

天府好耍节

- ◆ **品牌名称**：四川多个文旅品牌
- ◆ **所属行业**：文旅
- ◆ **执行时间**：2021.06.15-08.30
- ◆ **参选类别**：区域特色品牌营销类

结案视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://bytedance.feishu.cn/file/boxcnaIBu3LcBzcoFIfX0mhVN6b>

或扫码看视频



把握夏日出游节点 “耍出” 文旅营销四目标

新机遇

紧握文旅暑期旺季营销机遇，聚合客户节点需求，拓展四川文旅新品牌；

新场景

挖掘更多符合Z世代偏好的四川文旅网红目的地和玩乐场景；

新消费

拉动文旅消费增长，加速线上传播带来的拔草闭环建设和创新转化；

新业态

从Z世代的消费心理出发，找到差异化营销出圈新思路，拓宽文旅新业态。

洞悉Z世代好耍风向：为热爱和体验乐趣买单

2020年，95后在手办、乐高、JK制服、盲盒的成交额
增长比全体用户增长分别高出
618%、375%、300%、235%。

资料来源：京东大数据研究院



把握Z世代对文旅机票盲盒和文旅文创的兴趣趋势，
以**“盲盒”**为玩点，以**IP形象**为记忆点，
提升受众代入感和沉浸体验感。

文旅潮玩新场景造节IP营销

一套“耍法”将“盲盒”概念玩透，整合资源“耍出”内容创意。

品牌权益创新，挖掘有趣多元的场景营销新玩法

造场景

抽盲盒

好耍IP形象

虚拟抽盒机

耍场景

拆盲盒

文创盲盒

视频拆盒

聚场景

查好耍

好耍地图

好耍卡片

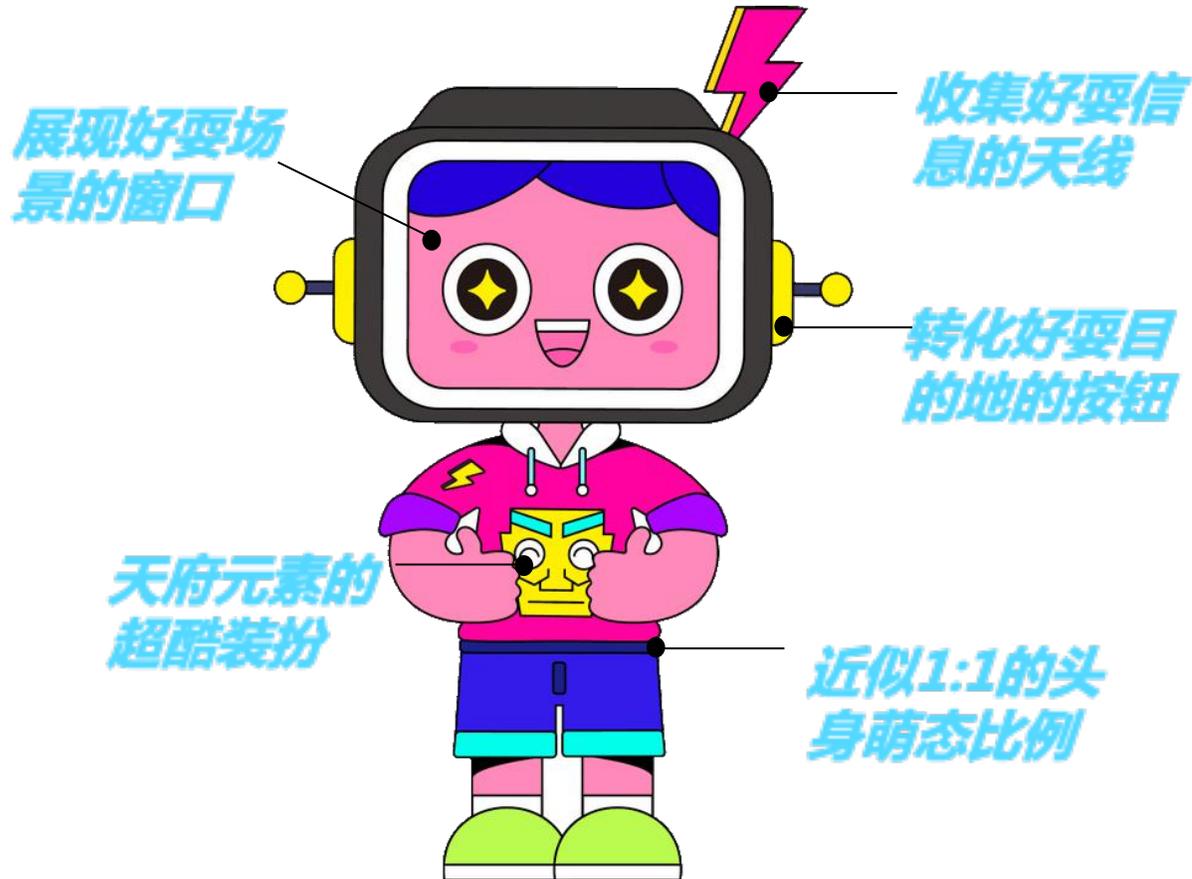
燥场景

享好耍

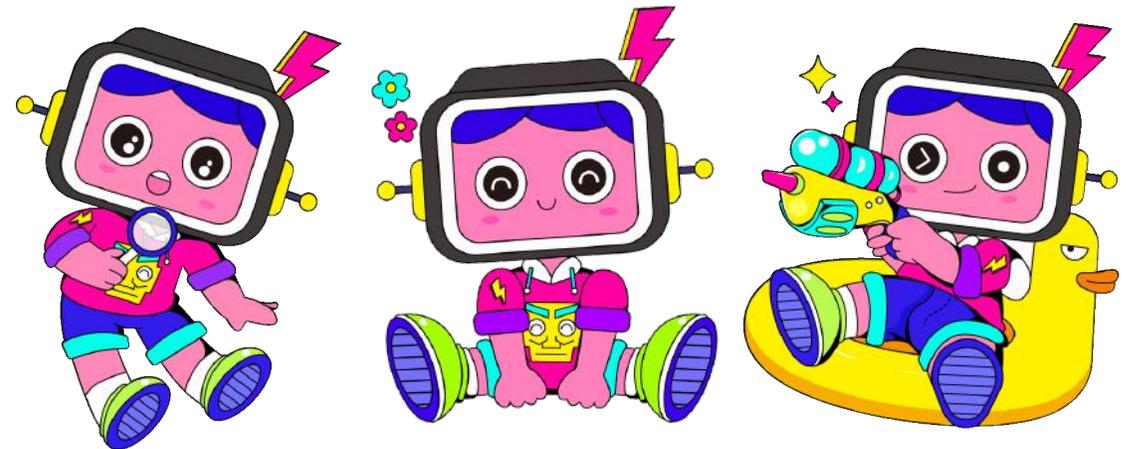
达人推盒

打卡好耍

构建萌趣场景 孵化IP形象 “耍耍”



憨态可掬的童真表情
撞色穿搭的“潮人”原型
