pico

Total Brand Activation

全方位品牌激活

pico

我们「激活」品牌。

www.pico.com

笔克是誉满全球的全方位品牌激活专家。

我们激活品牌，通过汇聚擅长体验、通讯和科技的专才打造非凡体验。

约
2,200
专才遍全球

全球网络覆盖
36个
主要城市

一个愿景

我们是笔克

体验主导、数码为先的思维及实力日趋重要。在瞬息万变的世代，品牌致力打造体验以蓬勃发展，而有效激活其体验的合作伙伴必不可少；笔克集团是不二之选。

我们汇聚擅长体验、通讯和科技的专才打造非凡个人体验。设计体验的团队善于呈现扣人心弦的内容及参与元素，并集数码原住民之策划实力，善用不同媒体、渠道及装置吸引受众参与其中。笔克集团专心致志为品牌创造以上种种，以及更多别具价值的体验。

pico

pico+ picopro picoPLAY

TBA CREATIVE NETWORK · INFINITY MARKETING TEAM · epicentro

imp · FUTR RETAIL · MARKETING · COMMERCE · GLOBALINK MP EVENTS INTERNATIONAL INC.

SMITH Visual Branding Experience · smith PLUS INTERACTIVE BRANDING EXPERIENCE · WORLD IMAGE

曼谷 | 北京 | 开罗 | 芝加哥 | 科伦坡 | 东莞 | 迪拜 | 黄金海岸 | 广州 | 河内 | 胡志明市 | 香港 | 雅加达 | 晋江 | 吉隆坡 | 伦敦 | 洛杉矶
澳门 | 麦纳麦 | 马尼拉 | 墨尔本 | 米兰 | 纽约 | 珀斯 | 利雅德 | 首尔 | 上海 | 深圳 | 新加坡 | 悉尼 | 台北 | 天津 | 东京 | 西安 | 仰光 | 郑州

