

北京市自驾办 自动驾驶未来城市嘉年华整合传播项目

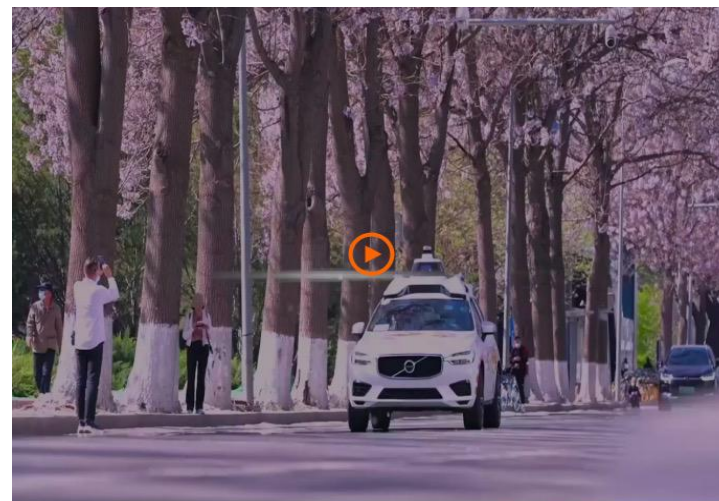
- ◆ **品牌名称：**北京市高级别自动驾驶示范区
- ◆ **所属行业：**IT及信息服务类
- ◆ **执行时间：**2023.06.01-07.30
- ◆ **参选类别：**IT及信息服务类



嘉年华活动总结视频

链接:

<https://www.bilibili.com/video/BV1Ah4y1a7V1/>



摄影绘画大赛回顾视频

链接:

https://www.bilibili.com/video/BV1vH4y1S7mv/?vd_source=93b100a214212e45ffef4498bf1094fc

背景和初衷

- 1、随着示范区建设成果逐渐显现，自动驾驶将全面进入3.0时代，“无人车”将从亦庄驶向北京更广阔区域，自动驾驶8大场景已经走进越来越多人的日常。
- 2、北京市高级别自动驾驶示范区举办“2023协同未来自动驾驶未来城市嘉年华”，旨在通过线下体验活动，满足市民对美好生活的向往与追求，并寓教于乐让更多人体验自动驾驶乐趣，感知未来城市魅力。

期望目标

- 1、立足线下活动，通过足够的越热造势，在全城掀起自动驾驶的讨论热潮，为嘉年华蓄势，让更多人关注和参与。
- 2、通过线上渠道和手段，充分整合官方、媒体、自媒体等多渠道资源，将自动驾驶成果、场景等充分普及。

挑战与洞察

- 1、自动驾驶场景或许已经为很多人熟知，但是普通民众这种体验和感受，并未通过合适的出口得到对外的释放机会，如何调动更多人的参与热情，与他们更好的互动，并为活动积蓄关注呢？
- 2、线下活动由于地域时间等的局限，除需聚焦本地化传播通过线上反哺线下外，还需要筛选出潜在的活动参与受众，并将获得信息精准传递。
- 3、寓教于乐是整场活动的核心宗旨，如何通过线上线下的话题设置、媒体选择，充分释放活动的体验感受，并影响更多潜在人群也是本次面临的核心命题。

传播策略

一、聚焦场景，展现应用场景唤醒场景关注增强公众感知

- 1.摄影绘画大赛低门槛撬动公众关注生活中的自动驾驶应用场景，并为嘉年华活动蓄势；
- 2.通州及大兴两场mini站活动线上传播预热，小范围剧透曝光，为主场活动充分造势。

二、穿透本地，多重定向传播精准触达本地市民及潜在受众

- 1.朋友圈本地化广告精准曝光，筛选出本地参与活动意向度高的受众，如周末遛娃的亲子受众、关注本地生活方式的居民、汽车爱好者及科技发烧友等；
- 2.北京市各大社群及达人朋友圈发布，涉及本地生活、亲子、户外、业主、科技类社群及本地学生、白领类兴趣达人，直接触达本地居民。

