

2020

坦克300 区域上市发布活动

Tank300 Regional listing activities



PART01

项目理解 PROJECT UNDERSTANDING

PART02

创意呈现 CREATIVE DISPLAY

PART03

运营管理 OPERATION MANAGEMENT

PART04

公司简介 COMPANY PROFILE

CONTNET





PART01

项目理解

PROJECT UNDERSTANDING

坦克300

聚焦核心城市

在短期内以四大活动全方位**覆盖重点城市**

持续为坦克300上市**造势**

引发广泛关注，**促进终端销售**





他是....

新车系 WEY首款越野SUV车型

承载了智能与豪华的越野车型 **新物种**

强大实力：智能豪华越野SUV

他是强大的实力担当，诠释着硬派SUV标杆形象

纵享全地形的越野性能

硬派SUV罕见3把锁
CCO-越野巡航
TAB-坦克转弯
9种驾驶模式
博格华纳双速电控分时四驱系统
2.0T+8AT高效动力系统
采埃孚纵置8AT、高数值头挡齿比
4L低速四驱扭矩放大
加强式底盘大梁

智享科技的AI互联

全新一代智能网联系统
双12.3英寸智慧互动联屏
安卓9.0专业车机系统
双模云端导航
3.5云端语音系统
无线手机互联
车辆远程控制
航空器式电子换挡器

悦享安全的无忧驾乘

L2级自动驾驶辅助系统
博世9.3代ESP车身稳定系统

尊享豪华的舒适体验

宽奢驾乘空间
标杆级NVH效果
平顺高效的采埃孚8AT
哈曼国际Infinity音响
NVH噪音控制技术

不怂精神：硬核不怂的精神代表

他是硬核文化的衍生地带，代表着无所畏惧的态度

特有的坦克军团群体



不怂

坦克军团勇敢不怂精神



专属的符号印记

关于目标人群...

他们有**专业越野实力**，也有**敢于闯荡的精神**

专业越野发烧友

他们是活跃于户外越野的圈层爱好者
他们个性但不特立独行

勇敢

COURAGE

自由

FREEDOM

向往越野践行者

他们是白领、是上班族、是创业者...
他们向往越野但不缺乏胆识

智慧

WISDOM

热爱

PASSION

无路 闯出路

-我们是硬核实力的背书
-我们也是不怂精神的代表

延续产品口号，全面阐释坦克300硬核实力

聚焦坦克300产品精神理念，将其升华至一种生活状态

如何用越野实力征服人群，以精神内核感动受众，引发情感共鸣，助力销售转化？

以全感官维度覆盖，扩大群体认知



视觉

直观视觉震撼

敢炫——车队巡游



听觉

理性观点输出

敢言——上市发布会



感觉

主题概念呈现

敢闯——商超巡展



触觉

真实触感体验

敢野——试驾体验



PART02

创意呈现

CREATIVE DISPLAY

坦克300

活动传播规划

节奏	前期预热，活动造势	活动中期，声量引爆	后期总结，维持声量
时间	N-3 ~N-1	N	N+1~N+7
主题	#敢闯荡，逐路无界#	#敢放肆，硬核出击#	#敢挑战，行路更远#
ATL	#无路，闯出路# 倒计时海报	#围观坦克300实力出击# KOL直播	#硬派见证，出击时刻# 单站活动混剪小视频
	#即刻出发，逐路无界# 预热小视频	#敢野，硬核出击# 官方试驾Vlog	#无路，闯出路# 全活动总结视频
	#即刻出发，逐路无界# 九宫格图片	#坦克300硬核时刻# 媒体/嘉宾分享活动现场照片	《揭秘智能豪华越野SUV的秘密》 专业媒体测评稿
BTL	《敢炫》城市巡游	《敢言》区域上市发布会 《敢闯》商超巡展 Day2	
	《敢闯》商超巡展 Day1	《敢野》新车试驾体验	



前期预热

敢闯荡，逐路无界



一眼就懂的视觉呈现

以硬核造型及道具装备进行城市巡游，特色车队引发关注



户外道具

- 车顶搭载户外道具，如皮艇，野地自行车，露营帐篷等
- 打造特色越野巡游车队，传递自由自在的户外生活

逢山开路，遇水架桥



朝着梦的方向，何畏无路



世上只有想不通的人,没有走不通的路



信条标语

- 通过个性的车身标语，多角度解读“无路，闯出路”的精神内涵

BTL-车队巡游
MOTORCADE PARADE

+

一眼就心动的内容输出

KOL站车及城市特色官拍素材输出，预热话题造势营销



KOL加持

- 邀请 #户外越野爱好者# 及 #都市不怂青年# 等圈层KOL
- 随车队巡游摆拍，发布预告，覆盖更多圈层目标人群



突破次元

- 官拍素材输出艺术化处理，打造突破次元的视觉感受
- 后期白框线条制造透视效果，诠释“无路，闯出路”硬核越野实力



“三点一线”中心路线

根据城市人流的日常分布情况，制定巡游路线，加大下线的曝光度



时间：7-9点
地点：上班人流区

时间
9-17点



快速移动
地标拍摄



时间：17-19点
地点：核心商场

时间
19-20点



自由巡游



时间：20-22点
地点：酒吧/休闲娱乐区

BTL-车队巡游
MOTORCADE PARADE



ATL-前期预热

P R E H E A T I N G

通过三大传播素材
实现热门社交平台的全渠道传播

+



倒计时海报

根据活动调性及城市特点，设计活动倒数海报，
通过区域及经销商自有渠道发布

A.

预热小视频

在车队巡游过程中拍摄传播小视频素材，通过官方
双微一抖发布



图文九宫格

在车队巡游途中拍摄城市地标及KOL站车大片，以
精修图及后期艺术处理输出九宫格传播素材

C.