我们「赋能」品牌。

我们将您的品牌转化为非凡的体验，专为您的目标受众设计而成。

全方位
品牌激活

品牌效力

03 品牌参与

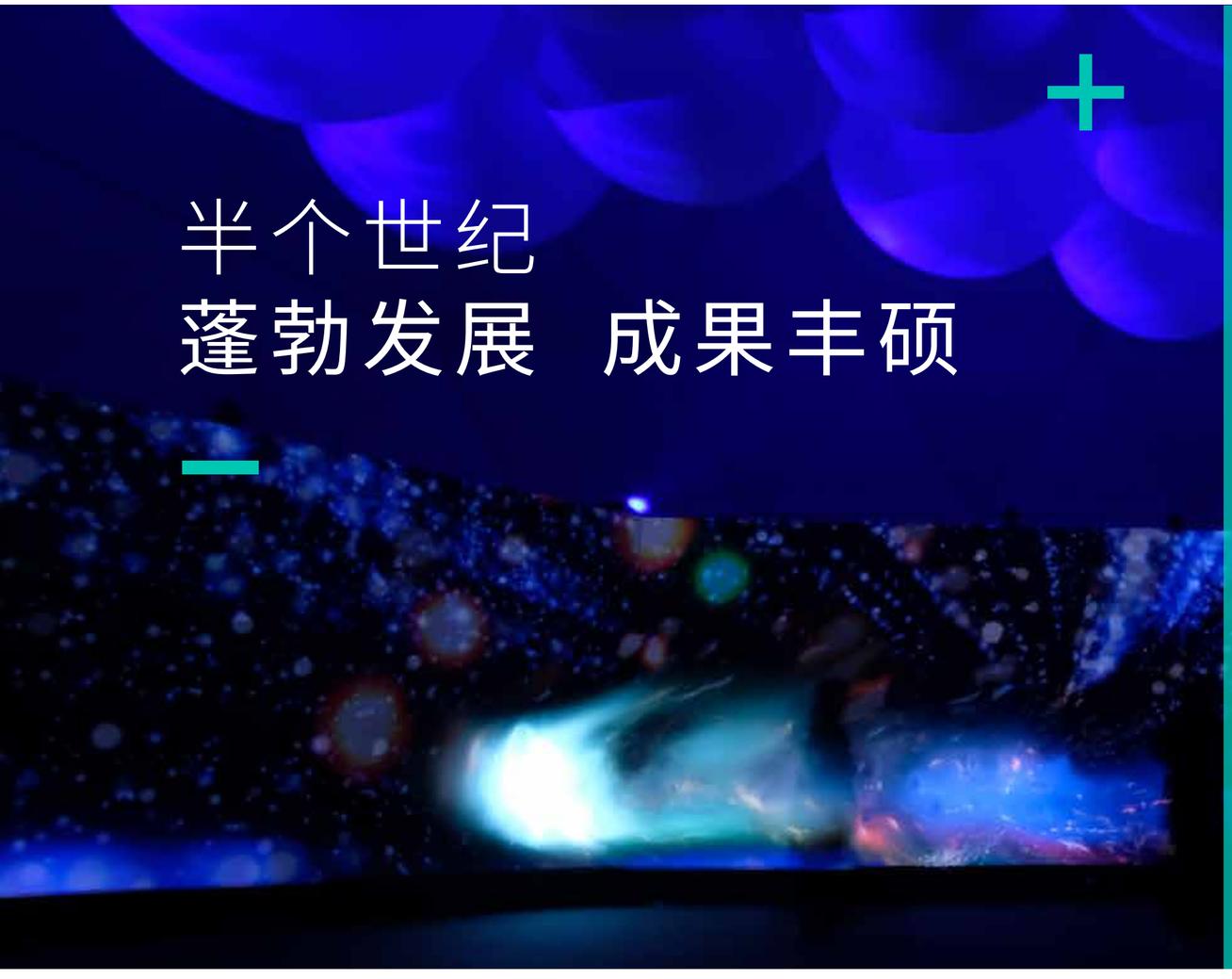
笔克集团的传讯专才为客户量身定制解决方案，诉说引人入胜、印象深刻的品牌故事，从而建立品牌偏好和忠诚度。

02 数码支援

笔克集团的数码团队利用尖端科技制作引人入胜且有效的数码互动，带来洞见，带来愉悦。

01 体验设计

笔克集团才华横溢的设计团队将创意灵感化为沉浸式品牌体验，创造卓越成果。



半个世纪
蓬勃发展 成果丰硕

Event Marketing Awards 2020(香港)
Mercedes-Benz BAM Festival
最佳发布会 | 金奖
最佳商业解决方案 | 铜奖

《**Marketing**》杂志“**2020**年度营销机构大奖”(香港)
活动营销机构 | 金奖

《**advertising+marketing**》杂志“**2020**年度营销机构大奖”(马来西亚)
年度B2B营销机构 | 金奖
年度活动营销机构 | 银奖

《**Marketing**》杂志“**2020**年市场营销活动大奖”(新加坡)
星展银行洞悉亚洲高峰会 2020之虚拟版本
最佳B2B活动：会议／研讨会 | 金奖
最佳托管平台运用 | 银奖
最佳沉浸式体验+最佳虚拟活动(B2B)| 铜奖

《**Special Event**》杂志
2012-2020年度“顶尖项目策划公司五十强”名单(美国)

2019年**InnoESG** 奖(香港)

50
年丰富经验

约
2,200
专才遍布全球

全球网络覆盖
36个
主要城市

生产设施约
100,000 平方米

收益
4.44 亿美元
(于2020年10月31日)

市值
1.79 亿美元
(于2020年10月31日)

笔克远东集团有限公司
香港交易所股票代号
752

Pico (Thailand) Public Company Limited
泰国MAI股票代号
PICO

“新世代的全方位品牌激活以体验主导、数码为先。我们的使命是为未来打造非凡体验，转变既有观念，为客户提供创新有效的解决方案。”

