



2024(第十五届)重庆汽车消费节 Chongqing Auto Consumer Festival

同期举办：2024(第五届)房车生活节 Vanlife Festival

2024年11月7日-10日 重庆国际博览中心(重庆·悦来)



www.cacf.cn

优雅 优惠 优活





在产业基础与市场环境的双重作用下，“重庆汽车消费节暨房车生活节”以“冬日暖阳”为品牌识别，围绕汽车生活与消费两大核心，集新车发布与展示销售、汽车改装展示与互动、房车旅游与户外露营体验为一体，全领域展现时下最新潮的汽车生活方式，传播汽车潮流文化和个性化消费，倡导多元汽车文化，是体现“优雅、优惠、优活”的汽车生活方式推荐展。

展会秉承“参与式观众组织”的办会宗旨，针对不同汽车品牌进行观众细分，挖掘观众的兴趣点和需求点，在展会现场设计高参与度、高互动性的体验活动，既呈现以汽车为载体的美好生活方式，又为参展的汽车品牌营造更多沉浸式展示场景，满足不同观众的个性化需求。同时，联合重庆本地优势企业与展会进行跨界联动，通过多场景的传播渠道，向观众进行内容传播和活动参与招募，促使观众到达现场。

十一月初，正值各大电商平台双十一狂欢购物季，展会紧抓年终岁末全民购物热潮期，提出“重庆汽车消费节何止一点优惠”的消费引领口号。厂商、经销商、消费节组委会联合回馈，完成汽车销量的转化，为消费者带来一场看车玩车买车的年度盛宴。

重庆汽车消费节暨房车生活节——重庆人的汽车嘉年华，欢迎您的参与！

重庆汽车消费节组委会

二〇二三年十二月

》》》 展会优势

01 精准的积客平台

自主开发“看车玩车”智慧数字营销平台，打造三重赋能展会新模式。通过大数据锁定目标观众群，展会场景创新实现社交裂变和到达促进，沉淀私域流量，开展全程用户偏好分析，为展商提供全链服务，实现精准的目标客户集中要约到达，为车企车商构建一体化营销体系。

03 强大的品牌优势

重庆第二大车展，重庆本土车市促销力度最大、参展品牌最多、市民参与性最强的年终岁末车市收官力作，汽车消费节将携同各汽车品牌创建西南地区快速消费类轻型车展。百余个品牌，上千款车型，吸引汽车消费类优势企业踊跃参与，倡导美好生活方式，建立新兴的汽车生活社区。

02 丰富的媒体资源

加强线上/线下落地推广，广泛覆盖各年龄段和消费水平的潜在购车人群。全城优势媒体资源和热门跨界场景全面动员，高频次的新媒体互动话题推广，引导观众到展会看车玩车买车。

04 高效的执行团队

重庆车展原班人马，20多年实操经验，上100场大型展览和活动的落地运营，专业展会运营机构全力打造汽车消费节。

上届回顾

01 展出规模

共开放悦来国博中心N3、N5、N7、N8四大展馆, 以及北室外广场和西环道, 展会规模8万平方米。

02 展出情况

汇聚全球80个主流汽车品牌, 1000款畅销车型; 展示了10余个房车品牌, 近40台各型房车和10家户外品牌, 时下热门户外装备皆有呈现; 来自重庆、四川、贵州、昆明等地区, 逾200辆改装车齐聚现场; 汇聚近100家潮流车生活服务商, 包括摩托车品牌、银行、改装车机构、出行APP、电商快递、连锁便利店、市集联盟、亲子培训机构、手工艺品商户、文创用品等特色商家。

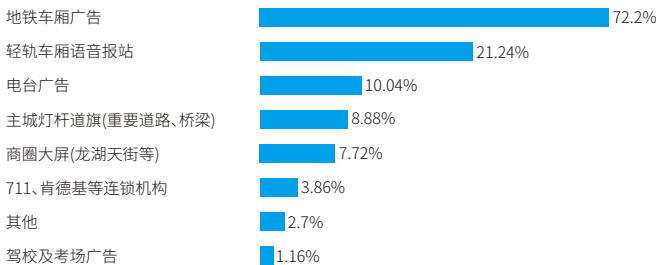
03 宣传推广

投放线下轨道车厢、城市道路道旗等实媒广告, 百度、抖音、今日头条、腾讯、主流媒体等网络广告40余天, 关注人数超100万人次; 汽车、改装、旅游、娱乐、美食等领域大V参与互动传播, 覆盖抖音、小红书、微信视频号、快手等热门传播平台, #2023重庆汽车消费节话题全网曝光超5000万。

