

| 2024年广州艺术季品牌推广营销

- ◆ 品牌名称：2024广州艺术季
- ◆ 所属行业：文化旅游
- ◆ 执行时间：2024.05.09-09.01
- ◆ 参选类别：区域特色品牌营销类

● 背景&目标

• 品牌营销的背景

广州艺术季2024，由中共广州市委宣传部、广州市文化广电旅游局主办，是广州市精心打造的文艺品牌活动。为持续加强建设广州国际演艺之都地位，以2024年广州艺术季为核心，统筹全市演艺人才资源、品牌剧场资源、邀请世界级艺术名家、名团、名作、名剧，国家级艺术院团、省级文艺机构、名家名作，激发演艺市场活力，向观众呈现高品质文艺盛宴。同时推出一批中小剧场和专业剧院，让更多文艺爱好者有舞台表演、有机会出彩，吸引更多群众游客一起走进剧场、走进艺术，领略文艺之美、感受生活之美。

• 品牌营销的目标

- 1、强化广州市文化艺术的优秀品牌，提高广州文艺的知名度、吸引力；
- 2、以文塑旅、以旅彰文，推动文化艺术和旅游在更广范围、更深层次、更高水平上深度融合，全面提升全市文旅市场消费热度
- 3、致力“广州艺术季”打造，更加品牌化、年轻化、国际化、IP化

洞察&策略

• 传播策略洞察

1) 精准定位，聚焦目标受众

鉴于艺术爱好者群体的广泛性和多样性，我们需采取精准的市场细分策略。锁定家庭观众、年轻族群（包括都市青年、上班族、学生群体）为核心，同时辐射全年龄段人群的需求。

2) 内容创新，打造品牌IP

为提升“广州艺术季”的品牌知名度和影响力，策划“好剧看广州”主题，引进国际精品剧目、锚定国内名家名剧、汇聚本土文艺力量，把“现象级”爆款演出转化为“常态化”惠民活动，加速文旅融合进程。通过创意、多元化的内容形式，全面展现广州城市文化的高质量发展，彰显广州建设国际演艺中心的显著成就。

3) 媒介资源整合，多渠道覆盖

当下互联网环境下信息流通速度快，如何确保广州艺术季2024在众多活动中脱颖而出，成为一大挑战。我们需采取多渠道的传播策略，通过朋友圈定制化广告投放，利用社交媒体的裂变效应，迅速扩大影响力；策划具有话题性的活动，抢占热搜话题页，吸引用户关注和讨论；联合官方媒体、KOL/KOC达人等合作，高效传播活动信息，全效提高活动的权威性和曝光度。

4) 互动营销，提升用户参与度

充分利用互联网平台的互动功能，如线上投票、抽奖活动、话题讨论等，吸引用户积极参与。通过用户反馈和建议，不断优化活动内容，提高活动的质量和吸引力。同时，用户参与也能有效提升活动的曝光度和影响力，实现品牌与用户的双向互动。

洞察&策略

创意策略分析

针对广州艺术季2024线上整合营销传播，充分利用新媒体平台优势，通过话题投放、朋友圈广告、微博热搜等方式，全面炒热艺术季热度。同时与微博达人、官方媒体以、小红书达人等合作，通过联合宣发方式，进一步扩大艺术季影响力。围绕艺术季预热、开/闭幕、活动期间各类演出活动，在微信、微博、小红书、视频号、B站、抖音以及海外平台等主流社媒矩阵进行持续性内容策划及宣发。以视频、SVG、GIF、精美图文等多样、创意化内容形式，在全平台进行推送，吸引大量用户讨论和关注。

宣传平台		预热期 (开幕前3天)	开幕 (5月初)	活动期 (5-8月)	闭幕 (8月)
媒介推广	微信		朋友圈定向广告		朋友圈定向广告 总结短视频+总结长图落地页
	微博		微博热搜话题	微博热搜话题	
	小红书		小红书KOL、KOC投放	小红书KOL、KOC投放	
			官方贴+达人贴+话题		
自媒体矩阵	微信公众号	好戏开场悬念	艺术季精彩看点	艺术季旅游主题	收官回顾总结
			剧目分类合集	院团、剧目持续性宣传	
	微博		剧目总排期x1+精彩看点x1	艺术季主题citywalk指南	收官战绩系列海报
		预热海报	剧目分类合集	院团、剧目持续性宣传	
	小红书		剧目总排期x1+剧目分类合集x4	艺术季旅游主题	院团、剧目持续性宣传
	短视频平台	预热先导短视频	艺术季宣传片	《大师来了》系列短视频	回顾、总结短视频
			开幕剧专题视频	院团、剧目持续性宣传	
	Facebook/Twitter/ Instagram/YouTube	预热海报 主题+悬念	艺术季宣传片	艺术季主题citywalk指南	收官战绩系列海报
			艺术季精彩看点	院团、剧目持续性宣传	