— 笔克远东集团有限公司主席谢松发

1960年代
商业美术

笔克于1969年在新加坡成立，当时命名为Pico Art Studio。

1970年代
展位搭建

于新加坡注册为私人有限公司，承接展位搭建工程。

1980年代
形象塑造

开拓中国、亚洲、欧洲及北美市场。

开展与形象塑造相关的多元化业务，如室内装饰和活动策划。

交付1986年温哥华世博会，成为笔克首个世博会项目。

1990年代
活动营销

开拓越南和中东市场。

笔克远东集团有限公司于1992年在香港联交所上市（股票代号：752）。

2000年代
体验营销

在体育场地临时设施项目方面，曾服务奥运会、许多世界大型体育活动及顶尖经济活动等，巩固我们的国际声誉。

2011
全方位品牌激活

扩大集团服务领域及整合营销：品牌策略、数码和社交媒体、公共关系、体验销及互动科技。

2020后
以体验主导、数码为先

多年来数字转型策略使集团能交付满足未来市场需要的方案。

pico

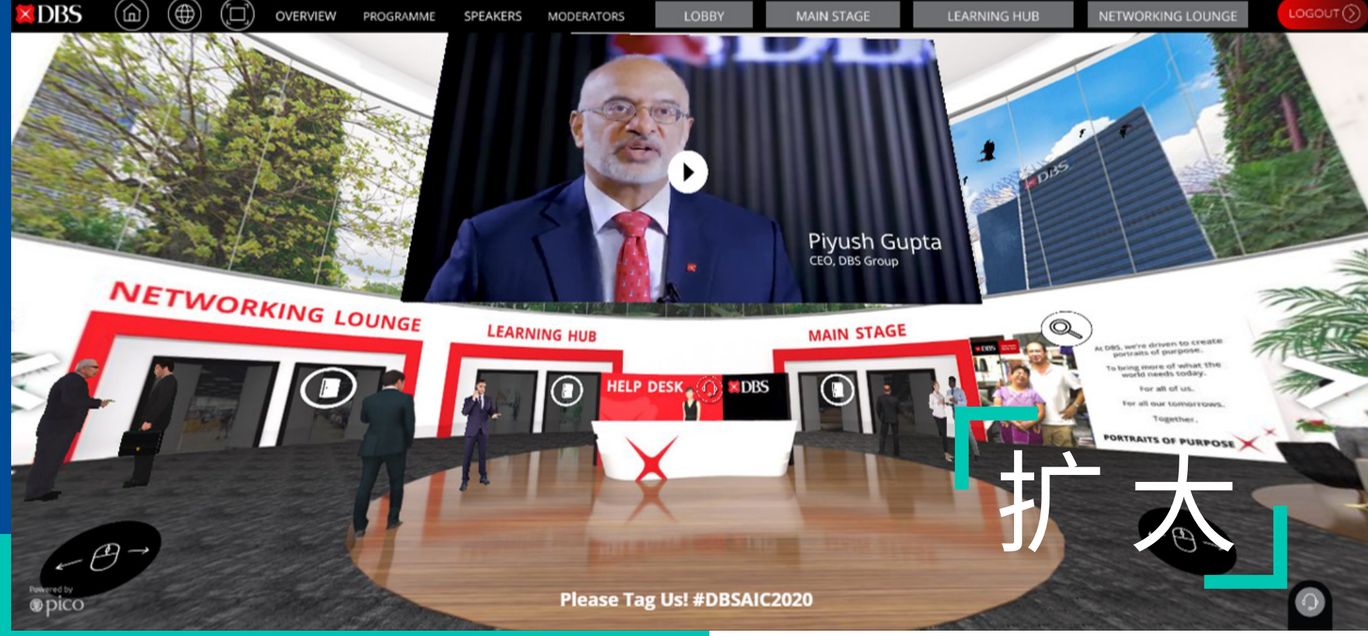
我们「扩大」品牌。

www.pico.com

星展银行洞悉亚洲高峰会

星展银行洞悉亚洲高峰会是星展银行每两年一届的旗舰活动。高峰会汇聚全球思想领袖、高管人员和专家一同讨论当今最迫切的议题，受众为顶层人士，包括高净值资产人士及商业领袖。