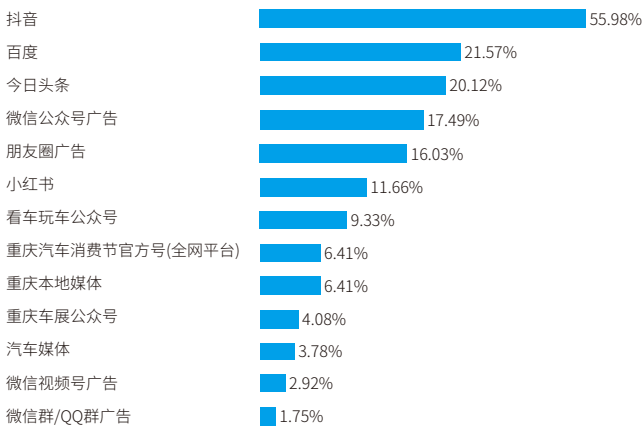
04 有效观众

观展总人数约20万人次, 200多名汽车发烧友参与改装车派对。

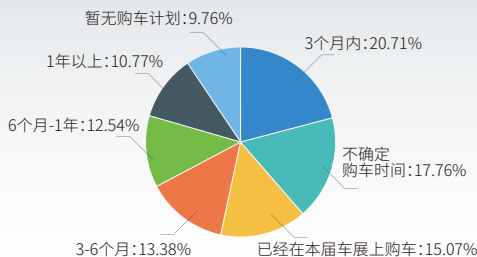
户外广告对观众的影响



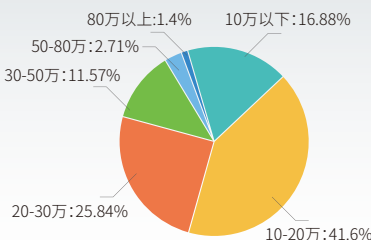
网络广告对观众的影响



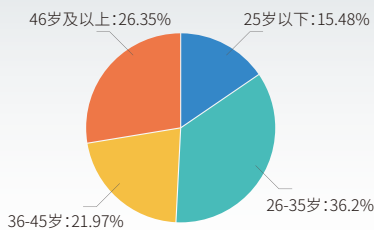
观众购车意向



观众购车预算



观众年龄分布



展商调查:

85%的受访参展商表示达到预期参展效果
92%的受访参展商对观众数量和质量感到满意
88%的受访参展商表示将参加下届展会

观众调查:

近50%的受访观众多次参观过展会
参观观众中18-45岁人群合计占比74%, 仍占主力
近68%受访观众对新能源汽车有较高关注度
15%的受访观众已经在展会现场购车
34%的受访观众计划在半年内购车

2024重庆汽车消费节规划

【展会基本信息】

参观时间:2024年11月7日-10日

展览时间:4天

预计展会规模:8万平方米

预计观众数:20万人次

预计参与媒体:约300家

【展品范围】

各类乘用车、新能源汽车;

各类房车:国产、进口自行式房车,拖挂式房车,动力牵引车,多用途车(MPV),移动别墅,木屋等;房车生产和改装企业,房车销售企业,房车租赁企业,运动休闲车辆相关企业等;

露营地和旅行装备:露营地、露营地景区、露营地设计规划机构、设施配套商、投融资机构等;户外用品,露营旅游产品,露营装备,帐篷、睡袋、防潮垫、吊床、可折叠桌椅、野餐包、烧烤炉、淋浴箱、热水袋、ATV、拖挂车、摩托艇、水上运动器材、飞行器材等;

各类改装车及改装件:包围、ECU升级、排气、气动、轮毂、避震及相关其它服务;

车主服务类:汽车用品、维修与保养;汽车金融机构、汽车租赁机构、共享汽车及其他相关服务;

车生活类:景区、民宿、自驾俱乐部、采摘地农副产品等;

文创市集、跨界优势企业。

【重要说明】

1.活动申请:室外动态展区活动、展厅内各类演出及活动(包括新闻发布会、特别演出等,不包括模特静态表演)均按时段管理,展商须提前向组委会申报具体方案,经组委会批准后再规定的时段进行。同一展馆同一时段原则上不安排2个以上品牌的推广活动。

