# 新车上市推介会活动新闻策划方案

来源：网络 作者：雨后彩虹 更新时间：2024-09-12

*第一篇：新车上市推介会活动新闻策划方案新车上市推介会活动新闻策划方案每当企业有新的产品上市必然需要进行一番推广，汽车行业也是一样，新车上市了要让大家知道新研发的新产品的诞生，了解新产品，促进新产品的扩大销售。在汽车行业里怎么迅速有效让大家...*

**第一篇：新车上市推介会活动新闻策划方案**

新车上市推介会活动新闻策划方案

每当企业有新的产品上市必然需要进行一番推广，汽车行业也是一样，新车上市了要让大家知道新研发的新产品的诞生，了解新产品，促进新产品的扩大销售。在汽车行业里怎么迅速有效让大家了解新车的上市，那必然少不了网络新闻的推广，那新车上市的新闻策划怎么做呢？这就接下来要探讨的问题。

产品卖点宣传

“你的产品是什么并不是最重要的，消费者认为你的产品是什么才是最为关键的”，这是汽车行业对上市新车核心诉求在软文传播中的进一步诠译。也就是说任何产品的终极目的 都是要得到消费者的购买和使用，而要让消费者购买和使用，让其知道和认可则是必需的前提，而要让消费者知道并认可你的产品或服务就必需具有明确和便于理解和记忆的说法，否则企业就没有实现销售和获利的机会。要充分了解产品特性，产品核心卖点的传播要系统化，要能在消费者心中留下深刻印象。因此，找出新车核心卖点并长期有计划、有步骤的进行宣传，力争做到系统化。

产品促销多样化

汽车软文中，除了长期系统的宣传新车的卖点外，还要不断的给消费者灌输有价值的新车促销信息，刺激他们的购买欲望。好的促销形式要常用常新，不断寻求新的好的促销手段来迎合消费者胃口。降价？价格折扣？赠品？抽奖？礼券？服务促销？演示促销？消费信用？还是其它促销工具？选择什么样的促销工具和什么样的促销主题，要考虑到活动的目标、竞争条件和环境及促销的费用预算和分配，这些都是新车上市成功做促销重要方面，统筹兼顾这些方面新闻软文才显的有杀伤力。因此必须根据汽车行业促销实践进行分析和总结，并结合客观市场环境确定适当的刺激程度和相应的费用投入，确保促销多样化。

产品炒作造势要真实化

宣传新车产品，一定要写出产品的波澜来，平平庸庸的做软文宣传而不适时“炒作”一把，火是不旺的。造势不是造假，造势也要真实化。只要基本忠于事实，不歪曲不扭曲就好。开发一个新项目、研发一种新产品，或者开业志庆、落成典礼，先是广告宣传、软文评论，紧跟着新闻发布、产品推介等等。炒得铺天盖地，沸沸扬扬才好。广告战术的张扬，声势浩大是手段，目的只有一个那就是成功宣传新产品。既想炒作，又要造势，必需讲究规模氛围、追求轰动效应。汽车软文宣传要远离“炒法渐欲迷人眼，造势正好谋己利”的思想，做秀切忌与弄假盛行！

产品推广要工程化

新产品汽车软文宣传的另一个重点是突出产品后期服务、规范化。开展的服务营销活动其最终目的是为企业创造一批忠诚的顾客。一批忠诚的顾客对企业来说意味着一部 分稳定的顾客来源，他们除了本身给企业提供了一定的利润保证外，还是企业最佳的口碑宣传者，而对于服务性企业来说，拥有一批忠诚的顾客，更重要的作用是在 一定程度上保证企业的市场和经营的稳定，避免经常性出现由于顾客量过少，企业产品和生产力不能累积贮存而导致的企业设施设备、劳动力价值的永久性损耗的威胁，增加获利能力，减少经营风险。服务是汽车行业宣传标榜的重要内容，如果产品新闻大力宣扬了产品后期服务的优越性，那么在实际行动中就要努力践行，借此赢得消费者口碑。

新车上市推介会活动新闻策划方案：

**第二篇：新车上市推介会活动新闻策划方案**

新车上市推介会活动新闻策划方案

通过网络发布新闻稿是企业用新闻为企业宣传的一种营销方式。新闻稿发布在营销活动中有效综合运用新闻报道传播手段，能创造极佳传播效能。

新车上市怎样发布新闻呢？可以通过美基营销的新闻发稿系统，百度搜索美基营销，在其官方网站找到在线工作人员的联系方式后，可要求工作人员为您发布，费用较低且新闻链接永久有效。

