

# 云购岭南花助农贺新年

- ◆ **品牌名称**：广东省农业农村厅
- ◆ **所属行业**：政府部门
- ◆ **执行时间**：2021.01.01-02.09
- ◆ **参选类别**：公益营销类

# 背景诠释

## 【 传承千年花市习俗突临停办危机 】

**千年花市习俗：**除夕在花城，重临盛会新。四时花似锦，万众面皆春。“大年三十行花街”，是广府地区相沿已久的风俗。春节前逛花市，买鲜花金桔，买风车，祈求新的一年花好月圆时来运转，成为最富有特色的老广过年的传统节目。迎春花市是广东省省级非物质文化遗产之一，在广府地区甚至有“千年花市耀羊城”的说法，花市可以说是浓缩了千年岭南文化。

**突临停办危机：**2021年春节，出于防控疫情考虑，广东各地出台政策，多个城市花市要求取消或简化。面对全省迎春花市受限的局面，许多批发商采取保守策略，观望情绪弥漫，导致不少的花农、花卉基地出现了滞销的情况，如果在春节期间不能售卖出去，大部分花农将面临严重亏损的困境。

但是，“逛花市购年花”的习俗还在，线下渠道受限，“云上花市”成了帮助花农售花的重要选择方式，我们希望通过发挥抖音等平台的独特优势、聚集优势资源

打造“岭南云上花市”，助力花农卖好花，过好年。

## 项目目标

打造 “岭南云上花市”，助力花农卖好花，过好年

- 1、**携手共度滞销困境**：助力花农通过抖音等渠道进行售花卖花，帮助花农度过滞销困境
- 2、**打造岭南花市品牌**：助力广东“迎春花市”文化品牌走向全国，焕发非遗文化新活力
- 3、**构筑品牌公益形象**：通过项目的过程打造，使用整合营销手段，来构筑品牌公益形象

## 面临挑战

云上花市，不仅仅是把花市放在“云上”那么简单

- 1、**花农及种植区域分散**：各地花卉基地、花农种植区域分散、品种不一，很难进行统一的宣传
- 2、**缺乏线上营销的知识**：许多花农习惯传统售卖方式，缺乏线上售卖知识，较少接触电商卖货
- 3、**不具备电商带货能力**：许多花农不具备视频拍摄创作、直播带货技术和经验，学习成本较高

## 人群洞察

### 线下花市取消的是传统的交易场景

- 1、一城一“花市”**：广东各地传统的花市虽然众多，但各地也形成了自己的花市品牌，例如广州市“迎春花市”、佛山市“陈村花会”、韶关市“翁源兰乡”等众多花市品牌。
- 2、市区高度重视**：在疫情防控的特殊情况下，虽然多地取消了花市活动，但是政府也出台了相应的许多帮扶政策，重点发力线上营销带货方式，各地配合意愿度高。
- 3、年花需求强势**：虽然花市取消，传统年花供给渠道受限，但是“逛花市过大年”的传统习俗还在，广府地区人民对购年花需求依旧强势，只是缺少方便快捷的购买方式。

## 核心策略

### 既要助农售卖，也要打造活动IP

- 1、汇聚岭南云上花市**：云上花市突破了传统的固定交易场景，打破时间、空间的限制，可以最大程度把省内各地知名的花市品牌进行聚合，以“岭南云上花市”作为主会场，再开设各地区的云上花市分会场，实现一个项目可帮助多地传播。
- 2、一带多营销新模式**：针对许多花农不具备线上带货知识，不具备抖音营销经验。因此在各地寻找有短视频带货、直播带货能力的花企和达人，帮扶花农售卖年花，显得非常重要，同时也帮助花农自主掌握线上营销闭环，打造长期售货能力。
- 3、整合全网营销资源**：整合平台优势，除了为花企花农给予流量帮扶外，合作本地影响力达人进行短视频宣传、直播带货，合作全网多个权威媒体进行深度报道；并且结合线下渠道展开广泛传播，设置打开点、快闪花店等方式打造活动ip。

## 四大亮点打造社会公益新玩法，构筑“云购岭南花”新IP

【依托千年花市品牌，以抖音、今日头条双端为营销平台，整合各种线上及线下资源，落地各种创新玩法，通过助农讲座、短视频宣传、直播带货、快闪店、打卡点、跨界合作等多样化玩法，建立“云购岭南花”项目全新IP】