四川人的乐观好耍性格
一个天府旅行达人“耍耍”



突破时空限制的沉浸抽盒体验

线上虚拟抽盒机：每天每人15次抽奖机会，增加页面停留时长和线上互动体验。



耍场景

实体拆盒和虚拟拆盒 带来不同场景的惊喜体验

抖音微动视频拆盒

头条信息流拆盒

“耍耍”冰箱贴、“耍耍”贴纸、
好耍地图、好耍卡、优惠票券



四大场景锁定年轻出游群体 按图索骥发现好耍目的地

高校场景：社群资源联动

异业场景：京东物流高校点位覆盖

文创场景：文创工厂、跨界市集

出游场景：落地15+景区/商圈

实体好耍地图

线上好耍地图



好耍推荐官：达人圈层发酵

燥场景

达人推荐 惊喜拆盒 辐射文旅粉丝圈层 好耍优惠一卡通 好耍福利大放送

好耍卡：客户优惠信息聚合

好耍日历：头条福利放送



从创造好内容和构建品牌场景出发 完成资源吸附



Step 1 目标同频

统一团队价值与项目价值，找到每位项目参与者的“好耍梦想”；

Step 2 IP孵化

统一项目具像化的线索元素“耍耍”，在传播的各个环节中进行适配和延展；

Step 3 权益创新

挖掘有趣多元的品牌植入和宣发，改变单一的广告曝光为“盲盒”互动的沉浸体验；

Step 4 资源吸附

直击Z世代的活跃场景，高校、景区、市集商圈等资源层层圈定。

文旅潮玩新场景造节IP营销

从文旅场景更新到消费转化：

项目覆盖文旅垂直、到综、餐饮客户**23**家，其中开拓四川文旅网红新场景**16**家，整体实现本地文旅转化GMV**239w+**；

从内容曝光到互动参与：

头条话题曝光量超**10亿+**，互动参与3.7万+，高频次高密度的微头条抽奖曝光超73w+，线上盲盒场景落地页平均停留时长超**30s**，抽盒机点击率高达**28%**，线上盲盒抽取超**1.28w**个；

从IP孵化到影响力发酵：

借势1个大流量IP（敦煌百景市集），落地15+文旅景区/市集，发放限量款实体盲盒**1600**余个。