中期引爆

敢放肆，硬核出击

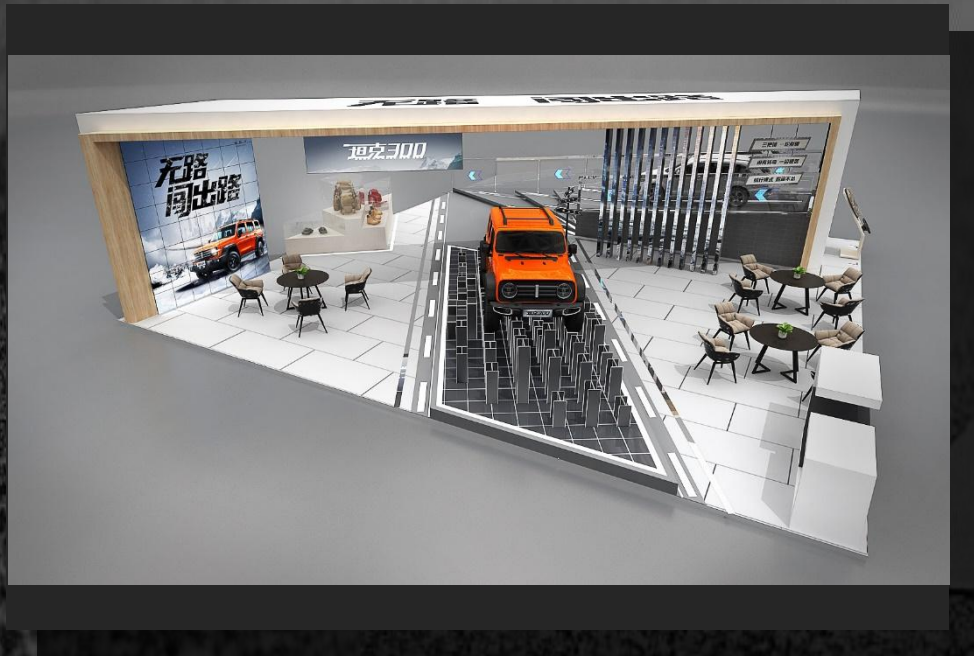


BTL **敢言** 上市发布会

& **敢闯** 商超巡展



一望即了然的主题印记



敢闯主基调设计

以盘旋公路贯穿展具，“无路，闯出路”主题视觉化呈现



城市场景化元素

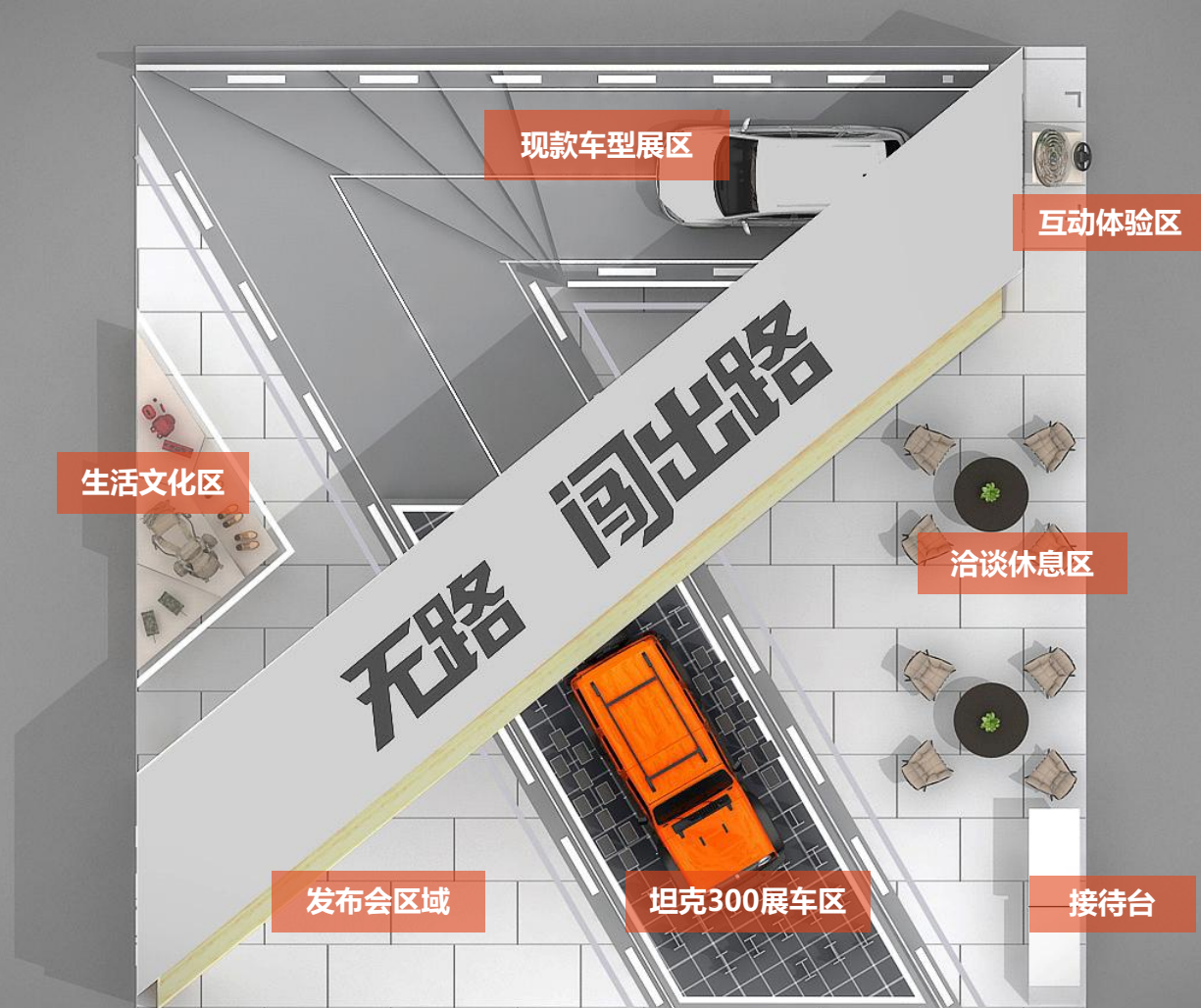
加入智能城市氛围元素，尽展产品越野+城市多元化用车情景



多功能空间布局

最大化空间利用率，巧妙布局满足发布会及静态展示功能需求

平面布局



展具尺寸：15m*15m





坦克300展车区



■ 工字钢硬核特装展车台，高低错落的造型结构被开辟成路，诠释坦克300优异越野属性，将“无路，闯出路”主题视觉化

现款车型展区



■ 城市高速路段场景为展车区，打造WEY现款车型于智能城市驰骋应用场景

越野

撒野脱困 *Wild escape*

一尝因越野驰骋而手心冒汗的刺激快感，感受坦克300三把锁脱困技术与全地形的任性驾驭，在静态的商超巡展中趣味体验产品性能，助力集客

全地形迷宫地图设计

趣味体验的脱困游戏



ALL TERRAIN

- 体验者转动方向盘控制弹珠逃脱迷宫
- 需在限时内完成迷宫挑战
- 留资分享即可领取小礼品

双布局功能-发布会/静展



发布会布局



静展布局

...

吐槽大会式车型讲解

脱口秀KOL加持，以备受年轻人青睐的娱乐性方式串联整场发布会



ROAST

一听就铭记的精神内核

借势“揭短”反向营销综艺，吐槽式讲解打造热点话题

看似吐槽实则褒奖的“反向营销”，打破传统自卖自夸形式，更凡尔赛文学式将坦克300强劲实力诠释得深入人心，塑造个性、制造热话事件促进传播

吐槽demo:

在苦苦恳求下多位越野大咖终于肯把多年越野驾驶武功传授给我
经过重重历练后终于学会了如何脱困、野外漂移、应对各种地形阻碍啦！
按耐不住内心激动！迅速赶往WEY门店喜提坦克300带着心仪对象到野外拉风！
中途她说也想试车，我心想正合我意“嘿，等她困在泥坑我就来个英雄救美炫车技”
没想到一路平稳通畅，武功一点用不上！还以为遇上隐形车神了
结果对象说“这车也太智能了吧！有3把锁、坦克转向、蠕行模式和9种驾驶模式，让我这个越野新手也能撒野冒险了！”

敢言——发布会流程

PART 01

媒体签到

10min

媒体/嘉宾签到进入发布会会场

PART 02

倒计时

10s

播放倒计时视频（沿用坦克300上市会视频）

开场

2min

脱口秀KOL登场进行活动开场词

PART 03

新车揭幕

1min

播放坦克300 TVC后新车揭幕

创新车型讲解

10min

脱口秀KOL进行幽默的吐槽大会式车型讲解

共创官分享越野生活

5min

脱口秀KOL与共创官互动畅谈新硬派越野生活

PART 04

价格公布

1min

邀请领导上台公布新车价格及购车政策

来宾合影

1min

来宾与新车进行合影

PRESS CONFERENCE PROCESS

BTL 敢野

专业越野试驾



试驾创意形式

试驾形式：参照国际越野场地赛，结合全地形越野拉力赛规则，在封闭式赛道，采用计时积分赛的方式

赛事试驾亮点：



➤ 发车仪式

排名	名称	登上排行榜	时间	冠军差距	难度
1	Yuedi Mo	2 日跑	49:247s	-	难
2	Huang Minxin	4 日跑	49:517s	+0.270s	难
3	L.L	5 日跑	49:519s	+0.371s	难
4	Leo John	3 日跑	49:728s	+0.478s	难
5	Mangde Yang	5 日跑	49:854s	+0.617s	难
6	Ran F	2 日跑	50:050s	+0.773s	难
7	Yayig	5 日跑	50:103s	+0.855s	难
8	Z.Y	3 日跑	50:115s	+0.868s	难
9	WYC	3 日跑	50:216s	+0.971s	难
10	Marcus Song	2 日跑	50:383s	+1.136s	难

Ran F. 50.050s Marcus Song. 50.383s Yuedi Mo. 49.247s Z.Y. 50.115s Leo John. 49.728s YC