● 媒介&执行

- 品牌宣传片全线通发

广州，这座城市就是一个大剧场，这里每天都上演着许多生活戏剧与艺术表演。我们将生活场景艺术化，以一个热爱艺术的游客视角，来一场 citywalk，探寻广州艺术舞台。

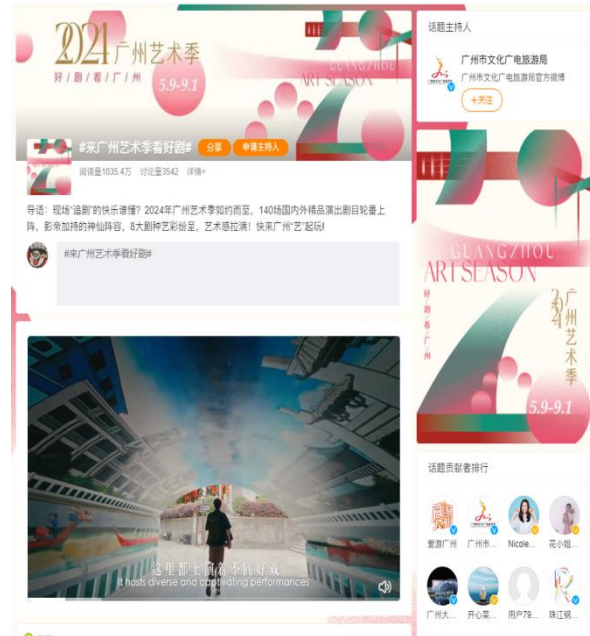
追随路标指引，穿过多个经典地标遇见不同的精彩表演，在街头巷尾都有好戏上演;最后通过走进广州大剧院，抵达真正的艺术大舞台，遇见缤纷的国际好戏;呈现广州艺术季2024的精彩内容。



媒介&执行

整合线上传播

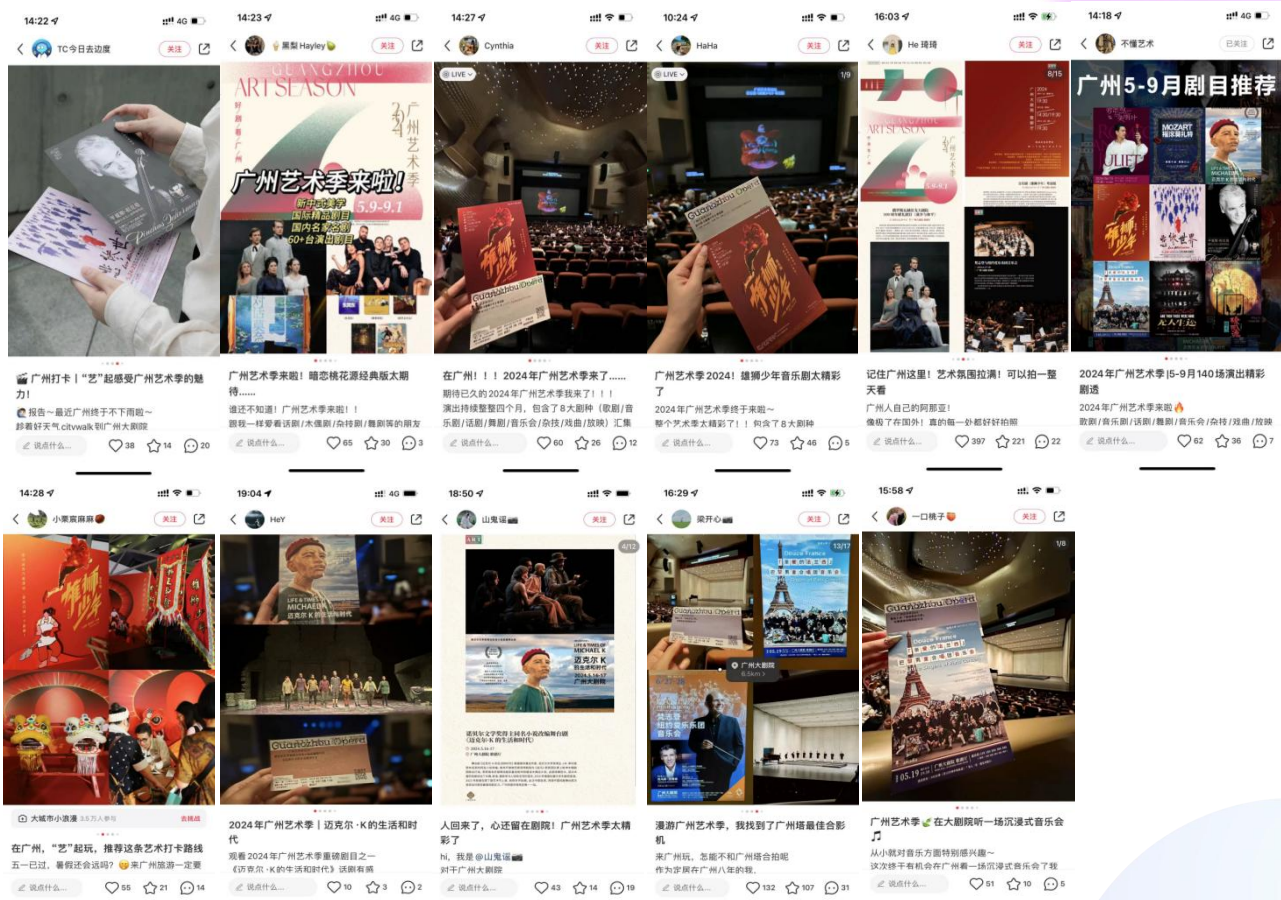
1) 定向投放话题炒热：#来广州艺术季看好剧热搜话题上线，朋友圈广告投放、微博热搜话题上线、小红书达人话题页



