

碧桂园-露宿山野，延伸家的半径

- ◆ **品牌名称:** 碧桂园
- ◆ **所属行业:** 建筑与房地产类
- ◆ **执行时间:** 2022.10.01-11.01
- ◆ **参选类别:** 效果类-品牌传播

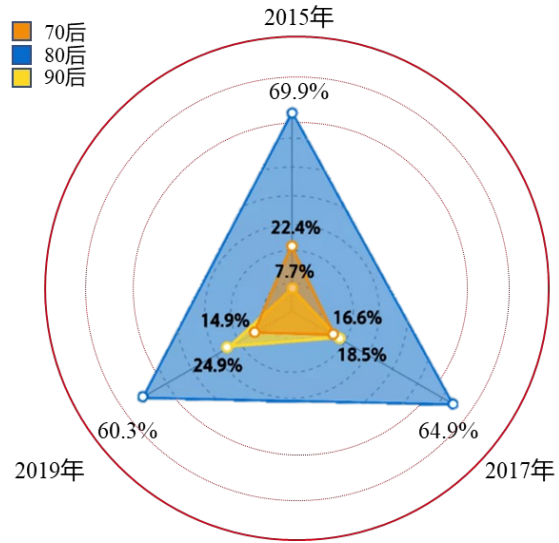
行业背景：金九银十楼市经济再迎旺季，21年“金九银十”房地产销售相关行业上半年共注册**266696**家，同比增长**175.4%**；借行业需求将“家半径延伸”概念与出行旅游深入结合，利用需求打造声量、影响力，进而沉淀内容与潜客信息；

