# 城市车展策划方案范文

来源：网络 作者：空山幽谷 更新时间：2024-01-10

*车展，全称为“汽车展览”，在专业展馆或会场中心进行的汽车产品展示展销会或汽车行业经贸交易会、博览会等。下面小编给大家带来关于城市车展策划方案，希望会对大家的工作与学习有所帮助。城市车展策划方案1一.市场分析随着中国经济的增长，人们生活水平...*

车展，全称为“汽车展览”
，在专业展馆或会场中心进行的汽车产品展示展销会或汽车行业经贸交易会、博览会等。下面小编给大家带来关于城市车展策划方案，希望会对大家的工作与学习有所帮助。

**城市车展策划方案1**

一.市场分析

随着中国经济的增长，人们生活水平的提高，中国的汽车消费市场也日益火暴起来。进口车的进入，国产车的发展都使中国的汽车消费市场进入了一个新纪元。但是，综观整个汽车市场，进口车价位的持续偏高，国产车的质量参差不齐，人们真正期待的是一辆性价比高的汽车，高尔夫正是针对消费者的这一需求而设计生产的。

二.产品分析

1997年第四代高尔夫重新改进，外形流畅动感，粗旷的线条充满着力量，人们发现高尔夫不止是时尚，而成为两厢轿车的经典。

价格：￥17.5万元左右

功能：

GOLF在全球同级轿车中率先实现12年防锈车身标准，全车镀锌车体，激光焊接技术使车身间隙配合精细，清晰、顺滑的线条，使其风阻系数达到了同级车型的水平。

三.消费者分析

在现在的清远，私家车却以每天上牌140部的速度增长。四个轮子淘汰了两个轮子，清远市民的生活实现了大提速。在对清远家庭进行的调查中表示，有购车愿望的居民占52.6%，比一年前调查时的比例高44.5%;没有购车愿望的比例40.6%，比一年前调查时的比例降低26.9%;拿不定主意的居民比例6.8%，比一年前调查时的比例降低17.4%。

选择高尔夫的人群，代表的不是物资上的富有，代表的是一种时代精神、一种内涵，一种具有挑战性的时尚精神和成熟，是一种荣耀和地位的象征。

针对商业成功人士。诉求重点是商务应用和品位，这类人接触的媒体一般为报纸和电视。

针对高级白领和一般的年轻白领。诉求重点是私用和迈向成功的荣誉象征，这类人接触的媒体一般为报纸、杂志、电视和路牌。

针对留苏工作的人士。诉求重点是实用性和空间大，这类人接触的媒体一般为报纸、杂志和电视。

选择汽车时，品牌知名度、依赖度及汽车的客户服务乃是重要的考虑因素。

性价比及汽车外观的独特性也是消费者购买的因素。

四.市场定位

高尔夫的目标消费群定位为商业人士、留清远工作的珠三角人士以及高级白领。在这个市场定位的基础上应该竟可能多吸引潜在消费群体，如年轻的白领。广告侧重于感性诉求和理性诉求相结合。

五.媒体策略

促销、公关活动之预告，以报纸为主，首选清远日报和南方日报。并且辅以海报、DM问案、样本小册子等。

广告以TV、CF作为主要的传播信息媒体，以加深消费者的记忆。电台、报纸、杂志、路牌、灯箱为辅，海报、pop次之。

六.广告策略

1.市场目标

目前，一汽-大众高尔夫在清远广大消费者中指名度还不够，尚处于导入期。结合目清远市场激烈的竞争情况来看，将初期广告战略和短期广告战略相结合，在短期内将其知名度提高到70%以上，偏好度和知名购买度分别提高到12%和10%，并达到一定的忠诚度。

2.诉求对象

目标对象：

年龄：28-48岁

家庭月收入：一万元以上

教育程度：大专以上教育

职业：高级白领

中级经理(国企私企外企)