➤ 实时排名PK



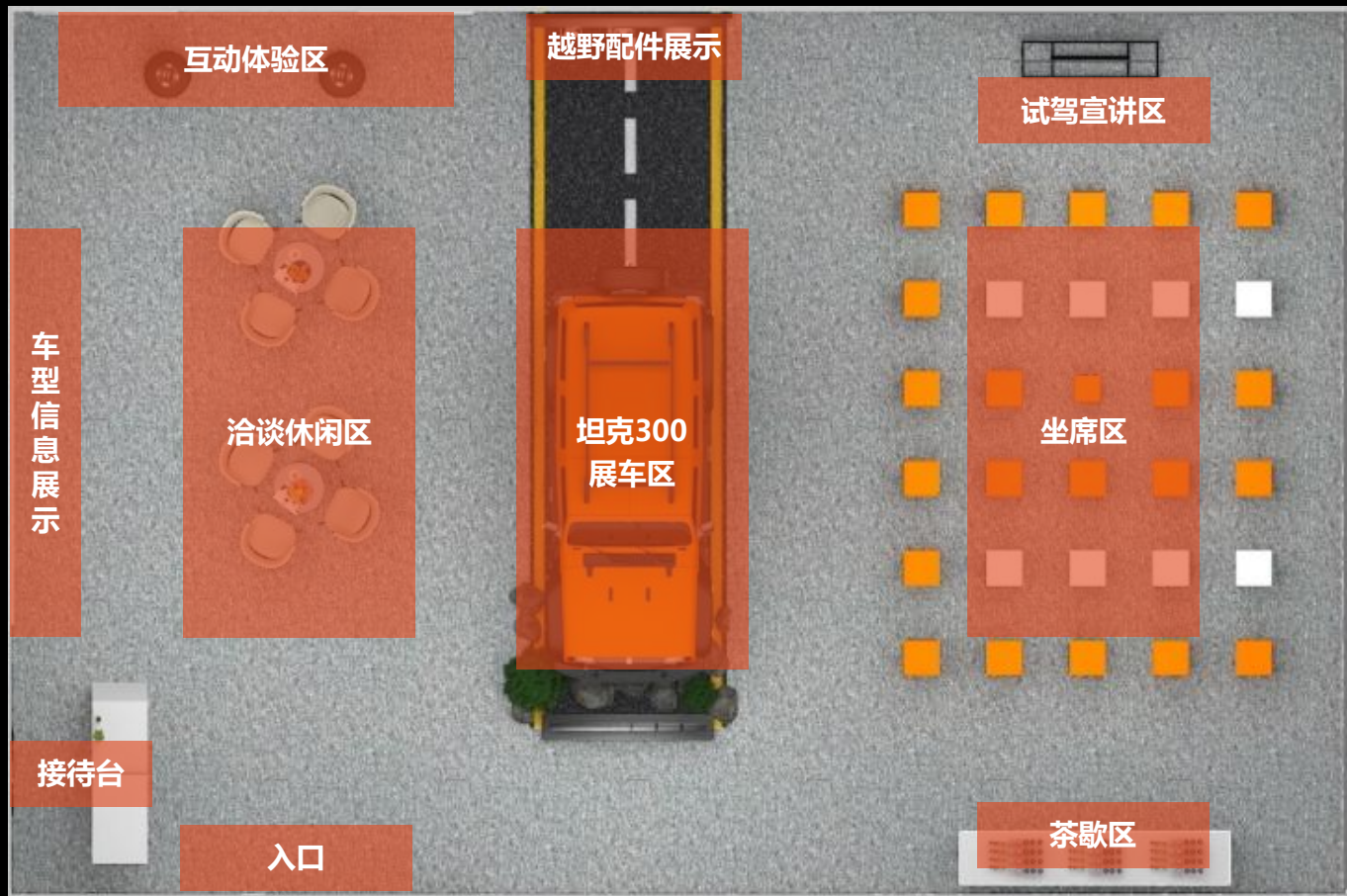
➤ 荣耀颁奖

场地区域分布



■ 围绕坦克300核心USP设置定制化试驾科目，根据各城市场地实际路段情况具体调整

篷房布局







无路 闯出路





车型信息展示



一击必中

以坦克300强劲的越野性能和科技智能性为精神内核，设置一击必中·精准拳击力量挑战体验



采埃孚8AT变速器

CCO-越野巡航

TAB-坦克转弯

GPS+BD双模导航

车辆远程控制

3.5云端语音系统



➤ 嘉宾在篷房等待试驾之余，可进行拳击运动作为休闲体验，进行力量测试，倡导运动健康生活

* 墙面以坦克300车型的越野照片、圈层人群个性海报，及文案标语，作为氛围布置

越野试驾赛规则



赛制规划

- **单圈计时**: 采用计时排位赛, 需经过赛道打卡点, 以单圈试驾耗时进行排名, 根据排名等级积分递减
- **发车抽签**: 统一组别, 发车顺序以抽签决定, 依次进行比赛。试驾道路状况, 随比赛进行及时复原
- **公平竞争**: 同一轮比赛出发选手, 车内乘坐人数, 搭载重量, 车辆版本配置等车辆状况需保持一直
- **胜者为王**: 总分100分, 如出现同分情况, 按竞速赛道区计时成绩优先进行排名



惩罚机制

项目	细则	分数
减速障碍	故意冲撞减速障碍者	罚时20秒
警戒带	在设有警戒带的地方, 必须在警戒带内行驶	罚时20秒
驶离赛道	比赛中车辆如不慎驶离赛道, 可从原位置退回。不可因此影响其他赛车比赛	退赛处罚
无序打卡	参赛车辆必须按顺序通过障碍, 不按顺序通过、驶离赛道、回避障碍以及走错规定路线者	罚时20秒
恶意碰撞	严禁比赛中恶意碰撞, 赛道内如发生恶意碰撞或恶意阻挡的行为且情节严重者	退赛处罚



赛事标识

- 1、绿旗: 发车旗, 或表示赛道路面无障碍, 可以进行正常比赛
- 2、黄旗: 表示比赛前方发生事故或出现危险情况, 需立即减速慢行, 禁止超车。违者除名。
- 3、红旗: 表示比赛终止, 允许受影响的车组重赛。
- 4、蓝旗: 表示有其他车手要超车, 必须让车。违者除名。
- 5、黑旗: 被出示黑旗的车组必须停止比赛, 或按照当值裁判的指引离开赛道。违者将被除名。

试驾发车区



核心越野科目：三把锁 一轮脱困



路段场景：石头坑洞

■ 山地岩石与深坑环境，通过对比繁琐的手动控制与智能轻松的多功能差速锁，尽享从容越野乐趣

核心越野科目：坦克转弯 一招逆袭



路段场景：大角度急弯

■ 大角度急弯环境，挑战车辆最小转弯半径，用坦克转弯功能，较小的侧倾，轻松智能通过急弯，超越同级

核心越野科目：蠕行模式 脱困不愁



路段场景：水坑泥地

■ 积水与水底淤泥环境，遇浅滩障碍，检验车辆的水陆涉险性能，坦克300蠕行模式增加车轮附着力，安全前行

智能科目体验：智能泊车等



场景：停车场/车库

■ 通过遥控泊车感受坦克300越野性（公众号营销星球）行能之外更具智能技术便利

USP科目体验一览表

■ 围绕坦克300核心USP设置定制化试驾科目，根据各城市场地实际路段情况具体调整

车型	类型	试驾科目	USP体验
WEY 坦克300	越野驾控	碎石路（石头坑洞）	三把锁—轮脱困
		单边桥	
		炮弹坑（U形坑）	
		急弯路（大角度急弯，V形弯道）	坦克转弯—一招逆袭
		涉水路（水坑泥地）	蠕行模式-脱困不怂
		S形沙坑	
		烂路（凹凸路、泥沙、山地、岩石、峡谷）	全地形模式（9种）
		斜坡	2.0T直喷增压发动机+采埃孚8AT变速器
		驼峰	
	智能安全	智能车库	前4防撞雷达
			360环视
			智能语音情景交互
			遥控泊车
			交通标志识别

