

賓士汽車 & 喜多郎活動企劃

Mercedes-Benz V.S Kitaro

---

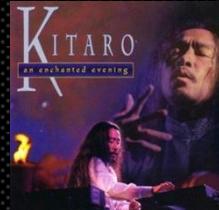
Natural Music , Natural Soul , Natural the Best

# 前言：

## Introduction

不凡的故事都有一個起因，因著這起因都有著不凡的夢想，賓士汽車的晉階思考、感知未來。不安分的靈魂、勾勒出人們心中難忘的線條，秉持呈現最好的信念靈魂，環繞在凡人的周圍。**The Best or Nothing**。不凡的樂章，大自然中的音律氣息，流動於空氣中的DNA細胞分子，相對能安撫凡人的心靈，喜多郎之聲的強化心靈感受不僅使人們對神秘想像獲得抒解，也因融合冥想藝術的風格表現，讓聆聽者的心靈有極大的解放。兩者不凡的組合，勾劃出前所未見之品味、藝術、氣勢、心靈昇華，尤如沈醉於自然萬物的流動韻律，使兩者之結合便有意想不到的美妙天籟凝蘊而生。

「將音樂放在自然中，將自然放在心中，將自然堅持最好」，賓士 VS 喜多郎。



廣告主：

Clients

賓士汽車 & 喜多郎



詩米亞品牌設計  
Simian Branding Design

# 活動宗旨：

## Event Purpose

---

為什麼要辦這活動？

突破傳統制式的商業活動宣傳框架，本體以人文藝術品味為導向，不再是舉辦活動或是宣傳商品廣告，而是以絢麗奪目、氣宇非凡的聲光視覺饗宴**SHOW**來強調賓士汽車與國際知名演奏家喜多郎的高尚藝術品味的人文、科技、時尚結合。

以『靜與動』的跨世紀靈魂饗宴，進而使駕馭賓士車主感受到至高無上的榮耀與尊貴以外，進而提升自體的社會身份與非凡地位。



活動主題：

Event Theme

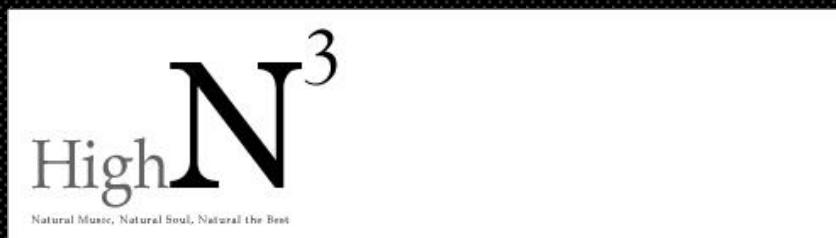
---

賓士 VS 喜多郎。HIGH-N SHOW !

活動商標：

Event Logo

---



活動口號：

Event Slogan

---

「將音樂放在自然中，將自然放在心中，將自然堅持最好」

賓士 VS 喜多郎

Natural Music , Natural Soul , Natural the Best

Mercedes-Benz V.S Kitaro

# 企劃目的：

## Proposal Purpose

---

- 1、提昇賓士汽車的知名度、車主的身份地位以及品味氣質、鞏固汽車業領導高端品牌形象之餘，並創造賓士汽車訂戶及零售業績。
- 2、提昇喜多郎的知名度、非凡的心靈昇華音樂氣質，使賓士高端族群進入更高層次的社會冥想藝術空間地位。



Mercedes-Benz V.S Kitaro

詩米亞品牌設計  
Simian Branding Design

# 預期效益、目標:

## Predictive Benefits、Targets

- 1、預估業績提升率: 20%以上。
- 2、預估媒體話題曝光率: 50%以上
- 3、預估品牌宣傳率: 60%以上。



# 目標對象：

Target Audiences

---

針對賓士車主、喜多郎之樂迷，以及追求高端時尚藝術品味的人士。

Mercedes-Benz V.S Kitaro

詩米亞品牌設計  
Simian Branding Design

# 活動定位：

## Event Position

---

兩者不凡的組合，勾畫出前所未見之品味、藝術、氣勢、心靈昇華，尤如沈醉於自然萬物的流動韻律，使兩者之結合便有意想不到的美妙天籟凝蘊而生。

Mercedes-Benz V.S Kitaro

詩米亞品牌設計  
Simian Branding Design

# 活動提供來賓什麼：

## Event Benefits for the Audiences

---

- 1、參展賓士以及喜多郎VIP來賓的禮遇
- 2、未來購車優惠方案
- 3、活動當天訂車好禮大方送
- 4、增廣見聞，提升人文藝術素養
- 5、精美小禮物
- 6、強化心靈感受，獲得抒解，融合冥想藝術情境，心靈極大解放
- 7、拉進人與車，車與藝術的無空間國界的微妙關係

# 活動特色：

## Event Characteristic

---

影響力：絕對超出視覺經驗的想像，不受其它任何競爭者活動影響，宣傳報導客觀

啟發力：全球唯一的技術專業演出，深入高端民心的心靈刺激，啟發車主及樂迷的思維

洞察力：觀察景氣循環和掌握高端市場的專業研判，洞悉高端族群環境的變化

創造力：帶動創造財富的趨動力，引領藝術享受生活的新風潮，提供生活品味的新模式

# 計畫執行摘要：

## Planning Key Points

---

- 1、全球首創360度環型浮空立體投影方式於室內環境表現。
- 2、虛擬與實境組合的超自然獨一無二視覺饗宴表現。



## 活動時間、地點：

### Event Time & Location

---

- 1、暫定時間：2010年12月25日（活動期自行安排）。
- 2、暫定地點：自行設計

Mercedes-Benz V.S Kitaro

詩米亞品牌設計  
Simian Branding Design

# 計畫要點：

## Planning Essentials

---

- 1、行銷目標。
- 2、行銷環境分析：（a）SWOT分析；（b）競爭對手分析；（c）消費者分析
- 3、市場區隔與定位：（a）核心競爭優勢；（b）目標市場；（c）定位。
- 4、行銷策略與計劃：（a）活動策略；（b）推廣策略。
- 5、執行計劃（時間、人力）。
- 6、預算編定與效益評估。

# 競爭對手: Competitors

---

汽車業相關產業及活動媒體、其他樂團及歌手。

# 預算規模: Budgets

---

預估: 人民幣: \_\_\_\_\_

# 備註: Reference Links

---

[www.youtube.com.tw/user/asahuang](http://www.youtube.com.tw/user/asahuang)

Mercedes-Benz V.S Kitaro

詩米亞品牌設計  
Simian Branding Design

**END:**

Mercedes-Benz V.S Kitaro