价值  
碰撞 ①

短视频时代  
社会公益营  
销玩法新  
碰撞

创新  
整合 ②

丰富的  
互动内容  
打造线上  
线下创新  
整合

热门  
话题 ③

海量流  
量及宣  
推策略  
组合打  
造热门  
话题

长效  
结合 ④

立体式  
助农实  
现短期  
与长期  
效果相  
结合





## 重磅 开启

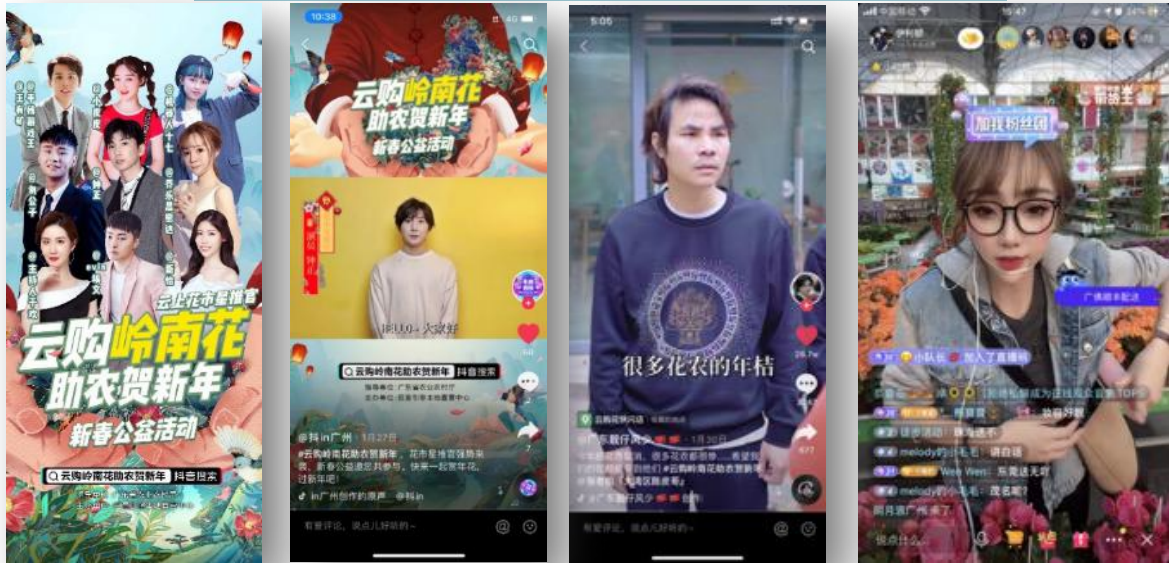
## 多位千万级达人助阵，开启“岭南花市”主会场+六地分会场

【打造“云购岭南花”云上花市，开设“一个主会场”+“六地分会场”，邀约艺人钟正，以及22位抖音千万级、百万级别抖音达人作为“花市星推官”，通过ID视频、创意海报、短视频、直播等方式，造势聚能，正式开启“岭南花市”】

### 抖音达人化身“花市星推官”，齐齐助阵

### 主会场+分会场模式，打响各市优势年花品牌

花市星推官



合作星推官宣传片: <https://v.douyin.com/dMq7xBj/>

星推官混剪宣传片: <https://v.douyin.com/dMb28nd/>



全民参与

## 双阵地汇聚图文、短视频、直播，打造热点话题全民参与

【抖音端发起话题挑战赛，以创意视频+达人背书视频，邀约全民视频拍摄；今日头条端发起热门话题探讨、互动抽奖等方式，邀约全民图文创作。  
 两端作为营销主阵地，共同发力，构建“云购岭南花”云上花市热门话题。】