试驾流程安排

场次	时间	时长	项目	具体内容
客户场 (09:00-12:00) 	09:00-09:15	15min	客户接待	客户到达试驾现场，接待及引导签到，试驾手环发放
	09:15-09:45	30min	试驾宣讲会	坦克300产品讲解、试驾分组、试驾科目、驾驶技巧、注意事项及安全细则讲解
	09:45-11:45	120min	试驾 越野科目及智能科目体验	按序体验越野项目与智能项目，试驾成绩以计时排名
	11:45-12:00	15min	合影与颁奖	所有嘉宾在试驾场地进行大合影留念，根据排名为前三名颁奖
午餐				
媒体场 (14:00-17:00) 	14:00-14:15	15min	媒体接待	媒体到达试驾现场，接待及引导签到，试驾手环发放
	14:15-14:45	30min	试驾宣讲会	坦克300产品讲解、试驾分组、试驾科目、驾驶技巧、注意事项及安全细则讲解，赛事发车仪式
	14:45-16:45	120min	试驾 越野科目及智能科目体验	按序体验越野项目与智能项目，试驾成绩以计时排名
	16:45-17:00	15min	合影与颁奖	媒体嘉宾在试驾场地进行大合影留念，根据排名为前三名颁奖
	17:00		活动结束/返程	

媒体接待

根据活动流程及场地转移路线进行接待安排



接送车辆时间安排（建议）			
行程	发车时间	预计到达时间	目的地
发布会	09:30	10:00	商超发布会场地
午餐	11:00	12:00	午宴餐厅
试驾会	13:00	14:00	试驾场地
返程	17:00	-	市内