2.标准展位配置:三面围板、中文楣板、两盏射灯、一个电源插座(限定功率300W)、地毯、一张咨询桌、一个纸篓、两把椅子(空地 and 特装展位不含以上配置)、会场保安及清洁。参展商可在此标准配置的基础上,向组委会申请更高标准的展台升级配置,所增加的费用由展商自行向总搭建商支付。

3.特装展位搭建:特装展位的展商将自行搭建展台,但展台搭建方案包括搭建材料等资料需要在规定日期(详见《参展商手册》具体规定)递交至组委会指定机构以便获得消防和组委会批准。有关费用如电费、场地管理费等由展商另行缴纳,特装展位的价格不含此类费用。为保证展会整体效果和消防安全,组委会有权对现场展位进行必要调整。

4.音响控制:为保证展示效果,展览期间所有展位内音响音量必须控制在70分贝以内,扬声器须朝向展台内部,若影响到周围其他展位,组委会将采取措施加以纠正。

5.运输管理:各展位的物流通道已被规划。运货车辆到达展馆后,应按照排定的进场顺序及指定的运输通道进入指定的卸货位置卸货,待命车辆需停放至指定停车位置。

【展会规划】



【展位价格】

展位类型		展位价格(元)
整车企业	空地200m ² 起租	CNY¥1,000元/m ²
房车企业	空地100m ² 起租	CNY¥600元/m ²
非车用品	空地36m ² 起租	CNY¥600元/m ²
标准展位	3mX3m	CNY¥6,500元/个

【展会服务】

展商将获得以下免费服务内容:

- ▶ 为全国性新车发布活动/品牌代言明星现场活动提供支持:专属证件,媒体采访安排等
- ▶ 为企业高层提供免费机场贵宾通道服务(须提前申请)
- ▶ “看车玩车”社群平台免费服务:电子证件、电子赠票管理、现场服务在线申报等
- ▶ 主要展商名称列入“重庆车展”电子观展指南
- ▶ 根据展示面积,提供人员/车辆证件和观众赠票(具体见《参展商手册》)
- ▶ 官方网站提供的其他免费服务项目

所有展商可根据需要,选择下述付费服务内容:

- ▶ 在规定时段使用动态展示区场地(根据报名顺序安排)
- ▶ 展会观众门票广告(需在在规定时间内提交申请和设计稿)
- ▶ 展会电子观展指南广告
- ▶ 展会现场广告
- ▶ 预租物品服务
- ▶ 标准展位“标改特”服务
- ▶ 特装展位的搭建服务
- ▶ 展会全网各平台提供的收费宣传服务项目

如有兴趣,请咨询展会招商人员。

关于重庆汽车消费节期间交通及住宿信息,请浏览展会官方网站(www.cacf.cn)。

展会活动

重庆汽车消费节畅玩计划，打造岁末城市节日

展会门票联合推广活动，联合知名温泉企业推出旅游套票，通过抖音团购销售，增加展会门票价值和吸引力。同时，通过想红青年、合作商家参与旅游套票销售，扩大展会前期宣传覆盖渠道和拓宽信息触达通道。市民购票将获得超值旅游套票，持券到展会现场核销，就能获得温泉票，同时为实现展会和景点双向引流。

钜惠双十一 上亿购车补贴等你拿

岁末购车最佳时机！组委会联合汽车品牌、经销商4S店向到场观众发放购车补贴，在展会期间掀起购车热潮，释放岁末年底的购车消费需求，集客导流、提升展会现场汽车销量。



温暖市集 车主自售活动

响应年轻人生活方式集结各种有趣好物，结合双11购物热潮，为现场观众提供“买买买”的愉悦购物体验，温暖市集以帐篷小摊、后备箱两种形式，展示内容为：二手车，重庆本地温泉、旅游目的地、美食、热饮、文创、汽车周边产品等特色商品。

嗨享双十一 购车抽大奖

现场订车即可抽奖，赢取组委会准备的购车现金大礼和各种超值好礼，共享有车喜悦，营造现场火热购车氛围。

改出个性 秀出精彩——改装车PARTY

重庆车展和重庆汽车消费节IP活动，西南地区改装界最具影响力的年末盛会。来自重庆、四川、云南、贵州等50多个车友俱乐部汽车发烧友齐聚。autocross绕桩活动、漂移及原地烧胎表演、姿态年度车型评选、大嗓门、钻杆、时下最热门的改装活动此精彩上演，带来沉浸式的体验。观众近距离观看，高潮迭起的改装车特技，体验潮流汽车文化。