### 抖音、今日头条双话题阵地，构筑营销大本营

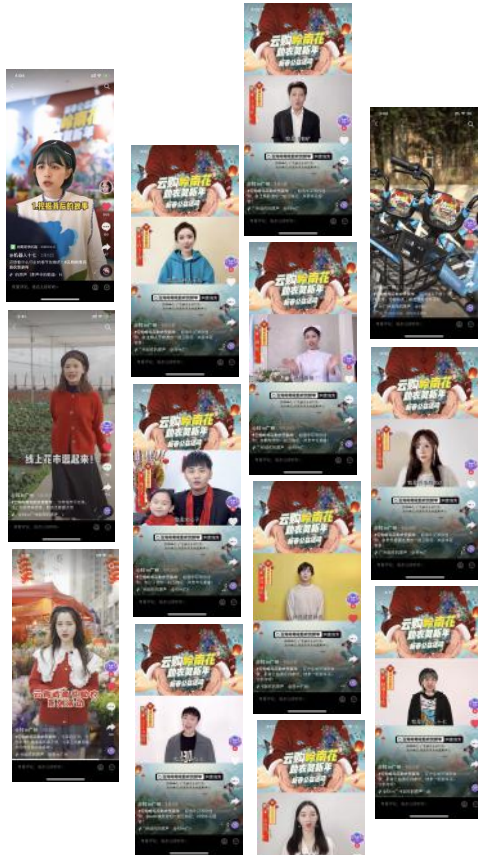


抖音话题



今日头条话题

“云购岭南花”品牌宣传片



艺人达人齐站阵

宣传报道共邀参与



多元互动抽奖等玩法

图文  
视频  
直播  
方式  
共筑  
2亿  
曝光  
项目



线下  
引燃

## 投放丰富户外宣传渠道，线下场景吸引用户互动

【珠江新城CBD、北京路、哈啰出行等户外及品牌渠道宣传

设置线下打卡点，跨界活动等花样宣传，打造线下热议事件，反哺“云购岭南花”云上花市】

省会广州CBD、核心商圈等户外密集覆盖

商圈打卡点、品牌跨界等花样宣传



珠江新城户外大屏多位点密集覆盖



北京  
商圈  
线下  
打卡



品牌联合全城线下覆盖宣传



快闪  
创新

## 多元渠道覆盖，线上+线下快闪店打造抖音热榜

【联合广州核心商场打造“云购岭南花”线下公益快闪店，帮助偏远地区花农直接在市区进行陈列及售卖，创新推出抖音线上快闪店，邀约高粉达人参与宣传，打通线上线下一体快闪新玩法】

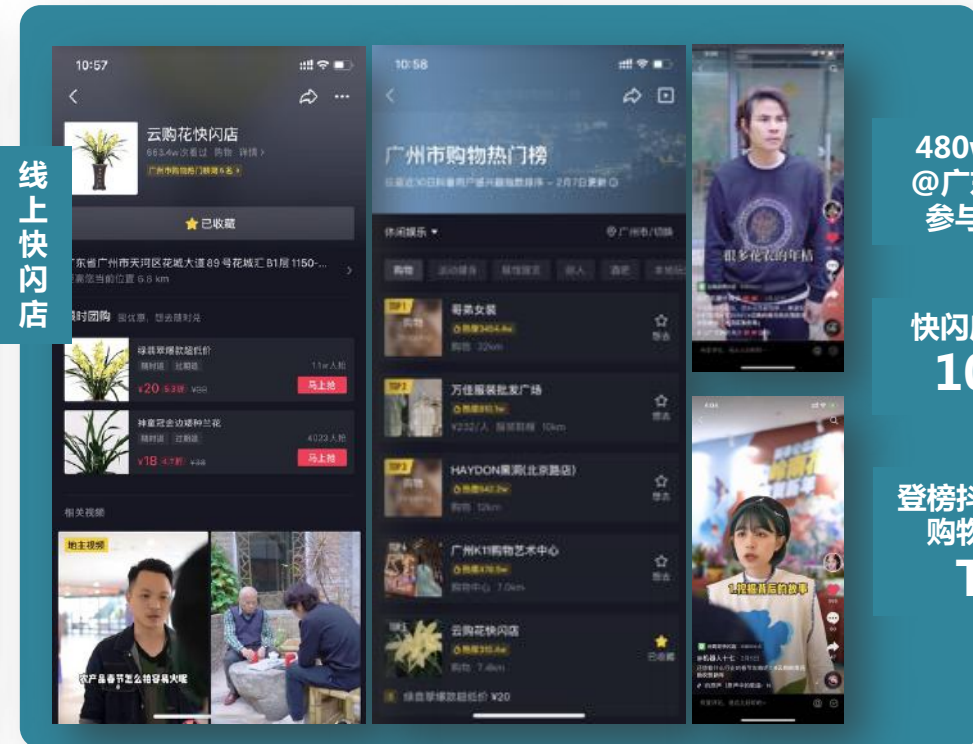
### 花城汇购物中心·线下快闪店



线下快闪店

快闪店一推出即  
成功交易**132单**

### 抖音·云快闪店



线上快闪店

480w高粉达人  
@广东靓仔凤少  
参与快闪宣传

快闪店曝光量近  
**1000w**

登榜抖音“广州市  
购物热门榜”  
**Top5**

## 开展知识赋能以及流量帮扶，助力花农花企线上营销闭环

【深入开展短视频系列培训，进行花农和花企短视频、直播培训赋能课程，帮助花农和花企构建自播开播能力，同时给予参与单位一定流量扶持，免费抖音企业账号认证等，助力抖音账号快速成长】