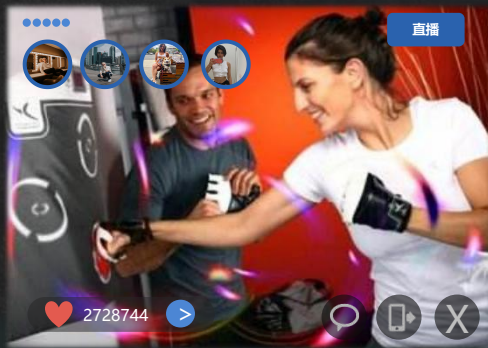
注：由公关部门负责媒体接送及返程安排

话题联动，引爆活动

#敢放肆，硬核出击# KOL联合官方运营话题，全面呈现产品实力，引发关注，持续产品议论热度

KOL直播

#围观坦克300实力出击#



KOL直播：邀请KOL参加发布会、商超巡展及试驾体验并在线直播，收割圈层粉丝群体

官方Vlog

#敢野，硬核出击#



官方发声：通过官方公众号、官方微博及官方抖音号广宣活动

用户分享

#坦克300硬核时刻#



用户分享：留资并分享活动盛况至朋友圈，集赞30个即可获得小礼品一份



后期延续

敢挑战，行路更远



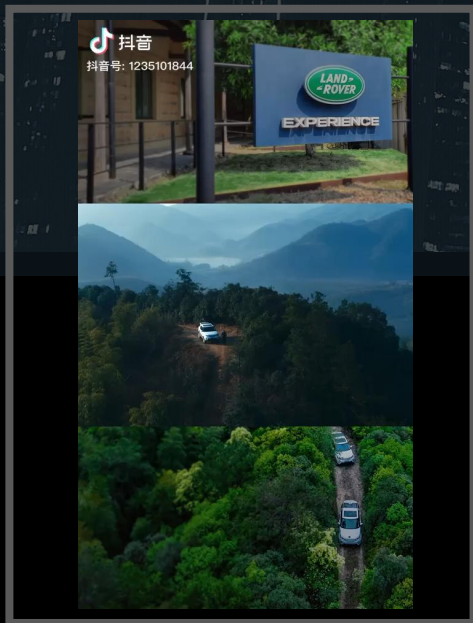
后期传播

活动精彩花絮汇总，延续热度

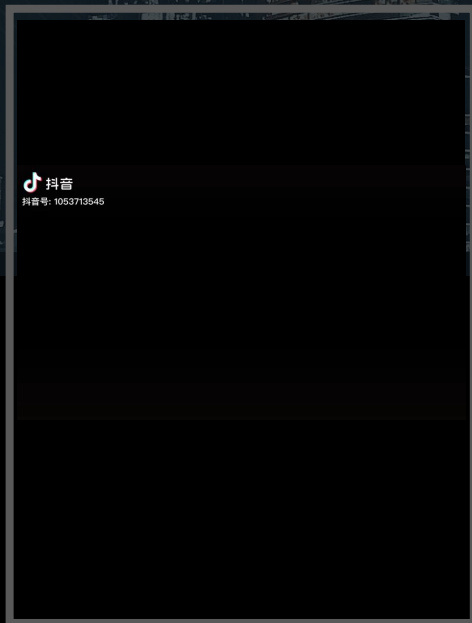
#敢挑战，行路更远#

产出高质量官拍素材及依托媒体公关稿件，为活动后期续势

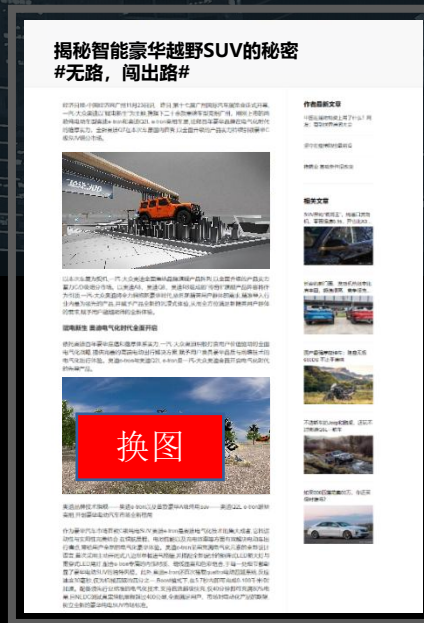
试驾混剪视频
#硬派见证，出击时刻#



全站总结视频
#无路，闯出路#



专业测评稿
《揭秘智能豪华越野SUV的秘密》





PART03

运营管理

OPERATION MANAGEMENT

坦克300

路线规划

根据标段一和标段二的城市站点需求，共制作3套展具，3站同开、持续两个周末完成区域上市活动

活动周期

- 城市巡游：1天（周六）
- 商超巡展：2天（周六/日）
- 上市发布、试驾体验：1天（周日）

线路规划

- 按照城市就近原则规划转移路线
- 标段1：北京、济南、郑州
- 标段2：上海、杭州、深圳

站点/时间	第一站	第二站
	12月12-13日	12月19-20日
线路一	北京	济南
线路二	上海	杭州
线路三	深圳	郑州



时间推进表

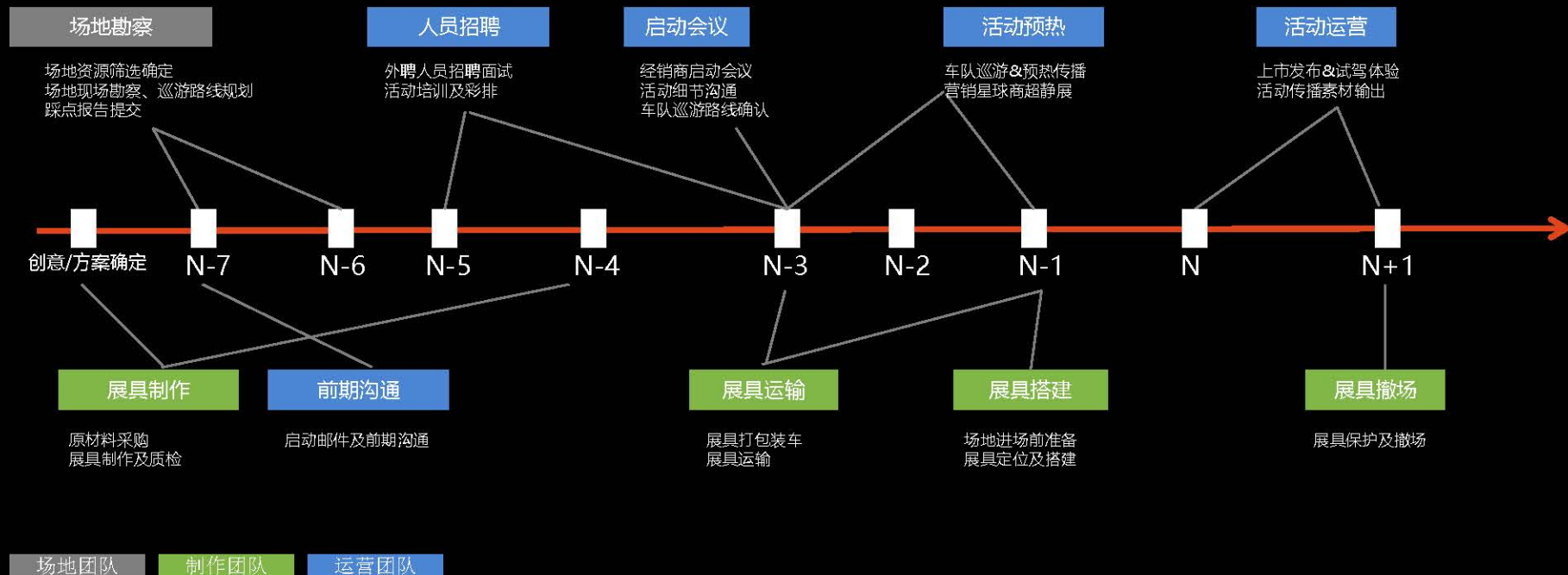
计划**12月2日**进入制作阶段，以规范系统的流程务求高品质的输出，展具还原度达到95%以上

12月12日开启城市巡游



运营流程

单站活动运营流程，场地踩点/展具搭建/运营执行 **三大团队**，为活动顺利进行保驾护航



运营沟通及三方职责

EEC建立完善的沟通管理体系，准确传达厂家活动理念，加强与经销商之间的联动，确认各方职责



总部职责

- ① 确定活动规划及细节，传播配合
- ② 协调营销星球区域经销商支持活动

区域/经销商职责

- ① 展车提供，客户及媒体邀约
- ② 区域自有渠道传播

EEC职责

- ① 活动策划，与总部/经销商进行相关细节沟通
- ② 展具制作及维护
- ③ 场地资源提供（公众号营销星球）
- ④ 人员招聘及培训
- ⑤ 拍摄素材输出
- ⑥ 运营执行及现场管理
- ⑦ 工作汇报及总结

区域经销商配合事项

前期与经销商密切沟通，建立完善的责任分工，让活动运营更顺利

主题	区域上市及试驾活动			
活动 实施	N-7天	活动准备	全员培训	活动前4S店开展全员培训、告知活动信息，并准备相应工作
			现场物料协助	协助区域提供活动当天的物料
	N-7至N-1	活动邀约	活动宣传	开展活动招募，根据厂家要求邀请区域媒体 收集线索并邀请客户参加试驾体验
			媒体及客户邀约	
	N-3至N-1	活动传播	预热	预热期广宣素材发布
	N-3	启动会议	项目沟通会议	确认活动运营细项
	活动当天（N）	活动接待	接待到场客户	密切跟踪意向客户， 告知试驾客户携带驾照，驾龄需在2年以上
		车辆提供	车辆需求	根据厂家及活动需求
		现场销售	销售顾问	建议单场活动配置5-6名销售顾问保证销售解答
	活动结束后	活动追踪	订单反馈	活动结束后，反馈区域活动订单数

场地踩点及管理

优质的场地资源、完善的踩点流程，为活动提供优质保障

选定场地资源

实地勘察是否达标

提交报告确认



- ① 提交场地资源及建议
- ② 根据初选确认的场地安排踩点
- ③ N-10场地踩点

- ① 对场地要求、进车要求、搭建要求、用电要求等进行评估
- ② 根据越野场地进行体验科目规划，以踩点报告进行提交

- ① N-7，完成踩点报告及最终确认
- ② 场地活动报批

展具制作及搭建管理

EEC全国拥有4大工厂、80个维护网点，为展具制作及维护提供强有力的保障，并践行规范的搭建、撤场维护守则

试驾物料及篷房搭建：15小时



搭建前准备 (约2小时)

- 场地勘察
- 展具进场
- 接通电源

篷房搭建 (约8小时)

- 物料卸车
- 主体搭建
- 地台安装
- 展车及物料摆放

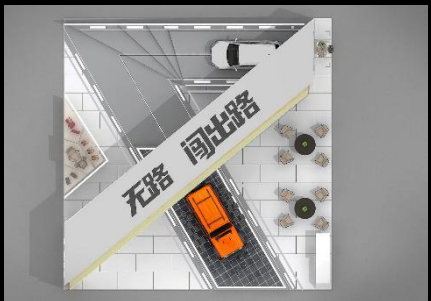
科目设置 (约10小时)

- 科目定位
 - 场景布置
 - 氛围物料摆放
- 注：与篷房搭建同步

调试整改 (约3小时)

- 实车测试
- 卫生清洁
- 试驾车摆放

商超展具搭建：10小时



搭建前准备 (约1小时)

- 展具卸货进场
- 地面保护
- 场地定位
- 接通电源

主体搭建 (约6小时)

- 地台铺设
- 展车台安装
- 横梁场景搭建
- 摆放氛围物料

展车 (约2小时)

- 上展车
- 场景布置

后期优化 (约1小时)

- 设备调试
- 展具卫生清洁

以高标准招聘、选拔人员，全面高效的培训机制让外聘人员快速理解工作职能，明确各岗位工作职责，并对人员进行KPI考核制度，保障活动现场运营每一环节高品质

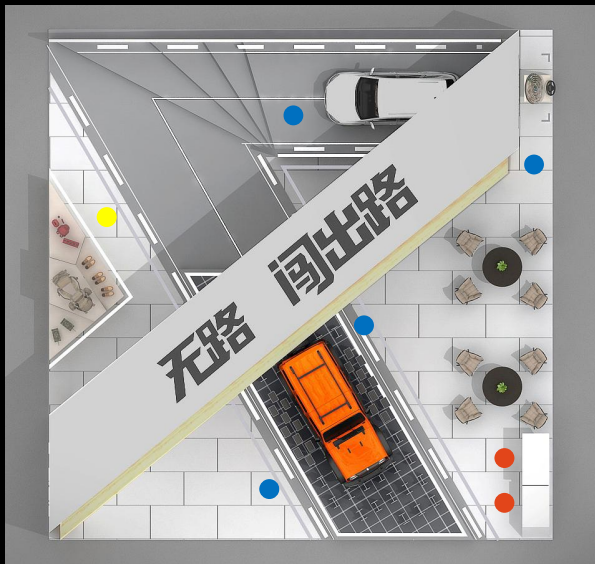
工作岗位	人数	工作职责	标准
车手	5	讲解试驾科目及车型卖点 以专业的知识保障试驾人员安全	拥有丰富试驾经验及专业教练证书 年龄25-45岁
礼仪	5	客户接待服务、现场指引、（公众号营销星球）互动体验引导；配合现场负责人完成相关工作	女性，身高不低于168CM； 形象娇好，身材适中，有亲和力、表达等基本素质较高； 发色要求：黑色、自然色，无明显染色。
Staff/保洁	12	物料管理；试驾区指引及秩序维护 配合现场负责人完成相关工作；现场卫生清洁	男性，身高170—185CM； 吃苦耐劳、形象好，仪容整洁、有亲和力；表达等基本素质较高。

针对活动管理人员严格执行内部自检

- 设置质检专员系统 进行自检，根据流程严格检查各活动现场的输出效果，及时发现问题并校正；
- 增加内部互检机制 通过内部各主担相互抽查，确保活动呈现最完美效果；