住在风景里看世界——第四届重庆房车生活节

结合时下最火热的露营消费，以房车+露营+户外用品+旅游目的地的场景展示，带来一站式全新体验。百种房车露营生活体验，重点邀请房车车友和露营爱好者到场，展现多样化的旅居房车、房车露营生活，新潮露营生活方式集中推介。

【展馆技术参数】

室内展示区域：

单馆面积	20,000m ² /11,500m ² ，单层，无柱
展品入口	每个展馆有宽4.3m、高4.8m大门10扇
展馆地坪	水泥自流平，展场承重：最低3.5t/m ²
供电方式	三相五线制 380V/220V 50Hz
展馆高度	最低12m
允许搭建高度	不超过6m

室外展示区域：

区域	面积	尺寸	承重
中央广场	10,000 m ²	异形	最高3t/m ² 部分区域为1t/m ²
北广场	29,000 m ²	异形， 最长边180m	5t/m ²
北区东环道 (N1-N8馆底端公路)	6,120 m ²	510mX12m	5t/m ²

想红青年ZAN出来 联合传播伙伴计划

覆盖抖音、小红书、B站、微博、快手等社交平台和各类社群，筛选出有区域影响力、有活力、有上升空间的传播达人。通过全年6月重庆车展和11月重庆汽车消费节两大车展平台的联合传播计划，拓宽传播渠道，触达红人私域流量，创作出更多高质量传播内容，通过直播、团购、视频创作等多种形式，达成独特高效的多元点、深入传播矩阵。



媒体推广

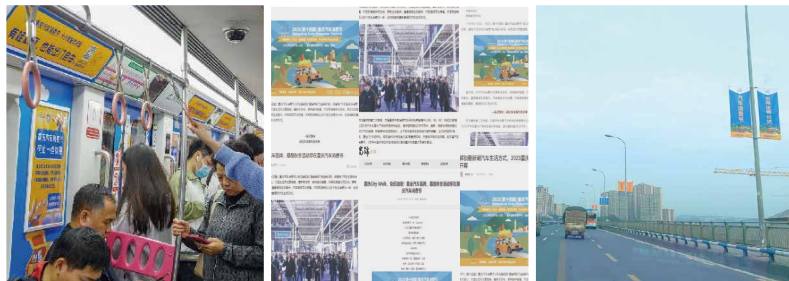
通过大数据对目标观众人群精准投放

通过搜索引擎优化, 抖音、今日头条、腾讯、百度等信息流媒介的广告, 结合朋友圈+公众号+视频号矩阵投放, 实现目标人群的精准投放, 完成引流。



大规模本地饱和投放, 达成覆盖性传播

线下通过轨道交通、城市主要道路道旗, 线上通过党政媒体、公众媒体、汽车行业媒体、网络自媒体、抖音/小红书/快手等平台KOL, 跨界融合汽车类、改装类、本地生活、房车、旅居、时尚等多个渠道, 策划能够激活目标观众群的传播内容, 形成高话题曝光, 激活目标观众群观展欲望。



社群运营锁定私域流量

重庆车展粉丝群、大V粉丝群、车友会、户外运动群、业主群等高活跃社群, 触达圈层私域流量, 促进观众现场到达。通过看车玩车平台裂变锁定私域流量, 邀请意向观众加入项目服务群, 基于展会各项活动, 推动观众积极参与, 提高观众到达率。



引入跨界合作赋能展会新模式

涵盖地图出行APP、电商快递APP、大型商场、连锁餐饮、连锁便利店、咖啡馆、市集联盟、学校、亲子培训机构、手工艺品商户、驾校、景区、改装店、房车露营地等业态, 逾500个合作商家。



高密度高传达的电话营销, 专业客服团队一对一集客

客服团队对有观展意向的目标观众群进行全程跟进, 通过洽谈, 固化观众到场意愿, 提升到场率, 同时通过集客需求与展商数据匹配, 增强展商服务附加值。



【联系方式】

exhibit 重庆展览中心有限公司
地址: 中国重庆市九龙坡区科园四路269号
电话: 023-68634132

展会咨询



www.cacf.cn