

# 2024金科大社区邻里艺术节 策划方案

市场企划部

2024·08

## 每一年，专属大社区业主的中秋仪式感

当中秋的大幕徐徐拉开  
久违的邻里舞台再次回归人们眼前

老面孔与新朋友在此相聚  
百万邻里，怀揣期许，共赴一场团圆的约定



#活动slogan#

# 24年 赴一场花好月圆

2024金科大社区邻里艺术节美好相邀

# 活动节点

(中秋节 9月17日)

8.15

## 方案规划

集团进行整体活动方案的拟定，完成活动物料设计。

8.16

## 方案宣讲

01 集团进行活动方案宣讲，并下发设计物料  
02 区域细化活动方案，启动执行层面的准备

8.17-8.30

## 活动筹备

01 集团进行前宣内容筹备，收集整理区域相关素材  
02 区域完成重点场次铺排，以及整体活动方案统筹和流程报批

9.6

## 前宣预热

01 集团进行前宣内容释放，包括前宣视频和大社区推文  
02 区域协助进行前宣释放，完成活动执行前期筹备

9.7-9.17

## 落地执行

01 集团跟进各区域活动情况，协同区域做好传播  
02 区域按既定计划落地活动，及时回传集团优质活动素材

9.19-9.20

## 收官传播

01 集团完成后宣内容释放，包括后宣视频、媒体推文和大社区软文  
02 区域协同集团做好后期传播，组织宣传转发内容

# 活动内容介绍

01

# 01 邻里艺术节

承袭往年的邻里艺术节邻里大联欢的形式，邀约小区业主艺术团、才艺业主代表进行文艺汇演。融合暖心策划，分享爱的故事，与左邻右舍共度一个温情又欢乐的中秋佳节。

## 邻里舞台 新的精彩

Happy Mid-Autumn Festival



# 01 邻里艺术节



## 活动要求

---

**活动时间：** 9月7日-14日，建议尽量在14日前完成晚会活动落地

**环节设置：** 嘉宾致辞+节目表演+惊喜抽奖+亮点策划

**详细说明：**

- 1、嘉宾致辞：**可邀请业委会代表成员、业主代表或街道社区书记亲临现场并致辞，展现物业服务协助小区治理的成果。
- 2、节目表演：**建议10-12个节目为佳，以业主表演为主、外聘节目为辅，兼顾老中青幼各年龄段，平衡歌舞唱跳各类形式，避免冷场。
- 3、惊喜抽奖：**活动可设置现场抽奖环节，可采用线上扫码或线下抽奖箱形式，注意规避软件bug、获奖人未到现场等风险。

# 01 邻里艺术节

## 现场植入亮点策划，共创与业主的感动记忆



### 视频回顾

结合嘉宾发言内容，在致辞前播放小区整体回顾视频。内容需真实感人，以业主视角，阐述小区的变化、感动的故事、共同的经历、历年的活动等。

视频需提前发回集团审核。

### 生日祝福

提前梳理晚会当天或前后过生日的业主，为业主准备生日蛋糕、花束等礼物，邀请业主至活动现场，为其度过一个难忘的生日。还可邀约其异地的亲属录制视频送上祝福。

### 异地联动

通过技术手段，让远在异地的业主也能通过视频链接观看晚会。也可以邀约远在异地的业主录制中秋祝福VCR，表达团圆祝愿。

# 01 邻里艺术节

## 现场植入亮点策划，共创与业主的感动记忆



### 视频回顾

结合嘉宾发言内容，在致辞前播放小区整体回顾视频。内容需真实感人，以业主视角，阐述小区的变化、感动的故事、共同的经历、历年的活动等。视频需提前发回集团审核。

### 生日祝福

提前梳理晚会当天或前后过生日的业主，为业主准备生日蛋糕、花束等礼物，邀请业主至活动现场，为其度过一个难忘的生日。还可邀约现场亲友送上祝福，或异地的亲友录制视频送上祝福。

### 异地联动

通过技术手段，让远在异地的业主也能通过视频链接观看晚会。也可以邀约远在异地的业主录制中秋祝福VCR，表达团圆祝愿。

# 01 邻里艺术节

## 现场植入亮点策划，共创与业主的感动记忆



### 视频回顾

结合嘉宾发言内容，在致辞前播放小区整体回顾视频。内容需真实感人，以业主视角，阐述小区的变化、感动的故事、共同的经历、历年的活动等。视频需提前发回集团审核。

### 生日祝福

提前梳理晚会当天或前后过生日的业主，为业主准备生日蛋糕、花束等礼物，邀请业主至活动现场，为其度过一个难忘的生日。还可邀约其异地的亲属录制视频送上祝福。

### 异地联动

通过技术手段，让远在异地的业主也能通过视频链接观看晚会。还可以邀约远在异地（尤其是国外）的业主或业主亲友录制中秋祝福VCR，表达祝愿。

## 02 中秋游园会



### 活动要求

---

**活动时间：** 9月7日-17日

**环节设置：** 嘉宾致辞+节目表演+游园游戏+美陈包装

**详细说明：**

- 1、嘉宾致辞：**可邀请业委会代表成员或业主代表致辞，展现物业服务协助小区治理的成果。
- 2、节目表演：**建议1-3个节目为佳，以业主表演为主、外聘节目为辅，作为热场即可。
- 3、游园游戏：**可联动内外部资源，邀请业主参与传统节日游戏，如做月饼、打糍粑、画秋扇、猜灯谜等，增强互动性和趣味性。