中小型私营企业主

用途：家庭用车，公务商务为主，兼顾私用。

休闲、运动

广告形式

以平面图形为主

七.问题点和机会点分析

(1)问题点

a.入世以后，国外汽车进入中国市场普遍受到威胁，而且高尔夫在当前的苏州市场上面临的竞争压力也很大，如：POLO、别克凯越、宝来等，所以更应注意品牌形象的宣传，抢占市场更大份额，要力求在市场上提高知名度，再求销售量的扩张。

b.由于高尔夫的外型稳重大方，在造型外观上不刻意追求时尚，所以就导致对目标受众群的限制很大，应该明确争取目标消费群。

(2)机会点

a.外型朴实无华：高尔夫外型虽然不是时尚的，相貌不出众，个性不张扬，踏踏实实，但它是一款非常实用精良的车，是一种成熟、内敛以及扎实的“内在美”，是当家过日子的好手。

b.高尔夫的内空间很大，行李箱是国产两厢车中容积的:330/1184L。

c.高尔夫车表里如一的质量性能和优良的材质是其价格略高的原因。一汽-大众表示，无论中国汽车市场如何变换，一汽-大众令人信服的产品质量不会变，技术的宗旨不会变，技术的宗旨不会变，对用户的不会变。

d.在竞争品牌中，高尔夫耗油量最小，时速。

e.高尔夫车身稳重，行驶平缓舒适，噪音小。

**城市车展策划方案2**

一、活动背景

河北省C市是一座有着200万人口的中等城市，家庭汽车消费刚刚起步。

当即经济环境……居民收入……

汽车经销现状……

消费者对车型需求调查……

\_\_家用轿车在当地销售状况……

二、活动主题

“靓车美女畅享激情夏日，试驾\_\_轿车体验时尚生活”

三、活动地点

C市所属：B市、H市、Y市、D县、M县、N县、Z县、Q县，共计8个县市。

四、活动时间

20\_\_年7—8月每周六(或周日，根据天气状况调整)全天。

五、主要内容

(1)\_\_车队巡游宣传;(上午)

(2)广场车展;(下午至晚上)

(3)试驾;(下午至傍晚)

(4)歌舞助兴路演;(下午、晚上两场)

六、活动目标

(1)全面宣传、展示20\_\_主推车型的性能、特点、价格优惠;

(2)提升\_\_轿车的品牌形象和在当地消费者中的知名度，增强潜在消费者对\_\_车的知信度。

(3)密切与县级汽车经销商的合作关系。

七、前期准备工作

(1)场地协调……

(2)宣传物品设计、制作(明细)……

(3)聘请演艺公司(4S店)

(4)聘请锣鼓队，巡游引导;(各县市经销商)

(5)市场相关信息搜集

(6)后勤保障(明细)……

八、造势宣传方案

(1)县市有线(数字)电视飞字广告……

(2)DM单……

(3)海报、条幅……

(4)短信……

(5)客户档案利用(一对一电话通知)……

九、现场布置(以首站Y市为例)

广场氛围——

整个休闲广场周边插上彩旗，彩旗上写着车展的主题，每句主题字体的颜色不同。观众席上挂上横幅，上面写上主题“靓车美女畅享激情夏日，试驾\_\_轿车体验时尚生活”。两只氢气球，每只球下都挂着横幅写着主题。夹在氢气球中间的是用气囊横幅组成的“彩虹门”，上面写上车展活动名“…………汽车车展”。

汽车展区——

……

演出舞台——

……

十、活动流程：

上午8：00：车模到位，锣鼓队到位，演艺工作人员到位，广场布置现场和舞台。

8：30：车队巡游开始，巡游路线……

11：00：现场布置完毕，安检，音响设备调试。

12：00：展出车辆到位

13：30：播放音乐，各路工作人员就位;

14：00：下午演出开始，试驾报名开始，车模到位;

演出节目单(略)

主持人主持词大纲(略)

试驾互动……

16：30：演出结束，试驾继续

17：30：车队巡游，不需锣鼓引导，车模、工作人员(发放DM)跟随，停靠站点……(略)

19：30：播放DJ音乐暖场

20：00：晚场演出开始

演出节目单(略)

互动游戏……

车模走秀

当天购车者互动……

22：00：活动结束。

十一、活动经费预算

**城市车展策划方案3**

【活动前言】

在我国国家政策的支持下，20\_\_年汽车产销突破1360万辆，一举超越美国成为全球第一大汽车市场。20\_\_年举办的“\_\_汽车展销会”，无论是社会影响力还是展商收益，都获得了巨大的成功。

本次车展恰逢五一劳动节假日，将成为石家庄及周边地区的一次重要节假日经济活动，成为石家庄汽车经销商的一次盛会，成为汽车消费者购车、赏车的一次平台，成为市民百姓假日游玩休闲的好去处。

本次车展将采取多角度宣传、网络和报纸相结合的方式举办。活动期间将推出乡镇巡展、购车抽奖、汽车品牌文化展示、趣味试驾等活动。充分展示汽车文化并调动购车一族积极参与。各项活动将带给购车者重重惊喜!给经销商带来重重商机!

