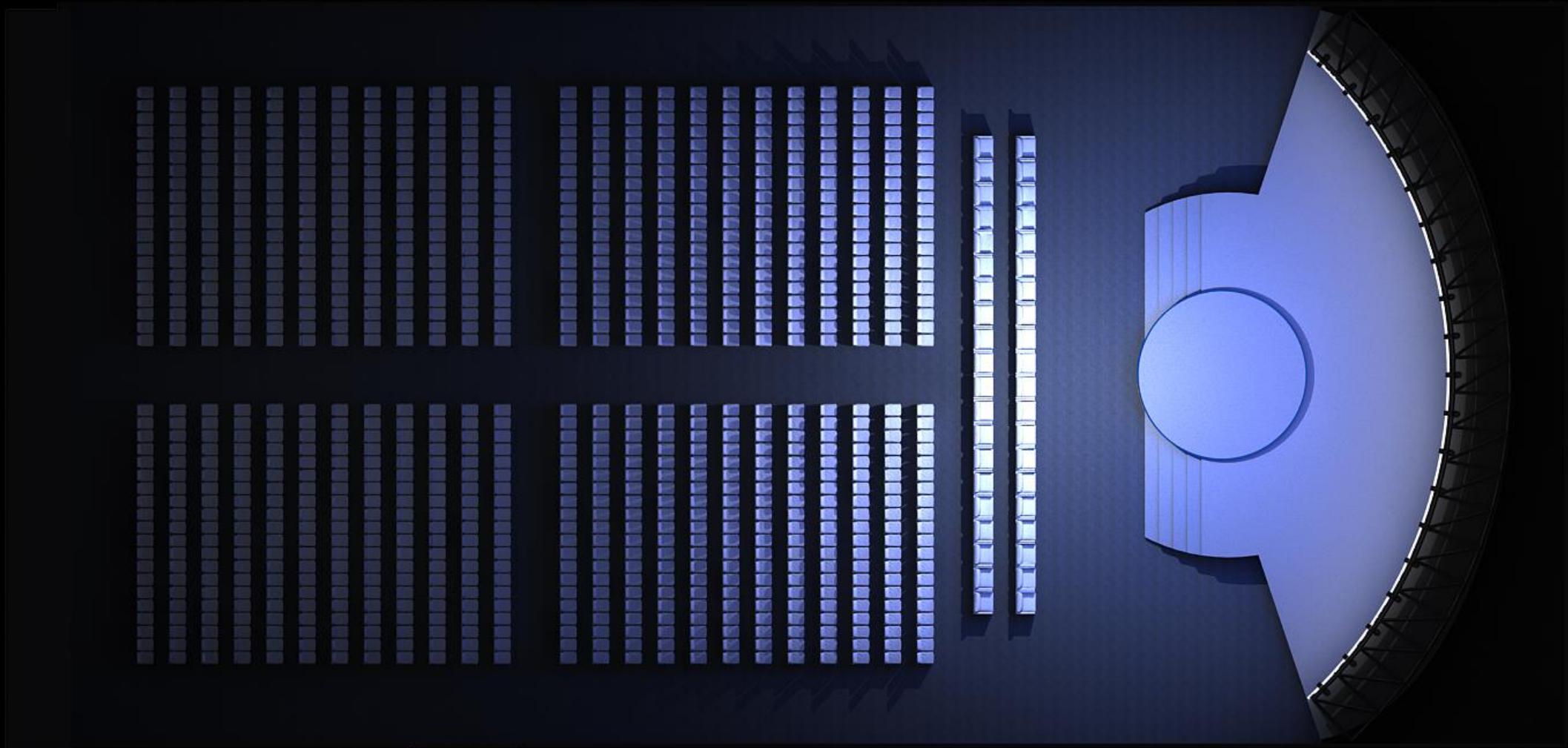
嘉宾进入暖场区，即可看到以车家号标识为主题的led艺术装置，屏幕内不断的变换着颜色与动态视觉，像一个巨大的能量磁场，在进行自我升级，预示今年车家号将带来一些新的内容变化与调整。