新闻策划要点

做好新闻策划，利用事实制造新闻，并让每一条新闻都能在稿件中发挥它最大的作用，并能借助时事热点、热门话题进行自主传播。不论是在平媒还是在网媒上发布，都要写符合媒体需求和读者喜欢的新闻稿件。这就需要在稿件的标题要精心制作、谋篇布局要能吸引读者、内容要图文并茂并淡化广告色彩，不能成为读者一眼就看成是广告软文产生望而却步的心理。

撰稿及发稿时机掌握

新闻注重实效性，企业进行网络传播发布的新闻稿也是如此，如果不能及时传播，新闻就失去了本有的价值。如一件重大事件发生之前，就可以发布预热稿件，告知将在何时、何地发生重大事件，引起媒体注意；事件发生时发具有现场感的新闻稿件，媒体的关注度达到最高；结束后就发总结性的综述稿件。另外，在网络传播过程中，发稿要有章可循，讲究策略，在传播周期中先后发布的稿件要有一定的关联和逻辑顺序，不能杂乱无章、重复拖沓，从而影响自身的传播效果。

新闻稿发布选择

综观各大门户网站在企业新闻稿件发布情况，平面媒体刊载过的新闻稿件在网络上的转载率依然居高不下。企业新闻稿件的发布要考虑稿件的类型与网站的属性。网络媒体有其固有的特点，分类也有很多种。选择大型的门户网站有力与传播，且还能被无数小型网站所转载。要使稿件达到最优的传播效果，就要根据稿件的类型选择最合适的网站进行发布。

**第三篇：新车上市发布会活动策划方案**

东

风

LV

新

车

上

市

活

动

策

划

方

案

新车上市发布会活动策划方案

东风LV汽车上市活动策划方案

目录

项目背景

活动目的活动重点

活动方案

场景布置

工作内容

效果评估

一、项目背景

东风LV汽车销售有限公司在继汽车上市之后，相继推出的一款炫动有型，个性独特，品位非凡的时尚风格小汽车，通过东风LV汽车销售有限公司在滨州地区的知名度喝美誉度，多年来汽车销售量大幅度的增长，在目标市场是有口皆碑。今以独特的新款在适当的时机满足消费者的需求，让懂得生活的人能更好的体验生活，为市场提供最好的，提供最优惠的，成为了东风LV汽车销售有限公司的理想与抱负。

二、活动目的﹡鉴于滨州地区市场与目标消费者追求轻松、时尚、高品位的特性，满足消费者的心理需求。

\*借夏末秋初的轻松心理，推出个性、时尚、轻松的新款，让消费者体验夏末秋初的轻松心情。

\*借助东风LV“非常东风LV,非常空间”的非常空间概念炒作，借势推出炫动有型、品位独特的新品——东风LV汽车，进一步提高产品的非常空间概念。

\*通过新产品的个性外型和独特功能，提高非常空间的概念炒作，促进销售力。\*通过活动拉近消费者与车的距离，提高东风LV汽车销售有限公司的品牌形象。

三、活动重点

\*针对客户：追求轻松、时尚、品位的消费需求，体验生活真谛，突出个性品位。\*针对媒体:求了解消费者的心理需求，传输东风LV汽车“非常空间”的概念和产品独特性能，促进消费者的购买行为,创造品牌氛围和产品价值。

\*针对企业：了解消费心理，看清市场需求，树立信心，力创佳绩，提升品牌形象。\*针对行业;不可低估，拭目以待，认清品牌定位和产品的功能价值。

四、活动方案

\*活动方案:炫动有型，品位独到——赏车会，通过从开幕的劲舞到客户与车互动游戏有奖活动，其中营造各种不同感受的气氛，吸引目标客户，促进购买行为，提升品牌形象。

\*活动内容：营造一个轻松、时尚、有品位的活动氛围，给人一种轻松自由之感，与同行业产生差异化，具体从以下几个方面考虑。

A、开幕仪式：

\*主持人宣布这次发布会的目的及赏车会开始。

\*激烈的劲舞——开场秀，激烈的音乐响起，音乐要奋发、昂扬；舞蹈要动人心弦，有感染力。

\*由领导发表讲话，宣布赏车会开幕式开始。

B、亮车仪式：由主持人宣布新车登场。

\*展现场万众瞩目，新车会放在乐安大殿前，由领导进行揭幕仪式。然后东风LV汽车由乐安殿前缓缓开往颐园广场大门，全程铺着红地毯，车道两旁站满了人，车所过之处两边烟花由地喷起或在车道的上空放些彩色气泡等，车开到处彩色气泡从空中洒下，新车停在广场大门口处，所有的彩色气泡丝带洒向车身，五颜六色，新车正式亮相。