三、强化体验，达人、居民互动体验打卡话题裂变传播

- 1.设置话题，发布活动置景谍照海报出街、嘉年华预热视频现场打卡攻略地图上线；
- 2.聚焦微博、抖音、小红书等平台，发布嘉年华话题，邀请亲子、汽车、本地生活达人现场体验打卡。

核心传播事项

预热阶段

2023 “协同未来” 自动驾驶摄影绘画大赛征集及评选

通州及大兴嘉年华mini场传播预热

朋友圈外显视频本地化定向投放、北京本地微信社群深度宣传

活动置景谍照海报、预热视频及打卡攻略地图上线

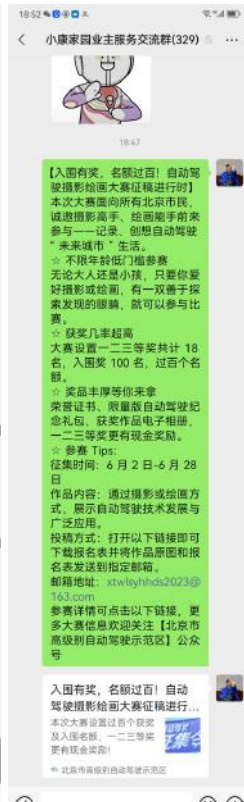
引爆及沉淀阶段

微博/抖音/小红书KOL及KOC亲临现场打卡种草

电视、网站、各新媒体平台发布稿件及视频持续沉淀嘉年华内容

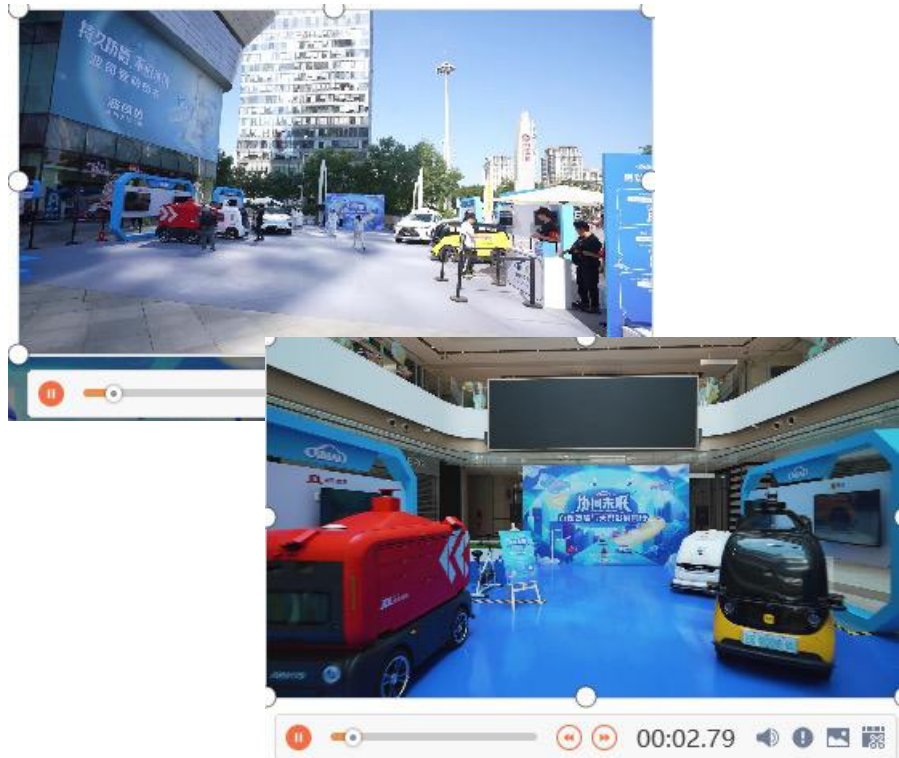
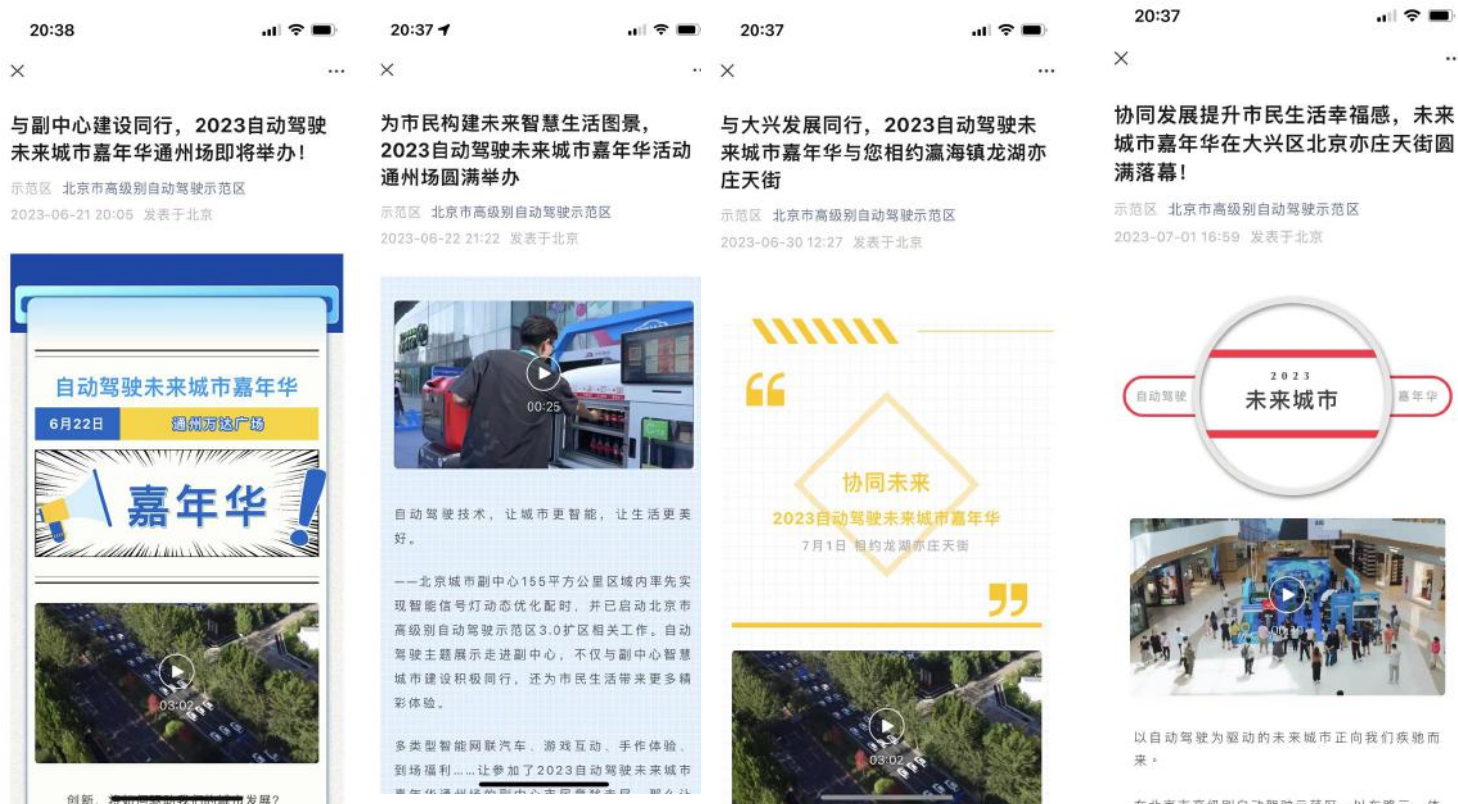
➤ 预热阶段传播（一）