【活动主题】

本次车展是以“汽车走进生活，为所有车友省钱，让更多得人加入‘有车一族’”为主题，以“绿色车展，安全驾驶”为宗旨。让更多的人都了解车、拥有车。

【活动意义】

在当今社会，汽车对居民来说，已不仅是一种简单的代步工具，更是一种文化的象征、身份的象征、时尚的象征。

本次车展就是为了给大众提供正确的购车导向，能够近距离的品味汽车文化，体验动感生活，并为广大的车友省钱，在活动现场，预计要买车的人能够以市场的团购价格购得自己喜爱的车型，暂时不买车的人也能在现场了解到一些汽车行业的最低资讯和一些汽车保养维修方面的知识。

把展会办成集汽车购买、汽车知识、汽车保养、参与性、互动性、知识性、娱乐性于一体的“汽车嘉年华”。

【活动目的】

通过参加车展提高品牌知名度、新品发布、结识新客户，扩宽市场渠道，让更多人买到满意的车。

【办展机构】

\_\_电视台、汽车联合协会、\_\_工业联合会

【活动地点】

【活动时间】

20\_\_年5月1日——20\_\_年5月3日

布展时间：20\_\_年4月30日

撤展时间：20\_\_年5月3日

抽奖时间：20\_\_年5月3日(参展商提前电话邀约通知客户)

【展会宣传】

一、电视媒体报道：

二、新闻报纸报道：

三、网站媒体杂志报道：

【展品范围】：

一、典藏名人金典老爷车(20辆)

中国价值的典藏老爷车珍品，其中包括：\_\_等名人座驾，出场近百年的各类古董级车辆。

二、精仿F1赛车(2辆)

中国人独立设计制造，非船型设计，陆地时速160公里，水中速度时速40公里，可入水表演

三、各类轿车、商务车、新能源汽车、房车等国内外知名汽车品牌;

四、汽车零部件、汽车维护保养设备及工具、汽车装饰美容、汽车用品、汽车改装配件等。

五、汽车信贷及保险机构

银行、汽车信贷公司、保险及保险代理公司;

六、汽车相关服务业

汽车俱乐部、车友会。

【活动亮点】：

一、开幕式将有神秘巨星出场致辞

二、开幕式节目表演

舞蹈表演、特技表演

三、知名美女模特现身

四、汽车趣味试驾活动

汽车试驾表演、汽车特技表演、飞镖比赛、扎气球比赛

五、汽车邮票

展会收录150余个国家20\_余枚汽车邮票，占世界已发行邮票80%以上。

六、现场抽奖

展会设立100余项大奖、千余项小礼品供观众抽取

【现场布置】

一、会场布置

整个广场周边插上彩旗，车展上写着车展的主题，每句主题字体的颜色不同，观众席上挂上横幅，上面写上主题“汽车走进生活，为所有车友省钱”。两只氢气球，每只球下都挂着横幅写着主题。氢气球中间用气囊组成“彩虹门”，上面写着“石家庄五一绿色车展”

二、展台布置

展台上的布置可以按各个公司的要求摆放，也可以按各车的特色来规划。

三、舞台布置

搭建一个舞台是为了让参观者时时能感受到活动的浓烈气息。以各类汽车，是概念车为背景。上面写上车展主题、活动意义、主办单位等。舞台左右各放音响，舞台前左角摆放活动的奖品。

四、礼仪小姐100、工作人员300

【应急风险处置】

在存在安全隐患的区域，放置消防器材，保持安全通道畅通，制定发生火灾时的人员疏通方案。全场要有保安巡视，保证会场及四周安全。

**城市车展策划方案4**

前言

现代社会，轿车作为时尚、效率、地位的象征，在人们生活中越来越不可或缺。随着国家积极财政和信贷政策的实施，汽车市场得到了快速发展，汽车质量不断提高，价格越来越低，各项新技术得到采用，售后服务日趋完善，营造了良好的车市氛围，轿车消费已被许多家庭列入了生活消费计划之中。