\*车模走秀：车模一男一女，车模开车到指定位置停定，然后同时打开车门，车模一男一女从车里出来，以车模的艺术走秀，突出东风LV的时尚感、个性化。

C、舞台演出加新车介绍以及人与车的互动游戏：

\*节目演出表见附录1

\*中间穿插新车介绍，由专营店的工作人员介绍新车的外型和功能。（要求着装正规大方，口齿伶俐，对新车具有较全面的了解）

\*其中还会有人与车的互动游戏。(游戏规则与奖品现定)

D、演出结束，活动闭幕。

\*讲完闭幕词之后，由主持人宣布大家入座或到车里感受东风LV新款汽车的超大空间，或仔细体会LV的内在功能。

\*安排试车，试驾，以及LV工作人员与嘉宾或观众之间的问答，让大家能够更准确详细的了解LV。

五、场景布置

\*主题：炫动有型、品位独到。舒适豁达——新一代轻松、时尚轿车东风LV汽车隆重上市。

\*现场布置风格：简洁大方，力求“阔”的感觉：

色调以东风LV汽车的主力色为主

风格轻松、时尚、舒适为主

\*时间：2024年8月28日上午点分至点分

\*地点：滨州市黄河四路渤海七路颐园广场

\*出席的贵宾及工作人员：

1、行业及东风LV的公司领导

2、代理销售公司的领导和工作人员

3、媒体

4、客户

5、同行

\*报纸：日报、晚报、快报等

\*电视：电视台、卫视等

\*广播电台：广播电台、广播电台等

会场布置明细：

\*舞台、地毯、鲜花（花篮）、背景画

\*音响、话筒、调音师、摄影师、礼花、肩带、\*奖品或小礼品、彩色气泡和丝带

\*喷绘：（内容现定）

\*礼仪8名、主持1名、车模2名、演职人员若干名

\*X展架等

六、工作内容

\*舞台搭建、演艺演出

\*现场布置效果图

\*户外喷绘

\*活动背景

\*X展架

\*活动策划案

\*活动现场布置

\*现场活动执行

七、效果评估

\*在这一系列的活动过后，将后给东风LV汽车销售带来质的飞跃。市场对东风LV汽车有了明确的认识和印象。

\*势必会成为社会和媒体关注的焦点。对树立东风LV汽车品牌形象和传播品牌形象起到了巨大的作用。

\*东风LV汽车的全新设计和理念，势必会影响和吸引大批的东风LV汽车潜在客户群的向往和加入，从而有效的带动旗下各种品牌的销量，缔造有一个销售奇迹！

八、费用明细

\*舞台：背景画：户外喷绘：X展架：音响：话筒：

\*花篮：小礼品：彩色气泡、丝带：

\*调音师：摄影师：车模2名：主持1名：礼仪8名：

歌手：舞蹈：模特：戏曲：等

**第四篇：新车上市发布会活动策划方案**

新车上市发布会活动策划方案 xxxx汽车上市活动策划简案 目录 项目背景 活动目的 活动重点 活动方案 场景布置 工作内容 效果评估

一、项目背景

xxxx汽车销售有限公司在继xxxx汽车上市之后，相继推出的一款炫动有型，个性独特，品位非凡的时尚风格小汽车，通过xxxx汽车销售有限公司在xxxx的知名度和美誉度，多年来汽车销售量大幅度的增长，在目标市场是有口皆碑。今以独特的新款在适当的时机满足消费者的需求，让懂得生活的人能更好的体验生活，为市场提供最好的，提供最优惠的，成了xxxx汽车销售有限公司的理想与抱负。

二、活动目的

■鉴于xxxx市场与目标消费者追求轻松，时尚，高品位的特性，满足消费者的心理需求。■借夏日人们向往的轻松心理，推出个性、时尚、轻松的新款，让消费者体验夏日的轻松心情。■借助xxxx“非常xxxx，非常空间”的非常空间概念cao作，借势推出炫动有型、品位独到的新产品——xxxx汽车，进一步提高产品的非常空间概念。

■通过新产品的个性外型和独特功能，提高非常空间的概念炒作，促进销售力。■通过活动拉近消费者与车的距离，提高xxxx销售有限公司的品牌形象。

三、活动重点

■针对客户：追求轻松、时尚、品位的消费需求，体验生活真谛，突出个性品位。■针对媒介：要求了解消费者的心理需求，传输xxxx汽车 “非常空间”的概念和产品独特功能，促进消费者的购买行为，创造品牌氛围和产品价值。