- 围绕“自动驾驶”举办摄影绘画大赛，发挥大赛的对北京市民号召力及感知力
- 第一波，通过举办自动驾驶大赛，让更多人认识和认同自动驾驶，调动北京市民了解关注嘉年华活动的积极性。绘画摄影大赛全媒体平台曝光量超过**2000万次**，引起市民广泛关注。



➤ 预热阶段传播 (二)

- **立足示范区3.0阶段扩区建设 预热MINI嘉年华提前感受自动驾驶魅力**
- 第二波，立足示范区3.0阶段扩区建设，选取通州区及大兴区的热门商圈、流量高地，提前开启预热MINI嘉年华，让市民认识和体验到自动驾驶技术的巨大魅力与无限潜能，实现预热人群的精准触达。



➤ 预热阶段传播 (三)

- **做深做透北京本地化传播 全面预告活动亮点内容营造活动前的火热氛围**
- 向本地市民朋友圈定向投放预热视频，多垂类深度渗透北京市各大社群及达人朋友圈，涉及本地生活、亲子、户外、业主、科技类社群及本地学生、白领类兴趣达人，直击本地人群，引发关注，扩大嘉年华知名度。



序号	地区	群名称	群人数	类型
1	北京	北京生活福利群	382	本地生活
2	北京	北京生活娱乐交流群	377	本地生活
3	北京	北京高品质生活群	485	本地生活
4	北京	北京舞蹈小分队	485	本地生活
5	北京	北京运动旅行俱乐部	457	户外
6	北京	北京户外运动经验分享群	469	户外
7	北京	北京户外生活圈	348	户外
8	北京	北京科技大佬聚集地	326	科技
9	北京	北京科技每日资讯群	483	科技
10	北京	北京科技共享中心	331	科技
11	北京	北京亲子生活福利群	465	本地生活
12	北京	北京亲子教育交流群	465	本地生活
13	北京	北京亲子夏令营	1515	本地生活
14	北京	北京亲子出游	1048	本地生活
15	北京	东晶国际业主	1003	本地生活
16	北京	富源里业主聚会	1564	本地生活
17	北京	广德苑业主聚会	1461	本地生活
18	北京	星岛假日业主聚会	1258	本地生活
1	北京	王娟	1515	本地生活
2	北京	董睿	1048	本地生活
3	北京	张雪娇	1003	本地生活
4	北京	何文杰	1564	本地生活
5	北京	张瑶	1461	本地生活
6	北京	邓权	1258	本地生活
7	北京	陈雅怡	1235	本地生活
8	北京	赵淑莲	1775	本地生活
9	北京	郭艳春	851	本地生活
10	北京	白佳惠	1573	本地生活
11	北京	卢春雨	807	本地生活
12	北京	刘琪	1413	本地生活
13	北京	顾新竹	1505	本地生活
14	北京	赵艺颖	856	本地生活
15	北京	王天琦	814	本地生活

● 朋友圈广告曝光量：9,472,081

➤ 预热阶段传播（四）

- 设置话题，发布活动置景谍照海报出街、日常自动驾驶场景预热视频上线、嘉年华现场打卡攻略地图发布。



7月7日-7月9日，在北京经开区与您不见不散



7月7日-7月9日，在北京经开区与您不见不散



引爆及沉淀阶段传播（一）

- 聚焦微博、抖音、小红书等平台，发布嘉年华话题，邀请亲子、汽车、本地生活达人现场体验打卡。



邀请本地生活类、亲子类、汽车类KOL打卡体验并种草分享
不断引发扩圈，吸引兴趣人群，高效助力体验活动的种草及引流

引爆及沉淀阶段传播（二）

- 多层次、多频次沟通 促使传播声量立体化集中爆发 进一步强化了活动的认知广度与深度
- 依托当前媒体传播环境，搭建了多元、立体的媒体传播矩阵，广泛覆盖电视、报纸、网络、新媒体、视频平台等多种传播渠道。