媒介&执行

整合线上传播

2) 媒介达人话题炒热：微博达人、小红书达人发帖，实时分享看剧活动新鲜体验



媒介&执行

整合线上传播

3) 官媒大号联动宣发：中国广州、广东天气、广州文化集团等权威背书，扩大活动影响力

全球爆火的神剧，来广州了！（送票）

中国广州发布 2024-05-14 11:01 广东



这些阵容超豪华
火遍全球/全国的演出要来广州了
接下来的广州，“剧”好看！



2024年广州艺术季精彩启幕

从5月到9月整个艺术季

广州准备了60台优秀剧目（共计140场次）

各种国际精品剧目、国内名家名剧

简直是“神剧”打架

刘烨主演的中文版舞台剧《悲惨世界》

“蟹蟹”王耀庆一人分饰15角的交响乐剧

诺贝尔文学奖得主同名小说改编舞台剧

时代巨作《战争与和平》连演4晚



#微发福#福利加码！转发本博，小布将抽2位朋友送出舞台剧《迈克尔·K的生活和时代》5月16日场次副票各2张！@广州市文化广电旅游局 @广州大剧院 #来广州艺术季看好剧##漫游广州艺术季#

@爱游广州：#来广州艺术季看好剧#

2024年广州艺术季精彩启幕！

汇集60台优秀剧目，共计140场次

四大舞团，八大剧种，让你一次看过瘾！

涵盖新中式美学、国内外名家名剧，更有实力派明星演员@

刘烨 @黄磊微博 @阿灵 @多姆7788 @王耀庆工作室 等带来精彩演出

关注@爱游广州，好剧……全文



2024年广州艺术季高燃启幕！百场演出、爆款亮点“艺”起看

广州文化集团 2024-05-10 15:44 广东



(Bilingual)2024年广州艺术季百场演出、爆款亮点“艺”起看