车展，一向是衡量一个地区汽车消费现状和市场潜力的“晴雨表”。为满足人们对各品牌汽车的了解及需求，促进\_\_汽车消费市场的发展，推进汽车进入普通家庭，增进我市汽车流通行业间的交流与合作，\_\_广播电视台联合\_\_拟举办20\_\_广播电视台春季大型户外车展活动，本次车展整合了我市主要汽车经销商，通过汽车文化与汽车服务等活动的结合，突出汽车经济的时代元素。

一、展会背景

进入20\_\_年第一个季度，(\_\_省购车比例继续上升，每100辆汽车中，就有68辆是私家车。)年初，销售速度虽稍有下降，但销量仍然在以两位数的态势上升。以本市去年9月举办的某车展为例，在为期两天的展会中，参观人数达到3万，100多辆车被当场卖出，100多辆车被预定，达成意向客户近300人，总交易额超过20\_万元。

不难看出，汽车消费的市场仍有着巨大的潜力尚待挖掘，而本次“启程之旅”大型户外车展活动，为消费者搭建的不仅仅是一个优惠购车的平台，更是一个联合汽车文化、汽车服务的多渠道、多方位、一站式立体平台，旨在为江城百姓的购车意愿，配以的营销模式，促进消费者与汽车产业的双向发展。

二、展会名称

20\_\_年\_\_广播电视台春季大型户外车展

三、展会主题

车展以“新生活，新方式”为主题，以\"结识优配车系，繁荣汽车市场，传播汽车文化，引导汽车消费，发展汽车经济\"为宗旨，充分展示汽车文明和大气秀美新\_\_的美好城市形象。

四、主办、承办及协办单位

主办方：\_\_广播电视台、\_\_传媒有限公司

承办方：

协办方：

五、展出阵容和展览内容

展品主要有雪弗兰、别克、北京现代、东风日产、广州丰田、一汽大众、福特、马自达、比亚迪、奔腾、长城、帝豪

展品范围：

1、国内外知名汽车(各种轿车、越野车等)。

2、汽车装饰美容、音响、百货精品。

3、汽车信贷及保险机构：银行、汽车信贷公司、保险及保险代理公司。

4、汽车相关服务业：汽车俱乐部、报纸、杂志、广播电视。

5、互联网公司、汽车及相关产业。

六、车展开幕式活动安排

时间：20\_\_年4月日—4月日

地点：待定

表演内容：一段吸引人眼球的表演开场，音效、视频、现场表演相结合。

(中国风舞蹈)在后续的汽车品牌代表介绍、有奖参与中穿插小提琴表演、沙画表演、街舞表演、DJ表演，汽车经销商代表歌曲联唱，烘托活跃现场气氛。

七、展会活动：

1、中心广场集中布展。

4月日开始，参加车展的单位集中在各个展示区展出各品牌的主流汽车，省市各级领导、各新闻单位都将光临本次活动，广大市民及汽车爱好者均可自由观看。

2、汽车购销现场服务。

车展期间组织市车管所、养路费征稽、车购税、保险公司、汽车流通协会等单位，进行现场咨询、政策讲解、办理相关业务等“一条龙”服务。

3、汽车知识专业咨询。

为更好的调动观众积极性和吸引媒体目光，工作小组还将协同有关部门和汽车厂商联合为市民提供专业的咨询服务，使车展更具专业性，让观众在观赏众多新车的同时，了解到专业的汽车知识，体验到浓郁的汽车时尚文化。充分体现出本次车展以人为本的全新展览服务理念，诠释汽车文化的真正含义。

车展期间将邀请各行业部门领导及专业人士到会参观、洽谈和采购，并在报刊、杂志、电台、电视台等多方位媒体进行立体式宣传。力求为各汽车经销商提供一个集中展示推介、树立品牌形象、低成本、高效率的展示交易平台，使本次车展成为南丹东市一大有品位、有收获的汽车文化盛会。

