长隆五一深耕抖音实现品销效再攀升

- **品牌名称：**长隆
- **所属行业：**文旅行业
- **执行时间：**2023.04.06-05.30
- **参选类别：**区域特色品牌营销类

背景：黄金假期回归，长隆如何顺势而行赋能园区线下社交是本次的重要课题。

出游高峰

五一黄金假期节点

2023年清明节预计国内旅游收入65.2亿元，较去年增长29.1%。

五一是春节后首个小长假，生意增长机遇向好。

明星园区

水上乐园重磅开园

水上乐园，是长隆度假区夏季重要的生意场，迫切需要热度引爆。

明星园区开园回归，需要快速出圈造认知。

线下社交

长隆重视线下社交玩法

线上社交玩法多元，但如何导流线下实地游玩“拔草”需要衔接口打通转化路径。

沉浸式体验聚拢线下流量，增加用户园区停留时间。

数据来源：网络公开数据

目标：**借势黄金假期消费高点，长隆以品销效立体化营销拉高入园转化。**

借势五一黄金周节点及夏季玩水旺季，

以“品销效”立体式营销让用户化心动为行动

赋能长隆将流量变“留量”实现黄金客流转化

洞察：立足抖音生活服务IP和品销效全域营销优势，把握攻略TA的突破口。

抖音“心动五一”IP为品牌主打造O2O社交流量闭环

拉通线上线下社交场景，切入新的流量场域

商家入驻造线上虚拟市集

联动商家社交体验反哺

40天超级大促，平台流量倾斜自带火爆体质

- 300亿+ 总曝光
- 20+ 热搜预定
- 100+ 红人站台
- 50万+ 商家参与

抖音成为品销效三位一体的品牌全域营销主阵地

借助抖音三大角度的资源组合为品牌带来价值增量——

抖音平台IP

品 效 销

搜索品专/全民任务

达人探店/直播/团购

数据来源：网络公开数据

策略

内容强擎 生意增长

深入国民级娱乐短视频社区抖音，联动生活服务IP心动五一，从声量铺垫到场景体验，多维营造节点出游氛围并以内容趣味共创全程贯穿唤醒消费心智，打破社交流量边界实现长隆品销效全面提升。