星展银行与笔克合作策划虚拟方案，尽可能最大程度地模拟亲身参与高峰会的经验，并向全球受众无缝呈现。



「扩大」

灼见

要打造真正引人入胜的虚拟会议，需要运用团队的节目制作及科技方面的广泛经验。关键宗旨是将该体验发展成具备潜力的长期“新常态”策略一部分，而并非在疫症大流行期间社交聚会限制下的权宜之计。这需要团队充分利用虚拟形式，并突破典型虚拟形式的界限，包括扩大观众和演讲者群、展现更多元化内容，以及将“现场”高峰会延伸，以吸纳更多潜在客户，提升客户的投资回报率。

同样重要的是，星展银行率先成功举办虚拟会议，将被更好地定位为数字领先的思想领袖。

方案

在开发平台及用户界面、管理客户内容以及安排全球直播时，团队凭借其行业洞察力及知识，确保参加者与观众享受一个体贴体验。笔克亦提供技术及后端数据支援与分析，达至活动决策及再营销目的。

访客可进入360度全景的活动大厅“场地”展开虚拟高峰会之旅。在这里，只要简单“点击鼠标”即可到达三个主要空间－主会台、学习中心及交流大厅。一位虚拟助手常驻服务台以回答查询。

在主会台，访客可以观看14个主题演讲直播及小组会议。笔克提供节目制作支援，包括让演讲者、主持人及管理员熟悉流程、以及布景与精选视频制作。

在学习中心，访客可以查看及下载星展银行广泛的独有内容，包括一个展示角，集中介绍星展银行的社会企业举措。通过点击虚拟书架，访客亦可浏览过往会议及对各种各样主题的研究课题。

交流大厅更完美体现沉浸式体验，让嘉宾不受地点的限制，能够像在“面对面”聚会中一样实时开会、交流和进行文字聊天。

成果

来自46个国家的2,331位独立访客和80多家媒体代表参加。

感言

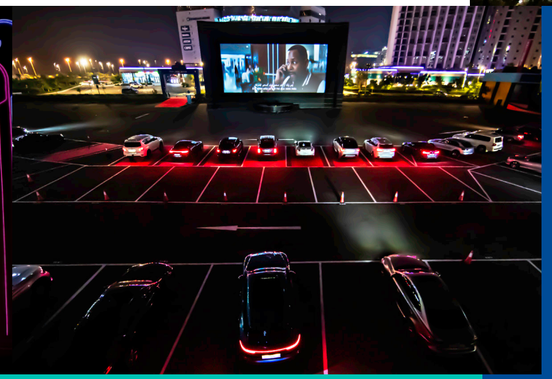
“我们感谢笔克为打造真正的沉浸式虚拟会议所付出的努力。他们展示出其专业精神，包括开发互动式网站及为网站平台提供创意概念，确保会议流畅度，协助我们在首次虚拟会议取得空前成功。”
– 星展银行集团行销与传播执行董事Myrna Poon

巴林湾汽车电影院

在巴林王国，许多企业，尤其是受重创的娱乐产业都发挥创意，以应对COVID-19疫情带来的经济挑战。

当中最为突出的构思是在巴林成立国内首家及唯一的汽车电影院，由笔克及Mukta A2 Cinemas共同打造及营运。电影院位于麦纳麦市中心的巴林湾，占地约15,000平方米。