广州外事 2024-05-11 20:27 广东



福利抽奖！！2024年广州艺术季百场演出、爆款亮点“艺”起看

广州青年娱乐频道 2024-05-11 19:35 广东



2024年广州艺术节盛大开幕

羊城 广州文学艺术创作研究院 2024-05-09 18:50

广东

点击上方“广州文学艺术创作研究院”！关注公众号



媒介&执行

整合线上传播

4) 新媒体矩阵内容宣发：微信、微博、小红书、视频号、B站、抖音以及海外平台原创内容联合宣发，丰富内容沉淀，极速扩大品牌曝光



媒介&执行

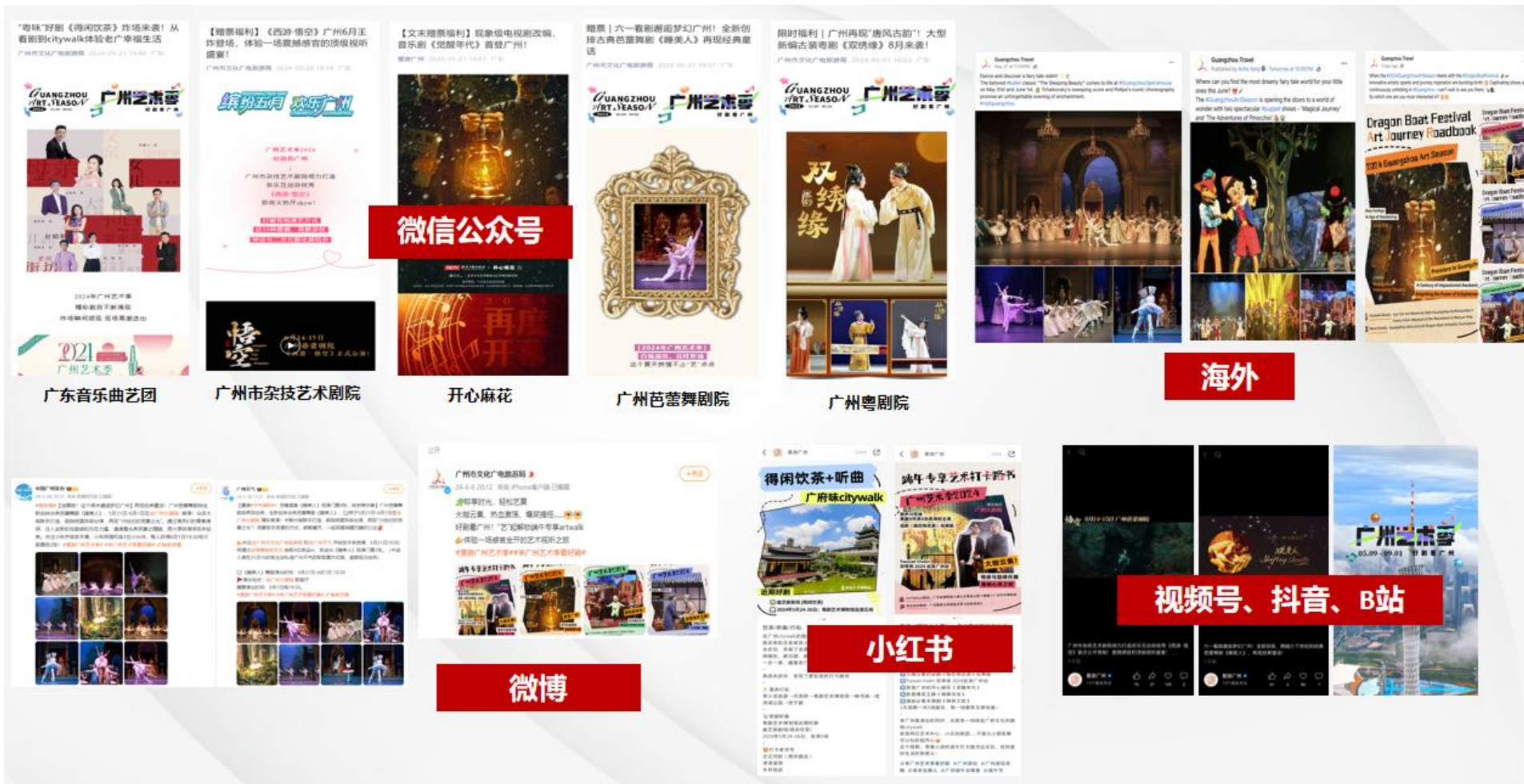
整合线上传播

5) 艺术打卡创意主题专项策划：#漫游广州艺术季热搜话题上线，以文促旅，深化艺术品牌传播



- **整合线上传播**

6) 重点剧目及院团持续性宣传：整合官媒、新媒体十大矩阵资源，针对本地院团、重点剧目进行阶段性宣传。覆盖整个2024艺术季

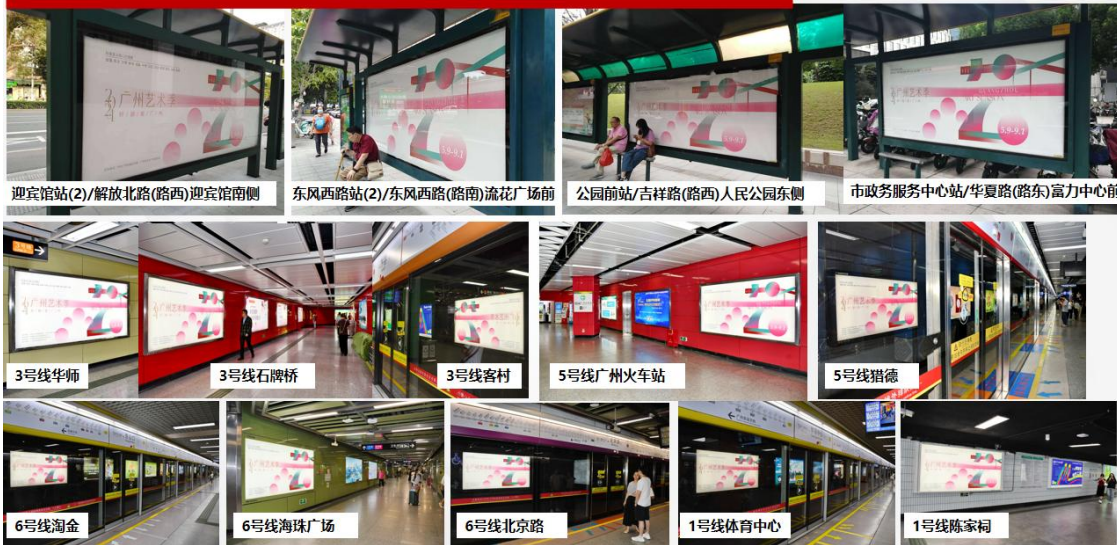


● 媒介&执行

• 整合线下传播

在活动期间期间，艺术季视觉海报及宣传片在广州塔、各大酒店、演出剧院、重点景点、人流高峰地铁站、公交站台等地进行广泛铺展。成功吸引了市民和游客的目光，在城市范围中形成强烈的艺术氛围和活动造势。覆盖数以千万计的潜在观众，有效提升广州艺术季的知名度和影响力。同时鉴于线下宣传的精准投放和广泛覆盖，艺术季期间的市民游客参与度和满意度均得到了显著提升。

线下传播情况-地铁线、公交站台宣传



线下传播情况-景点、剧院、酒店宣传



● 效果&反馈