■针对企业：了解消费心理，看清市场需求，树立信心，力创佳绩，提升品牌形象。■针对行业：不可低估，拭目以待，认清品牌定位和产品的功能价值。

四、活动方案

■活动方案：炫动有型，品位独到——赏车会，通过从开幕的劲舞到客户与车互动游戏有奖活动，其中营造各种不同感受的气氛，吸引目标客户，促进购买行为，提升品牌形象。

■活动内容：营造一个轻松、时尚、有品位的活动氛围，给人一种轻松自由之感，与同行业产生差异化，具体从以下几个方面考虑。

A、开幕仪式： ■由主持人宣布这次发布会的目的及赏车会开始。

■激烈的劲舞——开场秀，激烈的音乐响起，音，奋发、昂扬；舞，动人心旋。■领导发表讲话。

B、亮车仪式：■由主持人宣布新车登场。

会场万众瞩目，XXXX小汽车从侧门开来，车道两边站满了人，在侧面进门的门上装上蓝色灯，车在进门的时候，先是强烈的蓝色灯由门口划过红地毯，射向背景台，新车停放的地方，车开到之处两边烟花由地喷起或在车道的上空放些彩色气泡等，车开到处彩色气泡从空中洒下，新车停在主席台的前面，上面的彩色气泡洒向车身，五颜六色，新车正式正式亮相。

■车模走秀：车模一男一女，车模开车到主席台旁停定，然后同时打开车门，车模一男一女从车里出来，以车模的艺术走秀，突出XXXX车的时尚感，个性化。C、新车介绍：由专营店人员介绍新车的外观和功能。（还是正规些）首先介绍外型（内容略）再次介绍功能（内容略）

D、人与车互动游戏：以往车里投球的游戏形式作为客户与车互动来表现XXXX小汽车的超大空间概念，活跃会场气氛，体现轻松、时尚主题。具体的游戏形式如下：

■游戏规则：给邀请的嘉宾每人发一个号码，然后4人一组，每人发50个球，打开XXXX小汽车的四个窗，然后每个人站在离窗的2米外，以15秒为限，按号记分，初赛依次进行，由投球的多少获取奖项：到最后评出一、二、三等，三个奖项

■游戏奖项：三个奖项，其中一等奖奖现金1000元（或10天内购买XXXX小汽车者打9.6折优惠）；二等奖奖现金600元（或10天内购买XXXX小汽车者打9.7折优惠）；三等奖奖现金300元（或10天内购买XXXX小汽车者打9.8折优惠）；另外，凡是参加比赛活动者，奖小礼品一份。

E、活动闭幕：闭幕词——之后主持人宣布大家入坐或到车里感受XXXX小汽车的非常空间，或仔细体会下XXXX小汽车的内在功能。

F、冰点休闲：所有嘉宾都坐下来吃点心等，大家谈笑风生，以采访的形式对嘉宾进行访问，让大家谈谈对XXXX小汽车的非常空间和独特功能的看法。再以软文的形式在媒体上发布。

G、礼品发放：在经过休闲访问的同时，向嘉宾发送小礼品。

五、场景布置

■主题：“炫动有型、品位独到。舒适豁达——新一代轻松、时尚轿车xxxx汽车隆重上市” ■现场布置风格：简洁大方，力求“阔”的感觉；

色调以骐达汽车主力色为主 风格轻松、时尚、舒适为主

■时间：2024年8月13日晚上15：00—16：30 ■地点：xxxxxxxx汽车广场G区1号——xxxxxxxx专营厅 ■出席的贵宾及工作人员：

1、行业及xxxx公司领导

2、代理销售公司领导

3、媒体

4、客户

5、同行

■报纸：@@都市报、@@晚报、@@快报、@@日报等 ■电视：省有线电视台、省卫视、市电视台 ■网络：

■广播电台：省广播电台、市广播电台等 ■会场布置详注： ■地毯、鲜花2（篮）、■主席台1（张）、电脑割字

■地毯、音响、话筒、调音师、摄影师、色灯、礼花、肩带、■奖品或小礼品

■气球6（个）、拱门1（条）、太阳伞3（把）、横架（背景画）、台布1（张）■盆景4（盆）、柳絮

■喷绘： “炫动有型、品位独到。舒适豁达——新一代轻松、时尚轿车xxxx汽车隆重上市” ■红地毯从形象墙起铺到侧面门，旁边布置烟花，\*上蓝灯光，室内彩灯

■桌子、椅子10套，参差摆放，百合花20（束），备点心和饮料、水果 ■礼仪6（名），主持人1（名），服务生6（名），车模2（名），司机1（名），劲舞演员4（名）、糕点师1（名）