「吸引」



灼见

汽车电影院的形式在COVID-19疫情下，有潜力成为娱乐行业营运的理想场所，从本质上为目标观众，包括家庭和电影爱好者打造“毋须触碰”的观影体验。

方案

笔克提出汽车电影院的构思，并负责整体设计概念和场地制作。当中亦包括由笔克团队与政府当局联络，以获得必要的批准和许可。

“毋须触碰”交易是电影院的一大特点，所有交易整合在Mukta A2 Cinemas开发的移动应用程式中、毋须接触下进行。门票于网站出售，以每辆车计算，而每辆车最多可容纳四人。每张门票包括的食物和饮料由职员骑三轮车派送到汽车内的观众。进一步的COVID-19安全措施包括安排车辆之间保持足够距离。

这是在巴林前所未有的项目，其中一项主要任务是采购21米 x 9米的电影院银幕。笔克团队不仅从美国供应商购买到这项必需品，而且在美国只有提供线上协助的情况下完成安装。整个场地的布局都经过悉心安排，除了已购票人士外，附近民众都不会看到银幕画面。

电影院的设计具复古感，透过标识、照明、大屏幕和出口拱门，以及各种醒目的彩色建筑等元素体现。每逢周四、五、六，现场皆安排了表演环节以提升电影体验。在电影播放前，音乐家和喜剧演员会在由笔克团队搭建的特设舞台上进行15至20分钟的表演。

成果

- 开幕当天全院满座
- 一个月内出售逾2,200张门票(每张门票供一辆汽车使用)
- 一个月内放映约20部电影
- 80辆汽车出席VIP及媒体发布会

感言

“汽车电影院不仅是一种怀旧想法或复古的观影方式，更加是其中一种最安全的聚会方式。.....我们很高兴与笔克集团合作打造这种独特的共享电影体验，并将人们联系起来。”

– Mukta A2 Cinemas ME首席营运官Akshay Bajaj先生

pico

我们「转化」品牌。

www.pico.com

虚拟夏普(Sharp)经销商大会

「挑战」

消费类电子产品及家电巨头夏普(Sharp)每年都会举办经销商大会，汇聚来自马来西亚和国外的经销商、业务合作伙伴及Sharp管理层，庆祝共同公司成就。

在2020年，与会者皆期待体验一个与往年不同的大会，而活动首次以全虚拟形式举办，标志着“108年的尖端创新”('108 Years of Cutting-edge Innovation')，令人倍感深刻难忘。亮点之一是推出“e-sharp”网店，以及介绍创新先进的产品，为Sharp远端生活科技(Remote Life Technology)等虚拟/远端业务树立新基准。

灼见

大会首次透过虚拟平台將Sharp的经销商和海外管理層联系。为确保与会者投入参与，会上加插赠送礼品和特惠产品等环节，打造沉浸式体验，同时保持高度互动。媒体亦能亲身到场参与面对面的媒体会议，增加媒体曝光率，从而加强推广品牌信息。

方案

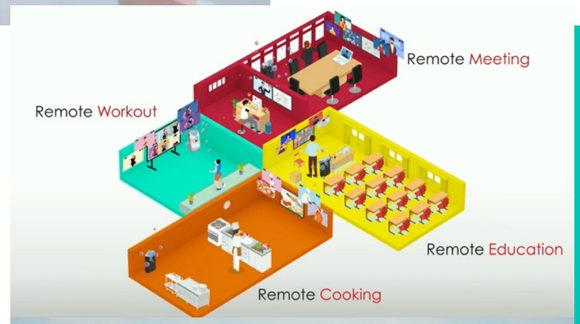
为应对马来西亚在疫症大流行下的社会隔离措施，笔克向Sharp建议以虚拟形式举行活动。团队为活动提供全面技术支援，并构思及设计所有主视觉元素及提供其他服务，包括与供应商合作，按客户所需开发具各种定制化功能的活动网站，以及执行现场直播。