- **国内宣传成绩斐然**

国内全网累计话题曝光量超过3000万次，其中#来广州艺术季看好剧#单话题辐射量超1200万，全网超10万次线上互动及讨论。效果触达如朋友圈覆盖、微博热搜上榜、小红书头部达人造势、广州发布等官媒联合宣传等，引发广泛用户关注与热烈反响。

含穗量超40%，本土剧目宣传百花齐放。达人观剧打卡粤语版《雄狮少年》，造势炒热爆剧口碑；深入推广岭南文化，开展《得闲饮茶》等剧赠票体验收获好评如潮；积极展现《双绣缘》非物质文化遗产魅力，高频宣传持续走红等等。强势吸引更多年轻观众走进剧院，促进广州文化底蕴面向国际化传播。

● 效果&反馈

- **海外宣传热度高涨**

海外社媒宣发持续发力，在国际宣传方面发挥出显著的传播力，主流社媒如Facebook、Twitter、Instagram、YouTube等联合宣发，广州艺术季相关内容获超40万次曝光，互动量高达2.6万，成功触及了来自45个国家、38种语言的多元化国际受众的关注。

通过精准的内容投放和多渠道合作，2024年广州艺术季的国际影响力显著提升，多专题系列推送在全球范围内传播，吸引全球艺术与旅游等多个领域的爱好者广泛关注。

● 效果&反馈

- **以文促旅深度融合**

以文促旅，以旅彰文，创意策划“漫游广州艺术季”专享主题线路，单话题曝光量超过千万次。精品打造旅游+艺术+演艺融合的沉浸式体验，营造广州独特的艺术氛围，在各大平台快速传播。

国内外社媒宣传联动发力，引领艺术热潮。2024年广州艺术季线上宣传的成功，扩大了广州艺术季的品牌效应，展示广州作为文化大都市的魅力。进一步推动国际演艺中心打造，为广州带来更多文化和经济价值。