■X展架，放在桌子旁边，桌上用具都是统一的系列摆设

■阁楼围墙用金黄色的绫或锦，用6段跨越式连接，每个连接处扎花

六、工作内容 现在布置效果图 户外喷绘一至三幅 活动背景1个

X展架、易拉宝设计2款 活动策划案 活动现场布置 现场活动执行

七、效果评估

■在这一系列的活动过后，将会给xxxxxxxx汽车销售带来质的飞跃。市场对xxxx汽车有了明确的认识和印象！

■势必会成为社会和媒体关注的焦点．对树立品xxxxxxxx汽车牌形象和传播品牌形象起到巨大的作用．

■xxxx汽车再造“非常空间”概念，势必会影响和吸引大批的xxxxxxxx汽车潜在客户群的向往和加入，从而有效的带动旗下各种品牌的销量，缔造又一个销售奇迹！

经销商面临的问题和困惑： 1.成本增加生产力利用不足

2.缺乏有效的盈利管控，经销商盈利能力下降 3.缺少改善工具及方法，成功的经验无法复制

4.前端销售压力，买车不赚反亏；后端服务压力，保有客户流失率上升 5.员工的稳定性和忠诚度降低，流失率增高 应对措施：

员工培养方面：建立并完善行之有效的人员阶梯制度，让员工有归属感和展望规划

盈利提升方面：立足三级毛利（精品盈利能力，金融盈利能力，降低客户流失率，提升后端服务盈利）去稳健提升

**第五篇：新车上市发布会活动策划方案**

960有车有房网

新车上市发布会活动策划简案

一、活动概述

活动名称：【捷豹XJL剑桥限量版】上市发布会（路虎、捷豹）

活动主题：XJL2015款上市暨路虎揽胜品鉴会

活动地点：天地源·丹轩坊售楼部

活动时间：12月下旬周六(待定)，1天时间。

活动策划公司：960有车有房网

二、活动安排

人员邀请，汽车4S店邀请新老顾客 天地源邀约新老客户

厂家领导邀请

媒体邀请(报纸，网络，电视台等)，汽车、房产类媒体10-20家。

参展人员邀请(新老客户)

三、会场布置

鲜花、条幅、指示牌、音响、地毯、红布、彩喷、烟花、奖品等

四、活动目的

■鉴于目标消费者追求轻松，时尚，高品位的特性，满足消费者的心理需求。

■通过新产品的个性外型和独特功能，提高非常空间的概念炒作，促进销售力。

■通过活动拉近消费者与车的距离，提高XXX汽车有限公司以及楼盘的品牌形象。■带动路虎捷豹品牌在楼盘客户中的知名度，促进销量。

五、活动重点

■针对客户：追求轻松、时尚、品位的消费需求，体验生活真谛，突出个性品位。

■针对媒介：要求了解消费者的心理需求，传输汽车、楼盘的概念和产品独特功能，促进消费者的购买行为，创造品牌氛围和产品价值。

■针对企业：了解消费心理，看清市场需求，树立信心，力创佳绩，提升品牌形象。

■针对行业：不可低估，拭目以待，认清品牌定位和产品的功能价值。

六、相关文字准备

媒体新闻稿 主持人串词 领导讲话稿(或厂家发言稿)

七、活动流程

■活动方案：赏车楼盘品鉴会，通过从开幕的活动到客户与车互动游戏活动，其中营造各种不同感受的气氛，吸引目标客户，促进购买行为，提升品牌形象。

■活动内容：营造一个轻松、时尚、有品位的活动氛围，给人一种轻松自由之感，与同行业产生差异化，具体从以下几个方面考虑。

八、会场布置详注：

■地毯、鲜花、主席台、电脑割字

■地毯、音响、话筒、调音师、摄影师、色灯、礼花、肩带、■奖品或小礼品

■气球、拱门、太阳伞、横架、台布

■喷绘(内容由双方定)■桌子、椅子若干套，参差摆放，备点心和饮料、水果

■礼仪，主持人，服务生，车模，司机，演员等

■X展架，放在桌子旁边，桌上用具都是统一的系列摆设

九、费用预算及分配：

一、楼盘承担活动组织共计叁万伍仟元（35000.00），包括布置、宣传、来宾茶水等；

二、汽车4S店承担不足部分，包括客户来宾礼品、自身宣传品制作、媒体宣传等。

2024年12月24日

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找