4、现场活动：

八、资金预算

预算内容：

1、场地(场地租用)。

2、会场布置(展台设计布置、展位布置、会展道具等)。

3、宣传(广告媒体、宣传展板、悬挂条幅、车展资料、宣传单等)。

4、人员(车模、礼仪小姐、在场工作人员等)。

5、现场演出人员(模特、歌手、乐队、街舞、B—BO\_现场说唱)。

6、现场中桌椅以及互动小礼品。

中小型车展总费用估计：万元

九、展会优势

\_\_广播电视台作为本市的主流媒体，每一年都举办大型户外车展，参展商达到20余家，得到了商家与消费者的一致好评，真正实现了商家与品牌的互赢。

1、电视：新闻频道、文明生活、影视频道、信息频道前期黄金时间同步广告宣传;《\_\_新闻》、《\_\_传媒》、《\_\_》等栏目跟踪报道。

2、电台：交通频率、新闻频率、都市频率、评书频率将展会的盛况行同步直播，通过电波，传递给\_\_的每一位父老乡亲。

3、利用\_\_广播电视台视达传媒有限公司短信平台，提前一周对重点人群进行短信宣传，将活动的详细信息发送至手机。

4、利用电视台人防山洞处的户外LED大屏幕，立体滚动呈现车展快讯，商家信息。

通过前期的宣传，吸引广大市民积极参与，不少其他县市群众将会慕名赶来参观。参观人数众多，车辆成交量将较为可观，提高此次展出车辆品牌的知名度。

注﹕建议商家就目前购车市场消费现状，结合小排量、低油耗、高安全性、高舒适性、高质量、可操控性、精美外观设计、卓越的内部空间、良好性价比、品牌号召力、优惠方式、银行贷款等方面，推出本品牌吸引力及购买力的车型。

**城市车展策划方案5**

活动意义：当今社会，汽车不仅仅是一辆代步车，更是一种文华的象征，一种精神的载体，也是广大爱车一簇的时尚的追求，希望通过本届车展将发布尖端产品和技术息，同时，通过特别策划希望争取更多的人成为汽车车迷。

活动的主题：随着汽车市场竞争激烈各大厂商打起了价格牌，车展以“汽车走进生活，为所有车友省钱”为主题，让消费者以最低的价格买到的车，做到消费者、汽车厂商、\_\_三方共赢，充分展示\_\_为更好的服务广大消费者，更大程度的做到为居民省钱，提高开封市民的消费品质，打造一个消费愉快的新模式。

活动时间以及主办单位安排：

时间：20\_年4月16日到20\_年4月17日两天。

主承办单位：

协办单位：

媒体：

冠名单位：

活动流程：

开展前一晚：布置仪式台，仪式台及音响设备安装到位;

6：00清洁打扫;

6：20全面保安工作;

6：30各参展汽车等设备到场，并开始摆放工作;

7：20参展设备摆放完毕;

7：30(播放音乐)礼仪小姐请嘉宾、记者到主会场;

7：50参加开幕仪式人员全部到位;

8：00主持人宣布开幕仪式开始介绍主办方，协办方和赞助单位8：30开幕式结束，车展活动正式开始;

8：35开始舞台表演;车模亮相，T台走秀(目的：吸引群众眼球，聚集人气)

9：00表演结束;

9：05现场互动，有奖问答

10：00汽车驾驶及保养知识宣传，邀请专业人士为大众宣传解答有关汽车驾驶，保养中的知识，同时分发一些汽车驾驶保养小知识传单、汽车知识问答(目的：活跃展览会场气氛，增加参展厂商与大众的互动性，提高参观人群的积极性，聚集展会人气)

13：00汽车试驾活动开始;

16：00当天车展结束，检查清理现场;

环境的布置

一、会场布置整个滨河广场周边插上彩旗，彩旗上写着车展的主题，每句主题字体的颜色不同。观众席上挂上横幅，上面写上主题“汽车走进生活，为所有车友省钱”。两只氢气球，每只球下都挂着横幅写着主题。夹在氢气球中间的是用气囊横幅组成的“彩虹门”，上面写上车展活动名

二、展台布置

展台上的布置可以按各个公司的要求或能体现该车的性能特色来规划摆放

三、舞台布置

搭建一个舞台是为了让参观者时时能感受到活动的浓烈气氛。以各类各样的汽车，是概念车为背景。上面写上车展的主题，主题下是活动时间、意义、主办单位、协办单位和承办单位等。舞台左右各放音响，舞台前左角摆活动的奖品。(现场购买会有什么样的一个奖励?具体商讨)

活动预计影响效果：

通过此次车展使人们对本次汽车品牌必定有一个全新的了解，认识。树立起了本汽车品牌在社会上的形象，影响力，会吸纳更多人们成为汽车车迷，成为本品牌汽车的潜在客户。

电话：

手机：

参展费用：

地台：4\_520平方200元

桁架：3\_422米200元

音响一套150元

主持人1名200元[\_TAG\_h2]

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！