人员评分标准								
姓名	岗位	工作态度	工作技能	执行能力	言行举止	团队贡献	迟到早退	总分
XX	XX	0<10	0<10	0<10	0<10	0<5	0<5	0<50

人员管理-站位图



- 礼仪：2人；职责：接待，指引及互动设备讲解
- STAFF：4人；职责：秩序引导，安全维护
- 保洁：1人；职责：清洁维护



- 礼仪：3人；职责：客户接待、证件登记、茶歇
- STAFF：6人；职责：发车检查，秩序引导，安全维护，试驾安全监测，协助处理突发事件
- 保洁：1人；职责：清洁维护

试驾车管理

- ① 车辆交接
- ② 车辆清洁、加油
- ③ 巡游道具安装

N-2

- ① 城市巡游
- ② 结束后车辆清洁
- ③ 巡游道具拆卸、转移

N-1

- ① 车辆清洁、美容
- ② 随车物品配置
- ③ 商超展示
- ④ 试驾彩排及试驾体验

N

- ① 车辆检查、送返交接

N+1

拍摄管理

- ① 拍摄计划确认

- ① 预热素材拍摄
- ② 预热素材输出

- ① 活动日拍摄
- ② 活动日素材输出

单站展车数量规划：活动用车共7台坦克300、1台现车

城市巡游	巡游车		
	5台		
发布会&商超巡展	发布会车辆 / 展台展车		
	2台（1台坦克300、1台现车）		
试驾活动	试驾车	篷房区静展车	备用车（泊车区）
	4台	1台	1台

注：车队巡游完后检查车辆进行转移至越野试驾场地

规范的展车交接管理流程、展车清洁标准，确保展车最佳展示品质

A：展车检查与验收标准

在展车清洁后，须检查车辆是否符合展示标准：

1. 在展车清洁后，须检查车辆是否符合展示要求：
2. 车铭牌（前后共2个）是否已安装
3. 轮胎和轮框清洁干净、没有泥巴、摆正轮胎标志、上光亮剂
4. 原厂脚垫（公众号营销星球）（每款车都需要有）
5. 展车外观（包括车顶）及内饰及玻璃(包括倒视镜)，必须清洁干净
6. 烟灰缸、点烟器、说明书及整车塑料保护膜必须撤除
7. 车前、后盖打开清洁，前盖发动机部件上光亮剂

首站展车交接时间安排：12月10日

注：检查展车符合后，填写『车辆验收与交接表』进行与经销商相互留底，安排车辆进场后进行清洁

B：规范严格的展车清洁标准

1. 车铭牌（前后共两个）是否已安装



3. 汽车外观（包括车顶）及内饰玻璃（包括倒车镜），必须清洁干净



4. 整车塑料保护膜、点烟器、说明书必须撤除



2. 轮胎和轮框清洁干净，没有泥巴、摆正轮胎标志、上光亮剂

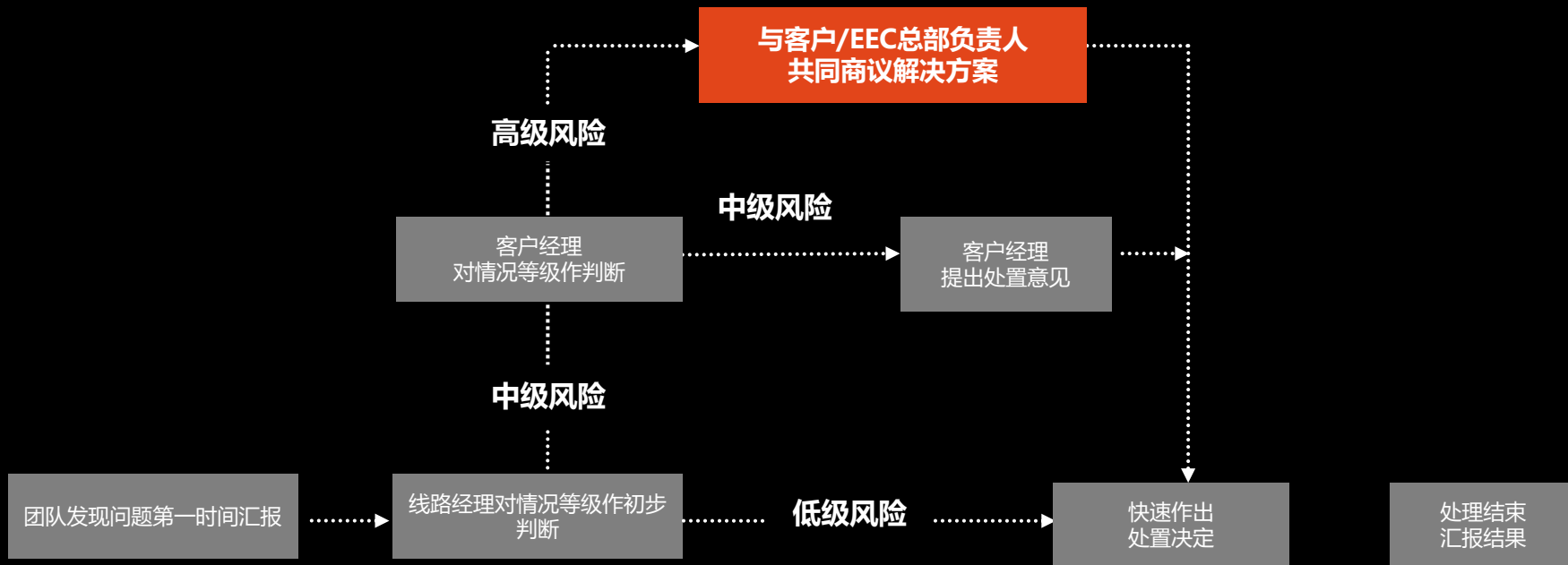


6. 车辆所有玻璃必须光亮，无指纹



安全管理-应急机制

为项目设立可行有效的风险处理机制，保障各站点安全顺畅运营



发车前道路检查/确认

- ① 车手对车辆检查、确认OK后，判定道路情况，确认OK后，向发车员发出指令后，才可以进行发车；
- ② 赛道安全确认流程：①道路是否通畅；②道路是否有异物；③道路中是否有无关人站立；
- ③ 如道路出现状况，则车手通知发车员暂停发车，并根据情况给指令场地工作人员进行处理（场地工作人员只有在获得执行管理的指令后、才可以处理状况）

陪驾人员工作内容

- ① 为来宾做试驾说明，提醒来宾遵守场地规则，及时制止来宾在试驾过程中出现的危险驾驶操作及超速行为；
- ② 随时注意车辆情况，如发现车辆问题马上报告，并视乎其严重程度判断是否马上中止试驾；
- ③ 留意路面状况，及时报告突发情况；
- ④ 若来宾感到身体不适，陪驾人员应先作应急处理，然后将试驾车辆回起点作进一步处理。

试驾注意事项

- ① 试驾时要求参与嘉宾出示国内C级以上满2年有效驾照，由专业车手的陪同下，签署安全协议，进行试乘试驾环节；
- ② 未按规定审验、审验不合格以及饮酒后不准试驾车辆；
- ③ 在患有妨碍安全行车的疾病或过度疲劳时、穿拖鞋与高跟鞋，不准驾驶车辆；
- ④ 车门、车厢没有关好时，不准行车；不准在驾驶车辆时吸烟、饮食、闲谈或有其他妨碍安全行车的行为；
- ⑤ 试驾过程中以车队形式行驶，听从工作人员指挥；
- ⑥ 试驾时不准超车，如有特殊拍摄要求需脱离车队请示工作人员，工作人员准许后才能离队
- ⑦ 严格遵守预定的行程时间安排；遵守交通规则；
- ⑧ 打开对讲机，随时留意先导车发出的信息，对讲机不可聊天，发生特殊情况时通知工作人员。