线上直播、线下讲座，培训赋能100+花农、花企

抖音端流量助推扶持，助力花农、花企自播开播

线上课程



《短视频营销课程》巡回讲座  
同时帮助花企免费抖音企业账号认证



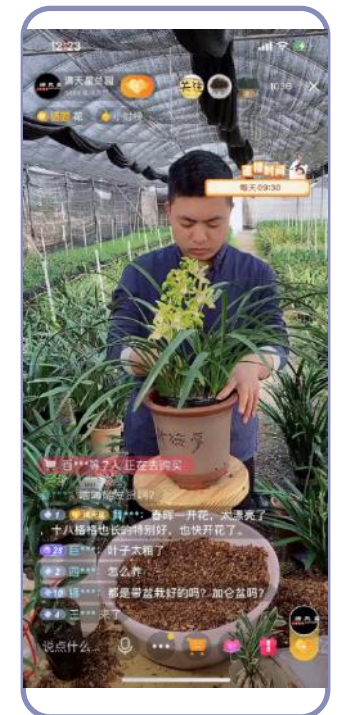
抖音视频开屏广告



抖音推荐信息流



抖音竞价信息流



Dou+ 投放视频/直播间

<https://v.douyin.com/dMqcuQt/>

<https://v.douyin.com/dMqvJYa/>



地方特色

## 六市联动开展分会场活动，结合地方特色落地助农新玩法

【广州市、佛山市、惠州市、珠海市、韶关市、东莞市农业局等单位纷纷参与活动，结合当地特色，开展城市电视台直播、本土达人合作宣传、餐饮商户联动、免费自提点等特色玩法】