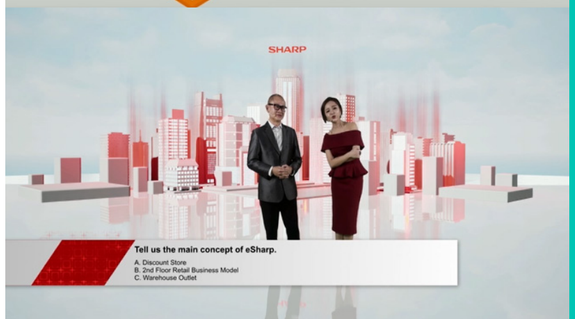
会议项目分为媒体及经销商会议，前者先于早上举行。媒体代表聚集于Sharp吉隆坡总部，与主持人见面及观看虚拟产品发布会，亦是唯一的实体面对面活动。笔克团队为问答环节准备照明及音频设备，并安排与VIP进行混合面对面及虚拟会议。当访客进入会场时，会进行体温检查及消毒双手。而座位亦透过悉心安排，以确保安全社交距离。

而在下午进行的经销商会议，则以全虚拟形式进行。会议视频由笔克设计内容及安排播放流程，主持人及VIP现场演示环节则加插虚拟背景提升效果。团队善用虚拟形式，打造一系列引人注目的效果，包括弹出及漸消的视觉元素，并配以拍手等声效。

大会亦加插幸运抽奖、问答及惊喜礼物的环节，令观众兴致盎然。活动结束后才宣布获奖者，以进一步挽留观众。

为展示线上实时平台作为驱动销售工具的价值，经销商可利用“下单”按钮即时购买活动产品。画面更会实时显示由笔克监管的销售数字，是直播期间引起观众兴趣的另一要素。





成果

- 481名与会者参加会议，出席率达99%，超出客户原本350名与会者的目标
- 来自马来西亚、泰国、越南、新加坡、中国、日本、印尼、菲律宾、澳洲及欧洲的全球受众
- 约50名媒体代表出席Sharp总部的会议
- 实时聊天中有超过10,000条评论
- 短短10分钟的现场销售环节，已录得总值逾4,300,000马币的交易

www.pico.com

京东全球科技探索者大会

京东全球科技探索者大会(JD Discovery)以“数智互联·共塑未来”为主题，于北京隆重召开，大会以线下与线上直播并行形式举行，汇聚国内外跨行业领袖，涵盖科技界、产业界、学术界和投资界，共同探讨产业数智化的趋势、实践方式和未来发展。

灼见

京东集团希望能借双线并行模式举行大会，向更多参加者推广京东集团业务和展现出其技术成果，设置主论坛、六场分论坛和多场线上专题论坛，邀请来自不同领域的嘉宾分享见解，探索如何运用京东的前沿技术作最佳实践。一如以往，大会的视觉效果十分瞩目，让参加者在充满科技感的氛围中交流灼见。

方案

笔克为京东集团打造这场重磅大会，负责线下会议的整体策划、制作和管理线上平台，以及安排拍摄和直播。

本次线下大会的场地要将数字化和智能化透过视觉元素体现出来，最终整个会场以黑色为主调，配搭流畅线条，令现场充满科技感，贴近大会主题，该设计概念亦延伸至大会的线上平台。

团队兼顾大会在线上和线下的流程，确保双线并行一切顺利，除了负责拍摄和安排实时直播主论坛和分论坛的演讲内容，亦包办拍摄、剪辑和发布线上专题论坛。为令线下和线上的观众能同时回顾大会精彩时刻，团队实时更新云相册；而大会结束后一天内，所有演讲内容均已上载至线上平台，供大众回放。

成果

- 线下大会的参加人数达1,432人，吸引1,000人参与互动
- 102家媒体到场，到场率达78%

pico

我们「启动」品牌。

www.pico.com

数码港

数碼娱乐领袖论坛

COVID-19大流行下，线上游戏是少数能够营利的行业之一。为促进香港电竞的进一步发展，汇聚近1,600间初创企业和科技公司的创新数码社群数码港与笔克合作，共同打造数碼娱乐领袖论坛(DELF)。