品 IP + 达人

内容经营激声量

销 硬广+品专+热点话题

流量经营广触达

效 直播达人+团购达人

交易经营促转化

Top Mobile Awards

媒介&执行

品：深度合作《心动五一》IP，高效撬动平台流量为导流入园注入动能。

撬动IP多个热点资源入口

引爆长隆园区五一关注热度

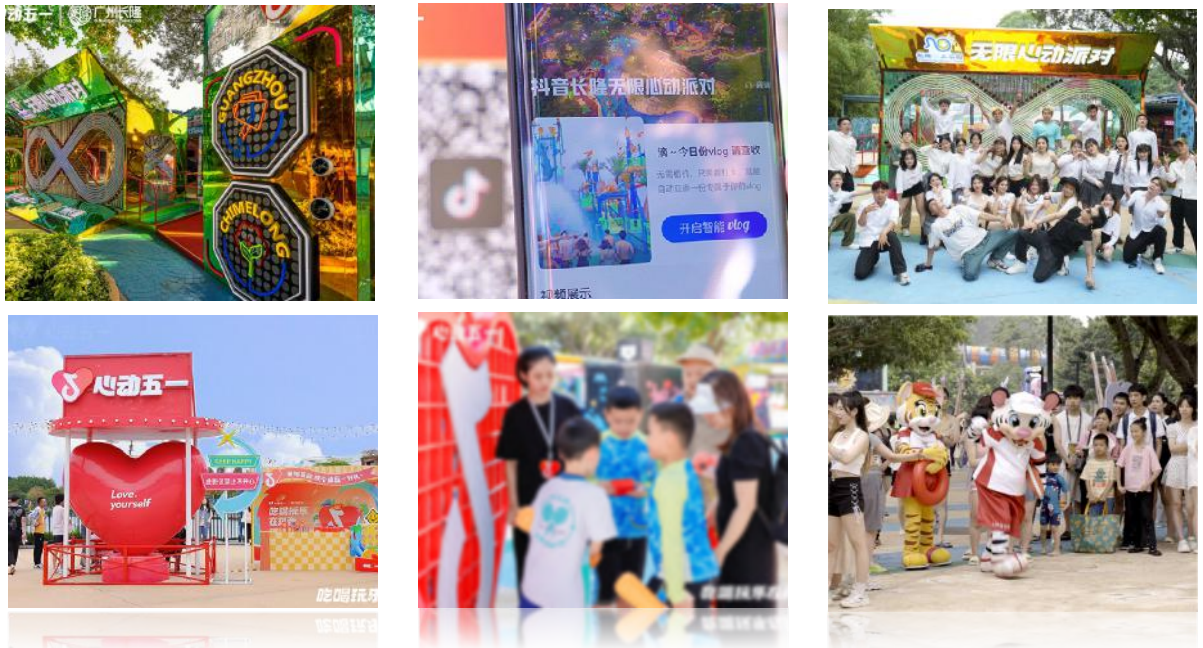
线上入口

线下装置

无限心动装置落地广珠园区

互动打卡点引发UGC跟拍热潮

- 无限心动派对装置
  深度关联线上IP
- VLOG一键打卡点
  装置打卡vlog反哺线上
- 颜值舞团快闪秀
  丰富心动打卡点体验



Top Mobile Awards

媒介&执行

品：生服达人+星图达人高性价比组合补强长隆内容矩阵，扩大涟漪效应。

总播放量 | 5,354.5w+

◆ *超头部+头部KOL产出标杆内容*
以高互动内容引爆长隆节点声势

生活服务向

年轻向 | 亲子向 | 颜值向
社交向 | 颜值向 | 艺人向

◆ *中腰部KOL+KOC跟风发酵*
以强种草向内容引流线下畅玩

攻略向 | 挑战向 | 情侣向
社交向 | 颜值向 | ……

Top Mobile Awards

媒介&执行

销：黄金硬广高效曝光，搭配阵地产品长效运营，实现拓量收效合一增长。

强曝光+强聚焦收割用户视线关注，整体曝光达3,892.6W+。

开屏+信息流

视觉冲击强，高效曝光引流

|水上乐园开屏|

CTR 3.69%

|动物世界开屏|

CTR 8.93%
超全年平均点击率6.8%

|水上预热信息流|

CTR 0.9%
高于大盘原生样式0.1%

搜索品专

搭建搜索主阵地，承接搜索流量

点击率18.7%

*一站式响应用户信息探寻需求**缩短决策路径***

*释出**团购信息**拉高入园意向*

Top Mobile Awards

媒介&执行

销：话题+热点把握用户假期游玩情绪，为品牌创造新的流量密码。

强攻略输出拉高期待感

话题定制聚合流量

双话题内容曝光引爆声量

话题播放量
6,542.8万

话题播放量
1.2亿

#水上乐园你冲不冲

随全国玩水热度来临，热度持续上涨

拿捏五一出游心理

借势热点推高声量

成功运营6个热点
冲上抖音热榜

#和小动物们的春日治愈之旅

#五一终于可以玩个痛快

#完美假期少不了游乐园

#五一特种兵旅游大赏

#水上乐园你冲不冲

#令人心动的春日游园会

Top Mobile Awards

媒介&执行

效：团购达人云探短视频全网铺量，构筑好玩鲜体验，拉升入园意向。

>>达人微信社群发起挑战赛招募激励创作——

短视频总销售额 870W+

团购达人结合三大时期传播重点，

围绕 “优惠信息+强观感明星项目/打卡点” 公式造鲜活内容体验。

>>> 预热期

云探释出开园早鸟优惠
撬动首批入园转化

开头以开园信息/购票优惠
吸引年轻用户引导购票

>>> 引爆期

亲子/颜值/旅游团购KOL
输出实探游玩攻略种草

展示游玩过程第一视角
以明星产品真人讲解激发用户入园兴趣

>>> 延热期

推广女士/午后特惠票
激发错峰出游兴趣

介绍出行和销售信息
强调抖音团购优惠及权益

Top Mobile Awards

媒介&执行

效：联合多领域达人围绕园区特色打造沉浸式直播体验，以团购促转化。

广东本地团购TOP达人

直播总销售额 5,500W+

开园攻略专场直播

从园区门口开始直播

话术密集引导观众提问

提供购票/游玩解决方案

.....

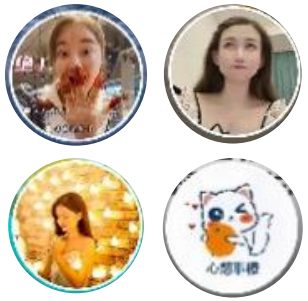
广东酒旅类&颜值类主播

游园体验种草专场直播

第一视觉沉浸式游玩项目

聚焦项目观感及特色讲解

调动直播氛围



.....

直播效果

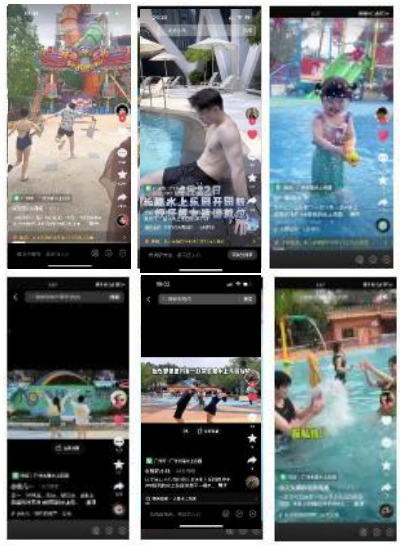
13天连播 直播周期	**16组** 合作达人
85场 直播场次	**212.5w+** 直播曝光
29.5w+ 累计场观	**66.68w+** 交易GMV

效果展示：内容+流量+交易三大价值融汇，成功实现长隆五一品销效全面突破。

品 趣味内容声量引爆

整体营销曝光 **1.46亿次 +**

品牌达人发布视频共计**48条**



总播放量

6,467.6w+

销 亿级流量热度发酵

开屏+信息流+品专

整体曝光**4,154w+**

品专点击率**18.7%**

定制话题

总曝光**1.85亿+**

#和小动物们的春日治愈之旅

#五一终于可以玩个痛快

#完美假期少不了游乐园

#五一特种兵旅游大赏

#水上乐园你冲不冲

#令人心动的春日游园会

运营6个热点

总曝光 **4.63亿**

效 多场景导流销售喜人

直播

总交易额

5500w+

直播曝光 **212w+**

短视频

总交易额 870W+

达人播放量累计 **1,705w+**