2021 “金九银十”来临 楼市经济再迎旺季



人群背景：购房人群更加**年轻化**，社区配套更加智能化，房屋装修更加**个性化**，房产品牌、购房需求与购房人群正趋于年轻化方向发展；

90后已逐步成为主力购房群体



年轻群体买房更加注重个性化、品牌、地理位置与便捷性



社会背景： 疫情之下社会人群旅游欲望的增强，尤其**周边游、亲子游、露营**逆势增长，**城市压力与防控**的影响，**想要走出去，延伸家的半径；**

亲子游产品及亲子房订单量

同比2021增长 **90%** 同比2021年增长 **117%**

22年上半年携程平台亲子游产品同比增长90%，亲子房订单量同比增长117%

“六一”本地周边游订单量

同比2021增长 **142%**

22年上半年六一本地周边游订单量同比21年增长142%

景区遛娃门票量

同比2021增长 **2.8倍**

22年上半年景区遛娃门票量同比21年增长2.8倍

露营订单量

同比2021增长 **163%**

22年1-5月露营订单量订单量同比21年增长163%

合作目标

利用平台内容创作和电商能力，形成品牌认知潜移默化的加深，对消费形成有效引导，
最终实现效果转化。

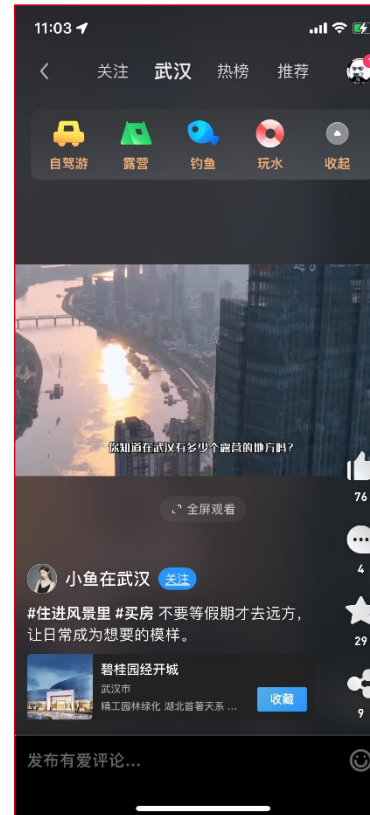
结合用户侧的诉求与资源，以内容创作为基础，实现碧桂园与UC到店的内容共建



形成有用户价值的商业信息

结合用户端诉求与商业诉求，制作有用户价值的商业信息

5城市15位达人，涉及8个放长项目，共计输出有效视频内容，40条。
原定计划拍摄30条，内容完成度和质量都达到预期标准。



5大城市覆盖
广州、佛山、重庆、西安、武汉

15位行业达人联手

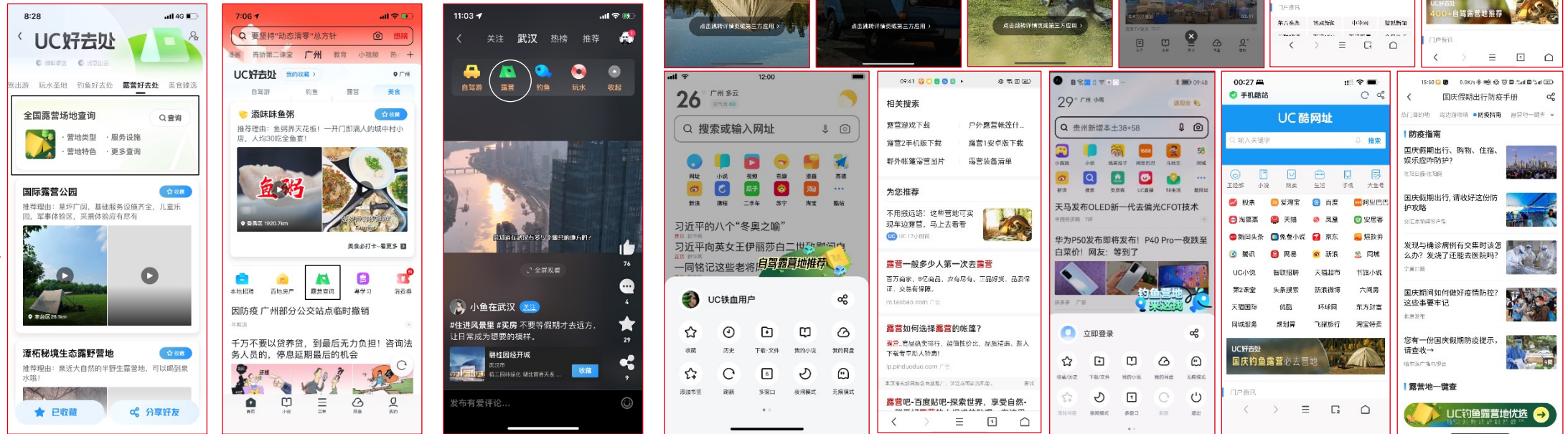
8大房产项目推进

40条有效视频内容

借势国庆之前露营需求的增长

整体下发量超过**6000万**

主端传播资源汇总



本地频道
固定入口



从内容到商品详情到电话咨询全链路的打通

合一页播放

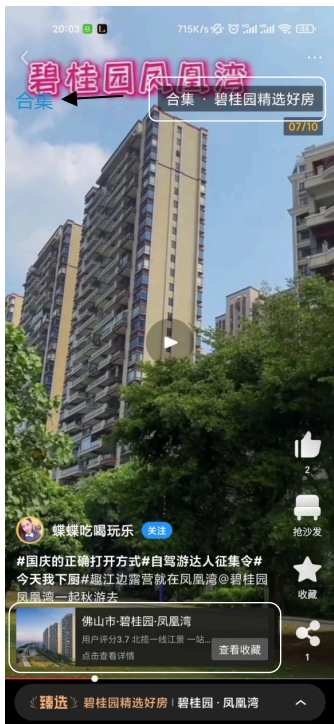
合一页播放

信息流播放

POI页面



POI大卡样式



POI小卡样式



POI小卡样式

咨询

合集



相关视频



相关视频



相关视频

共计38条内容沉淀在15个大鱼达人的私欲流量中



专题下发资源汇总，整体下发量超过 **6000万**，
超过预估量级2000万。

5大城市覆盖

广州、佛山、重庆、西安、武汉

15位行业达人联手

8大房产项目推进

40条有效视频内容