### 线下启动仪式



### 本土达人开播、电视台开播



### 线下餐饮商户宣传、自提点合作等





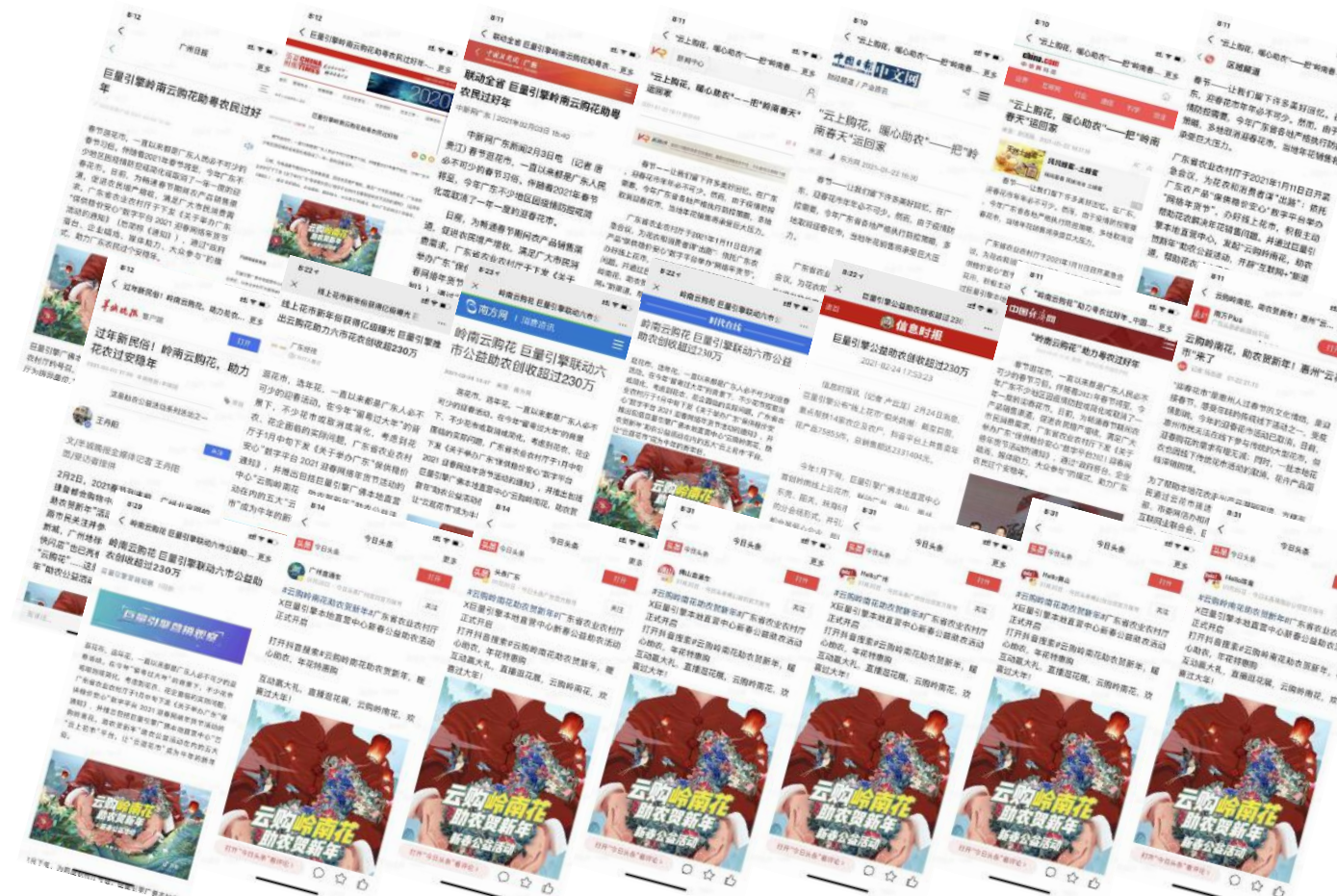
## 国家、地方权威媒体及自媒体纷纷参与宣传报道

【社会价值凸显，引来多家权威媒体，以及多家自媒体进行报道和转载  
二次助推“云购岭南花”在全国范围内进行引爆，扩大影响力】

### 多家权威媒体参与报道

二次报道

### 央视新闻近2分钟专题报道



【央视新闻、经济日报、南方日报、信息时报、公益时报、南方日报等权威媒体及自媒体报道70+篇，地级市媒体报道40+篇】

## “云购岭南花，助农贺新年” 一场助农且有品牌效力的公益活动

### 岭南花市 品牌打造



1个“岭南花市”主会场  
联合6座城分会场  
超100家媒体报道宣传

### IP亿万级 传播声量

整体曝光量突破2亿+

	7540万曝光 10万+讨论
	5799万曝光 500+视频
	7000万+曝光 100+篇报道

### 携手共度 滞销困境

累计直播场次  
272场

累计直播售卖商品数  
75,855件

累计直播销售额  
2,331,404元

### 构筑品牌 公益形象

重点帮扶花农和花企  
98家

超过100+  
花企花农通过课程收益

数万人  
深度参与（交易）

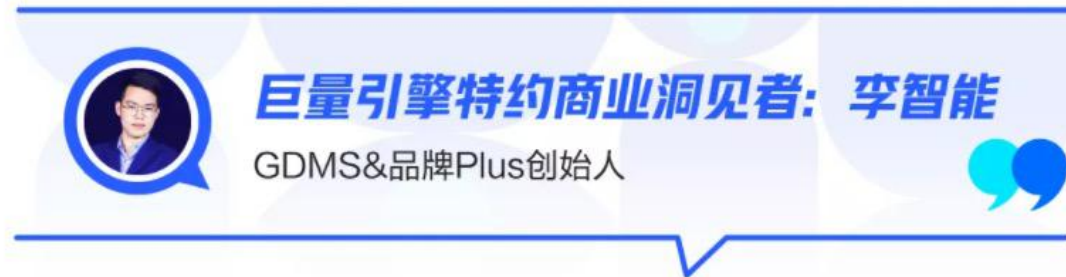


## 用户、专家、企业对活动的效果反馈 (部分)

### 用户点评



### 专家点评



新时代，人们汲取资讯的场景向互联网迁移。广东省农业农村厅之所以将巨量引擎作为公益活动的孵化场，一是看中了平台巨大流量，二是抖音、今日头条可担任图文、视频、直播等营销活动和传播内容的综合载体，成为汇聚丰富信息的“大会场”。配合巨量引擎多元营销策略与创意推广玩法，有效提升公益活动受关注度，也促使整个营销链路完善起来，成功帮助花农把花卖出去，同时考虑到花农对线上运营的掌握程度，给予相应的培训授之以渔，这一切让“云上花市”成为新时代极为优秀的助农公益案例。

新时代极为优秀的助农公益案例！

### 感谢信



感谢贵司做出贡献

### 花农反馈

上次您过来以后，兰花在抖音的销售好了很多，现在他们早上6点就开始宣传推介

最多的时候在线有两三万人

兰花的销量好了很多

最多的时候在线有两三万人