防雨/雪准备

- 展具：欧式三角帐篷，有利于雨水/雪滑落
- 物料：购买雨伞和一次性雨衣，做足应对物资准备

区域/雨况	小雨/雪	中雨/雪	大雨/雪
展具	• 将不防水且湿水易损坏物料收起，防止物料损坏 • 定时对展具进行擦拭，保持展具良好的展态，且防止地板湿滑造成安全问题 • 使用防水胶布把用电设备的电线接线口和插线板等地方进行防水密封包裹，防止出现安全事故	• 将不防水且湿水易损坏物料收起（如：手机、广告机、等），防止物料损坏 • 停止所有湿水危险物料的供电，防止出现安全事故 • 将不防水且可移动的部分展具移至室内 • 不防水且无法移动的展具物料都盖上防水朔料膜并进行固定	• 将不防水且湿水易损坏物料收起（如：手机、广告机、等），防止物料损坏 • 停止所有湿水危险物料的供电，防止出安全事故 • 将不防水且可移动的部分展具移至室内 • 不防水且无法移动的展具物料都盖上防水朔料膜并进行固定
运营措施	开启防雨雪方案，提醒安驾注意看着体验者	暂试驾体验，篷房区做好人员安排，做好排水/雪	向客户报备，申请停止活动，做好展具固定及排水/雪
来宾	工作人员分发雨伞雨衣，保证现场人员不淋雨，	工作人员指引并安排来宾有序去篷房休息	工作人员指引并安排来宾有序去篷房休息

活动前期做足分享预判及预案，减少活动障碍

展具安全问题处理

事前避免：

- 出线前针对展具的结构安全、材质安全及施工安全进行评估，对于尖锐处进行钝化处理，对松动处进行加固
- 出线后，每站搭建、运营、撤场线路经理都需检查展具结构，并以照片形式发送到内部执行群

事中应对：

- 如展具出现损坏，EEC及时客户报备，同时给出完善的处理方案，根据站点安排就近工厂或当地制作。

事后总结：

- 根据各线路的反馈，对于展具问题点进行归类，同时列出处理方案。
- 对于展具部分进行优化，最大化降低安全问题

意外受伤情况处理

事前准备：

- 各线路配备药箱，含止血贴、酒精等药品
- 踩点人员提交踩点报告，需标明该商场附近医院情况，含急救电话、位置、距离

事中应对：

- 如出现体验者意外受伤，根据受伤情况，送院就医，同时进行协商
- 对于活动场地的摄像视频，需第一时间去保存，避免不必要的问题

事后总结：

- 对事件处理完成后，运营公司上交《特别事件报告》给厂家；报告需写明事件发生时间、地点、经过、发生原因、处理程序、处理方法、处理结果、后续影响评估。

疫情防控

事前准备：

- 前期确认，活动城市疫情等级，外来人员出入要求等
- 出线前与经销商沟通，协助配备足量的防疫物品，启动会议再次强调
- 现场搭建工人需要出示当地个人健康码并测量体温正常方可聘用，全程佩戴口罩，线路经理负责监督。搭建完成后进行全面清洁消毒。

活动运营：

- 对现场工作人员进行**体温登记记录**，体温正常并且佩戴口罩方可上岗
- 对活动各区域及地面进行简单消毒

场地及路线

FIELD AND ROUTE



巡游路线推荐-北京



巡游路线:



巡游 时间安排

- 总计时长 (含拍摄点) : 6个小时
- 温榆桥 (拍摄点)→南锣鼓巷胡同: 60分钟
- 南锣鼓巷胡同→(商圈) 银河SOHO: 20分钟
- 银河SOHO →北京国贸大厦: 30分钟
- 北京国贸大厦→合生汇:40分钟
- 合生汇→三里屯(拍摄点) : 60分钟



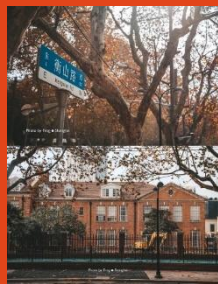
起/终点



体验点



巡游路线推荐-上海



半岛1919创意园

衡山路

外滩（拍照点）

巡游路线：



武康路

陆家嘴（拍照点）

巡游
时间安排

- 总计时长（含拍摄点）：6小时。
- 半岛1919创意园—武康路：40分钟
- 武康路—衡山路：10分钟
- 衡山路—陆家嘴：40分钟
- 陆家嘴—外滩：20分钟



起/终点 ★

体验点 ★

巡游路线推荐-深圳



巡游 时间安排

- 总计时长 (含拍摄点) : 4个小时
- 深圳龙华书店 → 平安金融中心: 40分钟
- 平安金融中心 → (商圈) 星河COCO PARK: 10分钟
- 星河COCO PARK → 世界之窗: 30分钟



起/终点 ★ 体验点 ★

巡游路线推荐-济南



巡游 时间安排

- 总计时长 (含拍摄点) : 4个小时
- 大明湖公园—五龙潭公园: 15分钟
- 五龙潭—芙蓉街: 15分钟
- 芙蓉街—泉州广场: 15分钟
- 泉州广场—千佛山: 15分钟



起/终点 ★

体验点 ★

巡游路线推荐-杭州



巡游路线：

杭州印



西湖文化广场（商圈）（拍照点）



清泰街



钢铁厂（拍照点）

巡游 时间安排

- 总计时长（含拍摄点）：6个小时
- 杭州印—清泰街：25分钟
- 清泰街—西湖文化广场：20分钟
- 西湖文化广场—钢铁厂：50分钟



起/终点 ★ 体验点 ★

巡游路线推荐-郑州



巡游 时间安排

- 总计时长（含拍摄点）：6个小时
- 河南省美术馆—玉米楼（千玺广场）：15分钟
- 玉米楼（千玺广场）—二七纪念塔：25分钟
- 二七纪念塔—中原福塔：35分钟
- 中原福塔—龙湖公共艺术中心：35分钟



起/终点 ★ 体验点 ★

场地推荐—北京

北京



北京酷野谷试驾场地

地址：北京市昌平区流村镇北禾路王家园水库东侧

简介：酷野谷——地处环境优美群山环抱的昌平自然风景区：白羊沟，占地面积约800亩，毗邻王家元水库，集汽车越野体验、风景旅游景区、专业赛车驾训、以及文化休闲为一体的活力越野基地。拥有专业越野体验赛道

北京合生汇

地址：北京市朝阳区西大望路与茂兴中街交汇处

位置：5F拼场

简介：北京朝阳合生汇紧邻国贸、华贸两大商圈，位于CBD东区金角之上，与地铁7号线、14号线直接连通。项目商业面积近20万平方米，定位于集购物、餐饮、娱乐、休闲、儿童体验业态于一体的精致生活体验式购物中心



场地推荐—上海

上海



上海大寅越野汽车试驾场地

地址：上海市奉贤区明城路98号

面积：200亩

简介：越野路线2公里，拥有多个越野体验科目，以砂石及岩石打造的越野真实路况吸引众多越野爱好者前往试驾

彩生活时代广场

地址：上海市闵行区翠福路288号

位置：太阳厅

简介：彩生活时代广场以最新的“垂直智慧生态圈”的设计理念，融合主题商业、科技办公、生态休闲、创意空间为一体，为附件社区购物首选之地，用时与莘庄写字楼组成的写字楼群，拥有众多高消费人群





深圳龙华青山绿水试驾场地

地址：深圳市龙华区大浪街道石仔路888号

面积：200亩

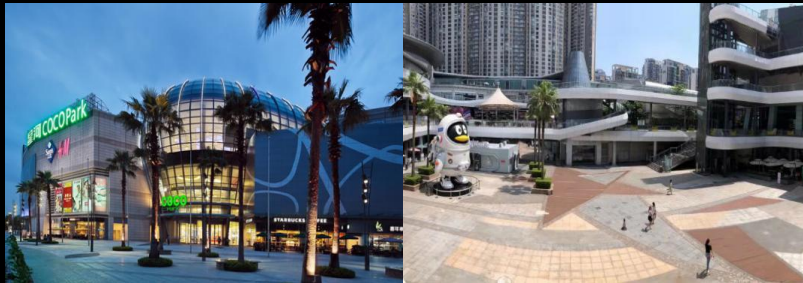
简介：越野路线3公里，拥有8大体验科目，可根据车型卖点进行定制体验科目（不能破坏树木）