DELF旨在为行业提供支援，解构游戏行业的价值链，发掘其增长机会、市场驱动力和新营利模式。论坛针对千禧世代及Z世代的电競玩家，围绕主题“数码娱乐新常态：从游戏迈向电竞”展开。

「促进」

灼见

多元化内容、竞赛、互动游戏及奖赏计划有助维持高参与度，鼓励参加者积极投入。

方案

笔克团队为论坛提供虚拟项目管理服务。

为营造身临其境的独特体验，笔克团队构建活动虚拟平台。进入主页后，六角形的虚拟舞台呈现在访客眼前，色彩斑斓的聚光灯及“虚拟”观众等动画效果，为场景营造未来主义及节庆感。行内人士可随时随地到访平台，观看70多位讲者演讲、15场现场竞赛、表演赛、表演、30多个初创展示以及创投比赛等内容。

访客还可在该平台浏览手机及主机游戏品牌、游戏化学习、数码及电竞方案以及XR / VR / AR实境游戏方案等初创展台。访客点击公司展台后，可查阅相关信息、视频及网站。为进一步促进商贸配对过程，访客甚至可与公司代表展开一对一聊天。活动提供100多个小时的内容供访客查阅、聆听及体验。

该度身订做的平台亦支援直播及交流，并设有咨询台方便访客查询及各种小游戏以维持访客参与度。 直播由笔克团队管理，确保所有参加者享受流畅的虚拟体验。

为维持访客的高参与度，笔克与客户合作打造并推出奖赏计划。访客在网站完成不同任务后赢得奖励积分，每天排名前十的玩家可赢取奖品。为切合“游戏化”主题，笔克设计小游戏“ Gear Hunt”，访客点击随机在网站上出现的虚拟电竞装备图标后可获得奖励积分，同时减少他们的网页闲置时间。

为期两天的活动结束后，虚拟平台仍继续开放一个月，让DELF拓展到香港会场以外的地方，扩大活动在全球线上访客之间的影响力。

成果

为期两天的论坛累积来自30个国家或地区的逾600,000次观看次数。

新英菲尼迪QX50品鉴之旅

策展

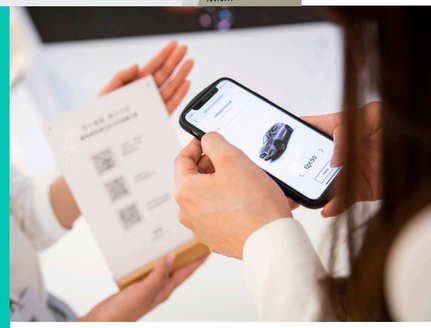
新英菲尼迪QX50品鉴之旅在四个月间穿越中国各大城市包括北京、广州、沈阳和深圳等，进行多场路演展示，当中包含多重互动，让潜在客户亲身感受新英菲尼迪QX50的颜值与才华。笔克全案策划其中十二站体验。

灼见

线下路演展示解决消费者对实际体验的需求，让他们感知品牌的温度及细节，对新车和品牌宣传起重要作用。路演展示瞄准热门商圈，接触一家大小和具备高消费能力的潜在客户。

方案

团队在热门地点打造开放式展区，展示新车型的流畅线条，成功吸引行人注目，加上各种互动和体验，例如快闪舞表演、抓娃娃机、PAC-MAN竞技互动游戏和送赠精美礼品，让潜在客户驻足观赏，进一步了解品牌和新车的信息。



成果

十二站的观展人超过300,000。

通用电气中国

第三届中国国际进口博览会

第三届中国国际进口博览会(进博会)于国家会展中心(上海)举行。进博会是全球首个以进口为主题的国家级展会，笔克很荣幸能为来自不同界别的参展商提供服务。而通用电气中国(GE中国)更连续第三年委托笔克助力参展进博会，激活品牌。