## 02 中秋游园会

以中国风为主题，对活动现场进行适当美陈包装



方向1：工作人员着汉服



方向2：邀请业主拍摄国风全家福



方向3：设立国风打卡点

## 03 中秋赏月行

### 看月亮

邀请业主以亲子家庭为单位开展户外露营，进行赏月、看电影等趣味活动；也可以邀请业主们前往航天博物馆探寻人类探月旅程



### 品月亮

邀请业主以亲子家庭为单位开展手工月饼DIY，制作和品尝自己亲手做的月饼，还可以做成礼物进行亲友赠送



### 画月亮

邀请外部专业老师，组织业主以亲子家庭为单位进行团扇DIY，也可以开展以“月亮”为主题的书画教学



## 04 区域活动宣传渠道

### 企业自媒体宣传

#### 大社区公众号：

根据集团整体传播要求，活动前需深度挖掘邻里艺术节参与业主的故事素材；活动后需积极回传相关优质活动图片等材料。

#### 大社区视频号：

聘请专业视频拍摄人员对活动现场进行拍摄，并按统一要求剪辑30秒左右的小视频发布于视频号，积极组织区域全员转评赞。



## 04 区域活动宣传渠道

### 用户社交媒体传播

#### 微信平台：

聘请专业摄影师进行相册云直播，可将云直播链接转发至微信朋友圈、业主群，活动结束后可筛选优质活动图片进行朋友圈九宫格传播。

#### 抖音平台：

现场可邀请知名大V剪辑和发布视频，同时积极号召铁杆业主（或员工按业主视角）发布视频，视频需带“金科物业”、“金科服务”、“邻里艺术节”等关键词。



## 04 区域活动宣传渠道

### 主流媒体及行业协会（集团审核）

#### 主流媒体：

可邀请官方媒体（如当地融媒体中心）至活动现场拍摄，或向官方媒体积极提供活动现场素材，进行以视频为主的传播。

#### 行业协会：

提前拟定地区中秋邻里艺术节通稿，在集团审核无误后，进行行业协会自媒体微信公众号软文推送宣传。温馨提醒需提前与协会沟通好推送时间。



## 05 区域活动素材要求

### 一级区域

建议在**重点城市**（如重庆、武汉、西安、成都、山东、无锡、杭州）**落地邻里艺术节**。

- 1、活动照片：邻里艺术节根据实际场次回传云直播链接及原图；中秋游园会重点场次回传不低于10张精品图片；
- 2、活动视频：重点场次活动视频投稿至**大社区视频号**，原则上不低于1条视频；抖音不低于1条**大V或官媒视频**；
- 3、稿件软文：完成地区**媒体稿件软文推送1条**，内容提前一周发集团审核；
- 4、项目抖音：需完成**不低于项目总数\*80%的抖音正向传播量**，并筛选**3-5条高赞优质抖音**回传集团。

### 二级区域

建议在**重点城市**（如长沙、广西、云南）**落地邻里艺术节或国风中秋游园会**。

- 1、活动照片：根据实际场次回传云直播链接及原图，原则上重点场次回传不低于10张精品图片；
- 2、活动视频：重点场次活动视频投稿至**大社区视频号**，原则上不低于1条视频；抖音可发布1条**大V或官媒视频**；
- 3、稿件软文：完成地区**媒体稿件软文推送1条**，内容提前一周发集团审核；
- 4、项目抖音：需完成**不低于项目总数\*80%的抖音正向传播量**，并筛选**2-3条高赞优质抖音**回传集团。

### 三级区域

根据实际情况落地中秋游园会或中秋赏月行活动。

- 1、活动照片：根据实际活动场次回传5-10张精品图片；
- 2、活动视频：根据活动场次投稿至**大社区视频号**；
- 3、项目抖音：需完成**不低于项目总数\*80%的抖音正向传播量**，并筛选**1-2条高赞优质抖音**

# 06 特别提醒

## 活动赞助

邻里艺术节系列活动冠名权原则上属金科服务独家。若区域公司在策划时引入知名商家合作，合作商广告植入方案需提前由集团市场企划部、多种经营部共同核准。

**JINKE 金科服务**



.....

**THANKS**

谢谢聆听，静待启幕