2023自动驾驶未来城市嘉年华活动开幕 北京为未来城市打样

2023-07-10 13:54 · 智车星球

7月7日，2023自动驾驶未来城市嘉年华活动（以下简称“嘉年华活动”）在北京经开区成功开幕。为更好满足市民对美好生活的向往与追求，立足示范区3.0阶段扩区建设，嘉年华活动打造了首个以自动驾驶技术为支撑的未来智慧城市微缩景观。



新华网、央视网、北京电视台、车东西、智车星球等党政及行业媒体

针对此次活动进行报道，曝光量超4000万+



2023年7月8日 7月7日，2023自动驾驶未来城市嘉年华（以下简称“嘉年华活动”）在北京经开区开幕。为更好满足市民对美好生活的向往与追求，立足示范区3.0阶段扩区建设，嘉年华活动打造了首个以自动...
北京亦庄官方发布

构建未来智慧生活图景 2023自动驾驶未来城市嘉年华举办通...



2023年6月26日 由北京市高级别自动驾驶示范区工作办公室主办，北京市通州区北苑街道协办的“协同未来——2023自动驾驶未来城市嘉年华”通州场近日在通州万达广场圆满举行。本次活动充分融合端午佳...
青瞳视角



北京通州发布 (bjtzfb)
北京城市副中心官方微信
通州小布 (北京通州发布: bjtzfb)
了解到:

自动驾驶技术，让城市更智能，让生活更美好。城市副中心155平方公里区域内率先实现智能信号灯动态优化配时，并已启动北京市高级别自动驾驶示范区3.0扩区相关工作。自动驾驶主题展示走进副中心，不仅与副中心智慧城市建设积极同行，还为市民生活带来更多精彩体验。

据报道，7月7日，在北京举行的2023“协同未来”自动驾驶未来城市嘉年华活动开幕

香樟上校 2023年07月09日 23:25 北京

点赞 0 评论 0 收藏 AA

分享到:

\$经纬恒润-W(SH688326)\$

据报道，7月7日，在北京举行的2023“协同未来”自动驾驶未来城市嘉年华活动开幕式上，北京市高级别自动驾驶示范区工作办公室正式宣布，在京开放智能网联乘用车“车内无人”商业化试点。基于《北京市智能网联汽车政策先行区自动驾驶出行服务商业化试点管理细则（试行）》修订版，企业在达到相应要求后可在示范区面向公众提供常态化的自动驾驶付费出行服务。

1、共完成6月2日、6月9日、6月16日三轮作品征集发布发布及推广途径包括：

- ①发布渠道：微信-北京市高级别自动驾驶示范区、微博-北京亦庄、蘸盐、青春河边巢、应旺；
- ②群推广：亦庄业主群、北京亲子群、北京摄影群；
- ③其他推广：微博、抖音平台北京摄影组织、KOL私信发布；
- ④企业推广：已动员14家企业沟通，动员企业员工参与；
- ⑤其他渠道：社会事业局和工会、通州妇联、摄影家协会、学校、培训机构等参与途径。

2、截至6月28日，共收到150余人投来的267幅作品，参赛选手来自北京经开区、通州、大兴、海淀、顺义、石景山、房山、朝阳等北京市多个地区，年龄覆盖面从3岁儿童到80岁老人，进一步得到人大附中、摄影家协会等团体的支持，全方位增强了市民对城市未来生活的体验感和想象力。



➤ 传播效果汇总

依托当前媒体传播环境，搭建了多元、立体的媒体传播矩阵，广泛覆盖电视、报纸、网络、新媒体、视频平台等多种传播渠道，活动曝光量**超1亿+**；

序号	传播类型	传播渠道	曝光量（万）
1	图文稿件发布	党政媒体	4138+
		汽车垂直媒体	10万+
		官方账号（示范区公众号）	1万+
2	朋友圈广告	朋友圈广告	947万+
3	KOL发布	微博	2823万+
		抖音	89万+
4	社交种草	社群+达人朋友圈+小红书	25万+
5	摄影大赛	官方账号+KOL	2000万+