今年，GE中国首次与GE医疗实现双展台联动，以“开创工业之未来”为主题，透过现场展示及云上互动环节，双线展示在航空、能源、医疗和工业数字化等关键领域的创新科技及解决方案。

「交付」

灼见

一如既往，GE中国向与会者展现一系列最新产品；而在本届特殊时期的进博会上，作为GE核心业务之一，GE医疗携多款集全球创新智慧的高精尖医疗技术、新冠疫情防控利器及数字医疗解决方案，亮相进博会医疗器械及医药保健馆“公共卫生防疫专区”。

GE中国已三度参展，为一新耳目，笔克团队运用AR等科技呈现GE最新成果，为GE中国同场打造沉浸式的观展体验。

方案

笔克为GE双展台提供一站式服务，包括从初期的创意思路及展台布局的规划，到整体设计的实施落地、施工制作搭建，以及现场展台运营及活动运营等。

展台亮点之一是在GE医疗的展台上运用AR扩增现实科技作演示互动。GE医疗中国为解决医患零接触的问题，在疫情期间推出诺亚方舱解决方案，其后诺亚方舱变为“诺亚”发热门诊解决方案，升级硬件并优化和完善配套设施，演变为常态化公共卫生防疫的解决方案。展台为了更生动展示这项名为“诺亚一号”的最新成果，运用AR技术，通过摄像头捕捉的观众站在CT影像检查设备的现场画面，再运用AR效果在大屏幕上加上蓝线形成一个“方舱”，并加上GE商标及其他相关讯息，向现场观众呈现将来的一体化方舱CT检查室。

而程序开发、场景设计、动效设计及硬件设备等皆由笔克所负责。另一方面，以上内容都实时展示在另一展馆的GE集团展台的无边拼接屏上，起了相互引流的作用。除此之外，无边拼接屏亦展示公共卫生防疫方案及智慧医院方案，资讯性丰富。

对GE医疗而言，进博会则是其新品首发的舞台，会上进行新品人工智能APEX CT及“妙如”(Mural)虚拟临床指挥中心的发布仪式，由笔克负责启动视频创意及制作、仪式现场运营管理。在进博会期间，GE医疗亦与国内几十家企业机构完成电子签约，团队为签约仪式提供活动创意与管理、视觉内容设计及直播管理等。

成果

六天展期内：

- 交易团签约逾30场
- 打卡GE双展台的访客达50,000+
- 主流媒体报导：50+篇
- 云端逛GE展台：
  - 直播观看人数：260,000+
  - 点赞：22,000+
- 10+篇互动内容：阅读参与量达50,000+

感言

“GE中国虽然三度参展，却是首次与GE医疗实现双展台联动，故期望于各方面既尽善尽美之余，亦致力为与会者带来崭新体验。在过去三年，透过笔克一直的支持，GE参与进博会已成为GE中国的一大亮点。今年是尤其特殊的一届展会，但团队面临疫症大流行及充满挑战的环境，仍可确保以最高质素交付每项成果，不单并令GE展台顺利运行，更打造引人入胜的观展体验。我们希望在将来与笔克有更多的合作。”

- Michelle Li, GE China Communications

pico

我们「激活」品牌。

www.pico.com

pico

我们是笔克。

www.pico.com

pico

Total Brand Activation

activate@pico.com
www.pico.com

版权© 2021笔克环球服务有限公司（笔克集团旗下公司）。版权所有，保留一切权利。任何人士未获笔克环球服务有限公司的同意，均不得以任何形式或任何方法、图像、电子或机械，包括及不限于复印、记录、录制或资料储存及检索，来复制其内容的任何部分。本刊物如有任何未经授权使用，将导致即时的法律行动。

免责声明:本刊物显示的照片是由笔克或我们直接/间接的客户委托摄影师拍摄。我们已经采用了谨慎的审慎措施，目的是让选配只显示与笔克工作范围相关的部分，并不代表在照片中呈现的所有元素都与笔克相关。

032021