签到处



- 签到现场，来宾可在各条通道根据收到通知短信中的个人二维码，在现场签到系统上进行扫码签到；
- 签到后后台显示客户分类，根据客户类型派发胸卡及伴手礼

主会场设计



主会场设计

顶部彩色灯条将会伴随嘉宾的演讲内容而变换内容，营造演讲氛围



汽车之家
车家号
看车·买车·用车

发现车生活

主会场设计



主会场设计 Plan B



主会场设计 Plan B



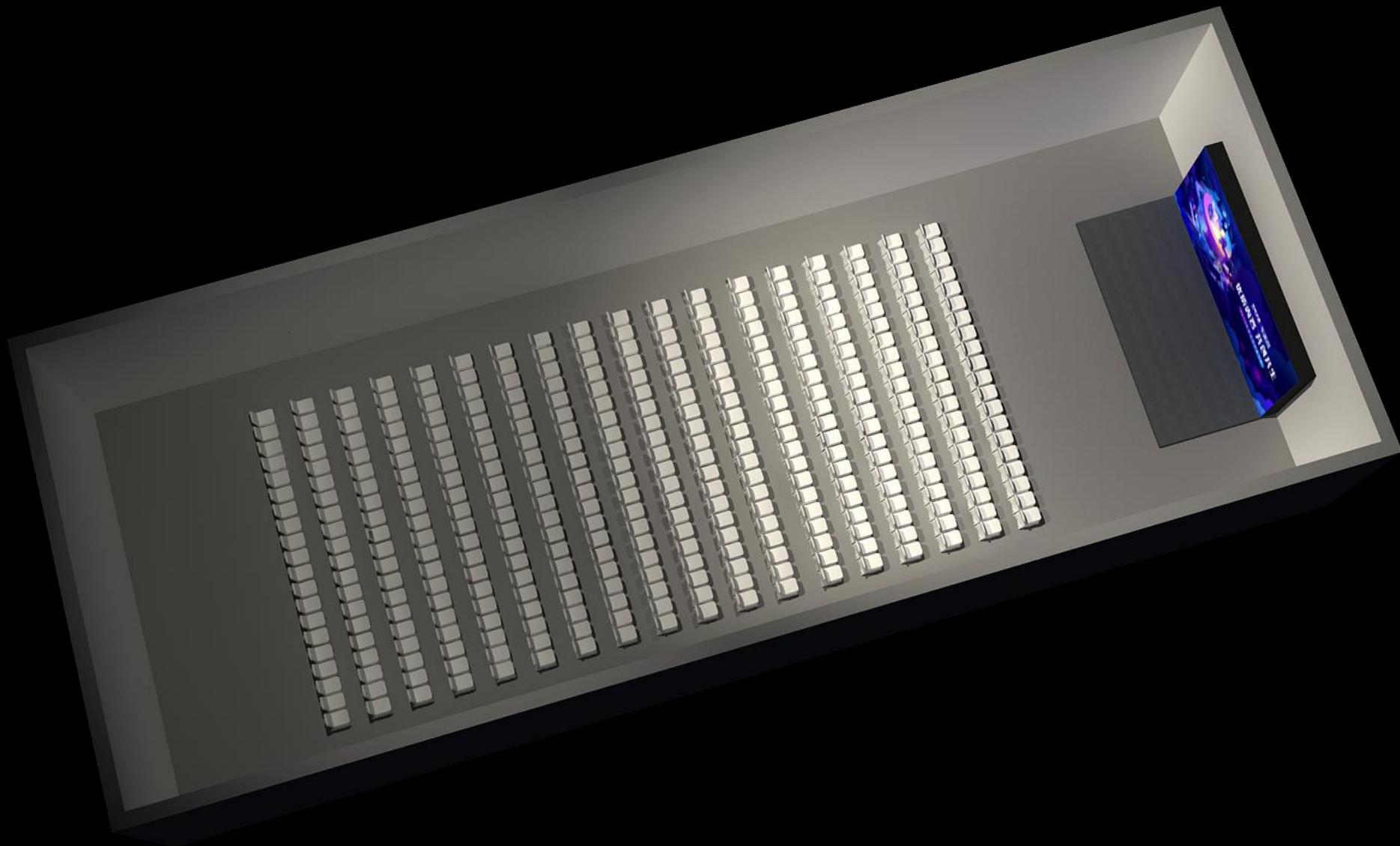
汽车之家
看车·买车·用车

车家号

发现车生活

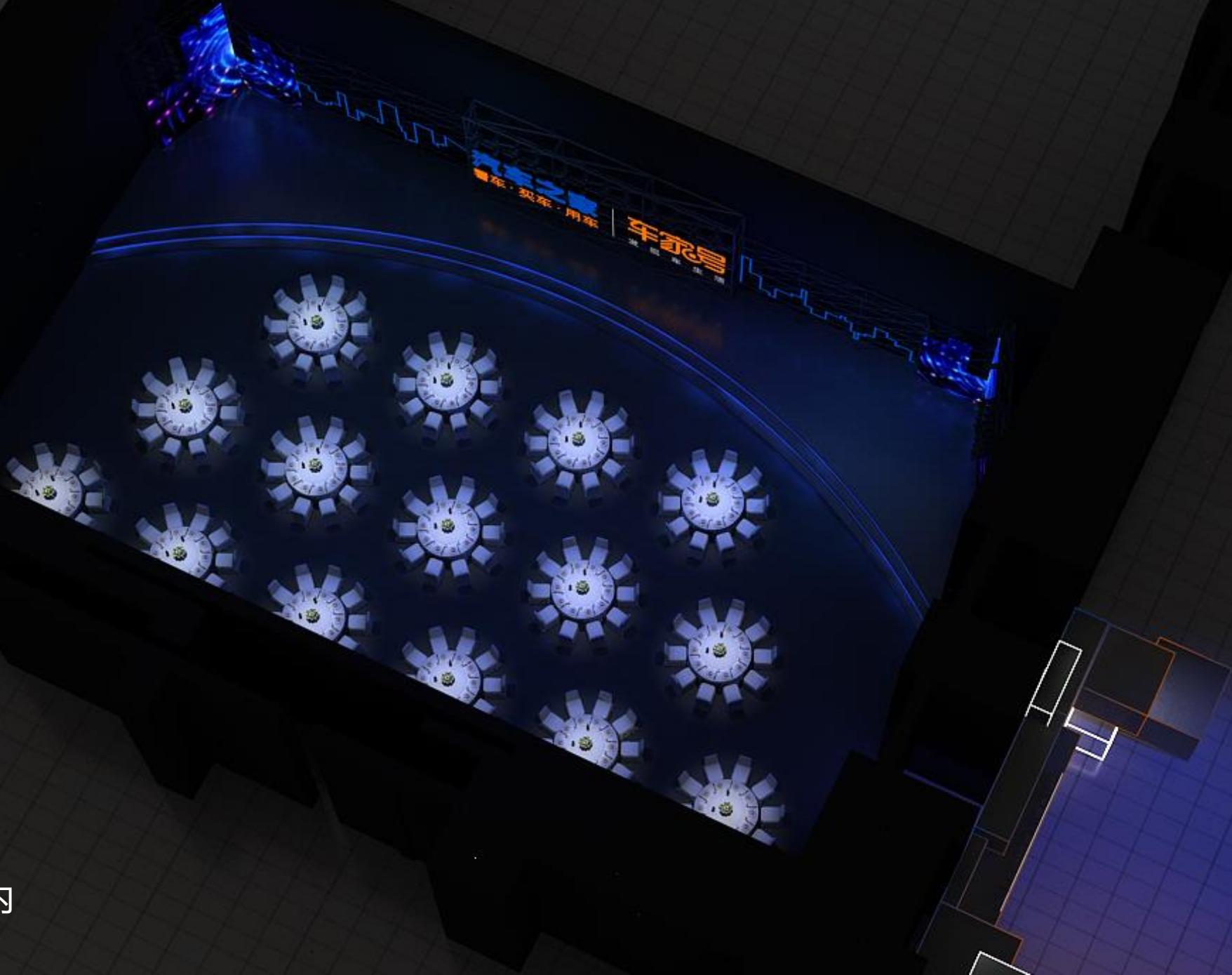
主会场设计 Plan B







VIP晚宴设计



搭建内容未包含在报价内

VIP晚宴设计



搭建内容未包含在报价内

延展制作物



接机牌



大巴枕巾



车头牌

延展制作物



房卡套



胸卡



矿泉水挂环



桌卡