深圳福田coco park

地址：深圳市龙华区梅龙路2号

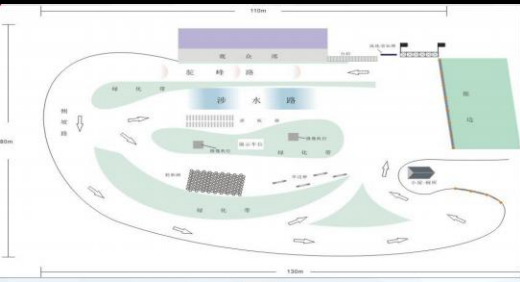
位置：中庭

简介：深圳唯一公园版情景式购物中心,是中国首家“内街”式购物中心，有12条折叠式内街，6000平方米的下沉式露天广场，8大自然光中庭，100米空中天桥。紧邻国际会展中心和深圳第一高楼平安国际金融中心，无缝衔接深圳地铁和未来CBD公交总站。



场地推荐—杭州

杭州



杭州富春山越野试驾场地

地址：杭州市富阳区万市镇三九山

面积：2 km^2

简介：全越野场地，驼峰路、侧坡路、轮胎路、单边桥、涉水路、搓板路6大固定项目，同时还有深坑灌水、S弯等布置

杭州西溪欢乐城

地址：杭州市余杭区五常大道与华丰路交汇处西南

位置：中庭

简介：西溪欢乐城周边集聚了翡翠城、蒙卡岸、金都雅苑、闲林山水、盛世嘉园等数十个小区，常住人口达10万人，是附近唯一——个一站式购物中心



济南



济南澄波湖试驾场地

地址：山东省济南市济阳区220国道和开元大街路口往南200米路西

面积：3.6万m²

简介：距离济南市区30公里，距离济南遥墙国际机场15公里，是山东省会济南市第一条汽车专业柏油赛道。由山东省汽车界多位资深汽车专家和省交通学院多名教授设计，越野拉力赛道1公里，设有多种越野赛道

济南印象城

地址：济南市历城区花园路136号

位置：中庭

简介：济南印象城是一座位于济南老城区的综合开发项目,包括办公楼、soho、公寓以及一座110,000平方米的购物中心。购物中心由七层高的裙楼及商业街区组成



场地推荐—郑州

郑州



郑州汽车公园试驾场地

地址：河南省郑州市巩义区红土沟越野小镇

面积：11万m²

简介：郑州红土沟越野试驾场地，位于郑州市巩义市，赛道长度2.06km，宽度6-8m，落差12m，并设有极具挑战性的大小驼峰、搓板路、轮胎坑、乱石阵、侧倾道、涉水槽、S弯等技术障碍。



郑州惠济万达广场

地址：郑州市惠济区文化路与开元路交叉口

位置：中庭

简介：郑州的全新商圈——北部商圈龙头项目，全新的城市中心，目前300多家品牌入驻，人流量庞大

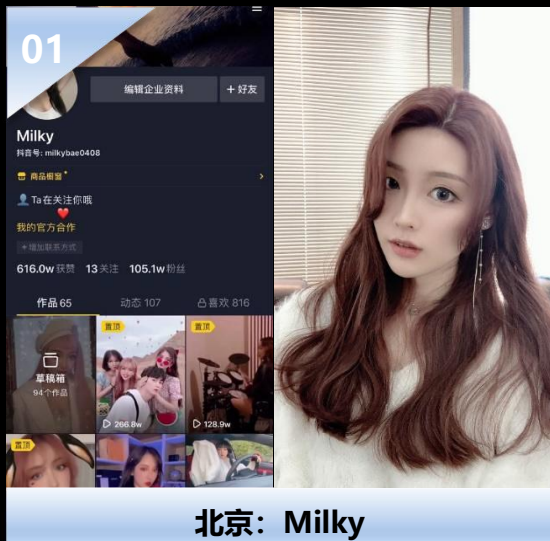


资源推荐

RESOURCE RECOMMENDATIONS



配合城市巡游拍摄传播大片，并通过预热直播、户外越野直播等形式引发关注，带动品牌传播声量的同时大力推动促进销售



- 红人介绍：在抖音、微博拥有众多忠实粉丝，多次受邀新车上市会、品鉴会直播
- 粉丝：抖音102W、抖音获赞数614.8W
- 曾合作品牌：丰田、别克、大众、长安汽车



- 红人介绍：旅游自媒体，利用vlog记录过程受到网友所喜爱
- 粉丝：抖音119W、抖音获赞数743.5W
- 曾合作品牌：东风日产、北京现代、奥迪、JEEP



- 红人介绍：专业汽车博主、善于在抖音、小红书分享好物，粉丝粘度高
- 粉丝：抖音76.1W、抖音获赞数742.5W
- 曾合作品牌：一汽大众、广汽传祺、广汽讴歌

配合城市巡游拍摄传播大片，并通过预热直播、户外越野直播等形式引发关注，带动品牌传播声量的同时大力推动促进销售



上海：栗子Amor_

- 红人介绍：探店小能手，分享探店旅程
- 粉丝：抖音127W，抖音获赞数：373W
- 曾合作品牌：长安汽车、海信、欧莱雅



济南：芊与芊寻

- 红人介绍：旅行博主
- 粉丝：抖音153W、抖音获赞数618W
- 曾合作品牌：奥迪、沃尔沃、



郑州：kento今天又黑了

- 红人介绍：美妆&运动博主，女性粉丝众多
- 粉丝：抖音121.9W、抖音获赞数：461.9W
- 曾合作品牌：完美日记、高姿、圣罗兰、KEEP

脱口秀主持推荐

以幽默风趣的脱口秀形式讲述车型亮点



王春辉

身高: 182cm

经验:

东方卫视《上海国际球星传奇邀请赛》主持人
2020年上海国际电影节主持人
2019年保时捷嘉年华主持人



ROBIN

身高: 175cm

经验:

网易云2019年直播盛典主持人
2019 | BESTWAY MRS GOBLE慈善公益盛典
奔驰“天地即征途” SUV征服之旅



王艺璇

身高: 170cm

经验:

北京电视台栏目主持人
袁姗姗游戏代言粉丝见面会主持
国家体育总局运动健康节主持人

PRO CAM TEAM

PRO CAM TEAM视务组成立于2003年，专注于商业领域类的摄制创作17年，拥有超前的前中后期制作能力，与各大车企、营销企划、宣传推广公司建立深度合作，具备良好的业界口碑。

- **动态项目优势：**广州第一家拥有完整的现场AR制作能力、执行能力的摄制组，拥有独立、完整的前期创作、中期执行和后期制作团队，为合作伙伴创造超凡的高清视觉效果。
- **静态项目优势：**拥有丰富的商业拍摄经验，尤其擅长航拍、路拍、纪录拍摄。



部分合作品牌

摄影摄像团队-作品



部分作品

鹿丙龙体育赛事徐州有限公司

鹿丙龙体育赛事徐州有限公司是江苏徐州地区唯一一家从事汽车运动的公司，由全国冠军车手鹿丙龙先生投资成立，公司注册资本1000万元整；公司主营业务为体育赛事组织、体育运动项目经营、策划、宣传及驾驶技能培训等。



礼品推荐



媒体伴手礼：定制服装



客户试驾礼：户外越野保温杯



留资礼品：小机车摆件

服装推荐



巡游KOL服装推荐



车手服装推荐



礼仪服装推荐



staff服装推荐

The background of the slide is a dark, textured surface. Overlaid on this are several vertical rectangular strips of varying widths. These strips contain blurred, high-contrast images of a red SUV driving on a dirt road, suggesting motion. A large, bright orange rectangular frame is positioned on the left side, partially enclosing the text and some of the vertical strips. The text 'THANK YOU' is centered in a large, white, sans-serif font.

THANK YOU