

| 去哪儿×林更新：更新的低价 更新的生活

- ◆ 品牌名称：去哪儿旅行
- ◆ 所属行业：旅游服务类
- ◆ 执行时间：2024.07.10-07.25
- ◆ 参选类别：作品类-短视频

项目背景及目标

恰逢夏天，新一轮旅游旺季伴随着暑期到来，暑期作为去哪儿旅行重要的大促营销节点，营销利益点上将持续围绕【旅行上去哪儿比比看】的口号，进行【低价】的差异化品牌营销，借机官宣适配度满分的代言人林更新，基于全新代言人人设挖掘，打造一场非林更新不可的品牌营销。希望能将代言人的适配度及其热点转化为品牌资产，实现了双赢的局面。

旅行人群痛点洞察

从挖掘旅行的痛点洞察出发，走出去是人性对自然天然的向往，而自我的更新恰恰就发生在去哪儿念头刚冒出来的那一秒：

当想去演唱会时，这个世界正在更新一个热爱音乐的我

想去海边，这个世界正在更新一个放肆爱玩水的我；

想去草原，这个世界正在更新一个向往自由的我；

想去哪儿就在那儿即将出现一个不带“班味”“旧旧”的我，是一个更新后快乐的我！

这正好是当下年轻人“上班又丑又旧关我下班什么事”的真实写照

而去哪儿就是帮所有计划旅行的人更（gēng）新出低价，拥抱更（gèng）新的生活！

创意执行

“比变化更让人不安的，是一成不变”，在TVC中去哪儿旅行精准洞察了不同人群生活停滞的时刻，并将旅行作为刷新大家生活状态的转折，用低价优质的旅行去更新生活，既能丝滑融入产品力，又能激发出用户旅行欲望，去拥抱一个更能焕发活力、更具性价比的旅行世界。

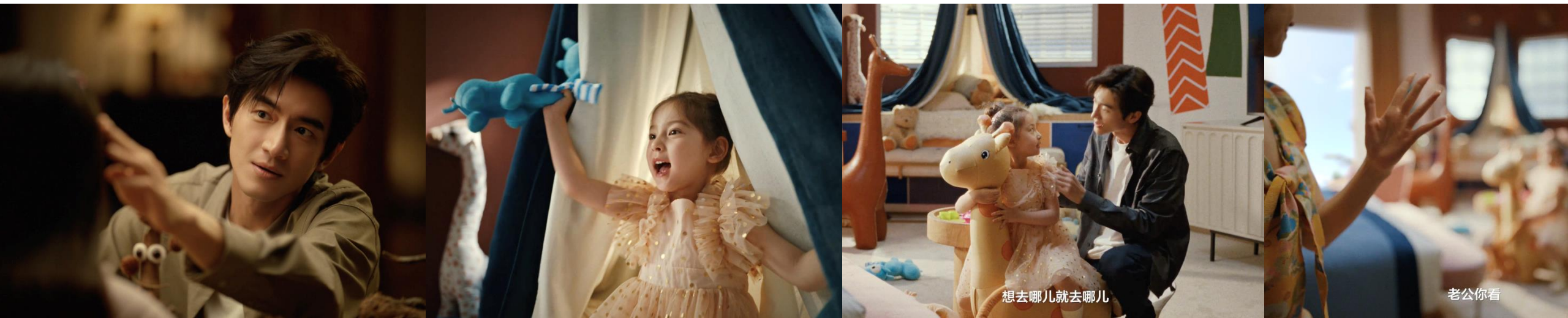
创意执行

片中我们精心设计明暗两条线来连串旅行故事。明线是当你遇到生活中包含但不限于以下零更新时刻请立刻上去哪儿比价出发：食堂永不翻新的饭菜、职场里“你说你的我随意”的被迫淡人、恋爱久了感情旧了的互动、婚后阵痛带娃的无奈……生活如果零更新，你就来学学上去哪儿会性价比的林更新！

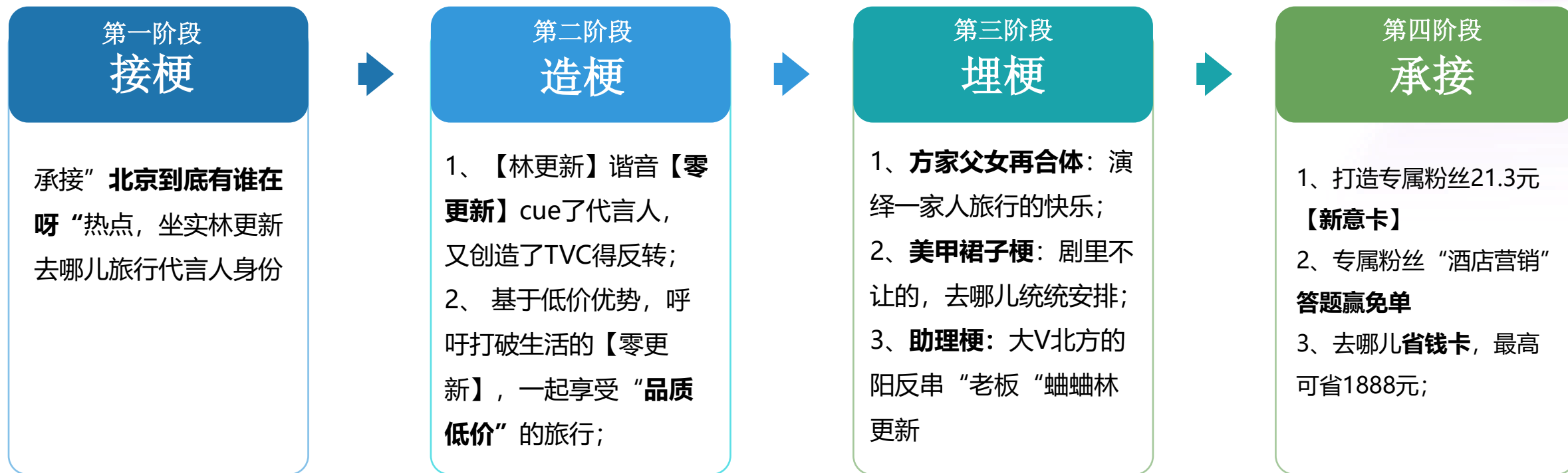


创意执行

暗线则是紧跟“热搜剧情”为林更新撰写“新男二”人生故事，从大学到走上职场，从恋爱到步入有娃人生，这则广告里的林更新会过日子且懂浪漫，帅气阳光且情绪稳定，堪称热剧“世另剧本”也不为过，因为彩蛋太多了——出演剧中“女儿”的小演员再度和林更新同框携手，再续“父女情缘”。TVC中“生活零更新”与“林更新”的谐音梗，将创意洞察与代言人巧妙融合，让适配度更上一个台阶。



创意执行



多维度玩梗造梗，激发二创传播，实现讨论破圈，结合「林更新」谐音「零更新」，洞察不同人群生活停滞时刻，并将旅行作为更新生活状态的转折，呼吁用低价优质的旅行更新生活。

● 作品展示

- 视频源文件链接：https://pan.baidu.com/s/1ChEb7-WGml6O2V_8N8tqGA?pwd=ai9g 提取码: ai9g
- 视频网站在线播放链接：【去哪儿x林更新：更新的低价 更新的生活-哔哩哔哩】
<https://b23.tv/ptKZoc8>

● 效果&反馈

外网数据亮眼，全网曝光互动高于项目目标200%以上

外网曝光量 5.2亿+

全网总互动 781W+

tvc视频播放量 1亿+



● 效果&反馈 微博平台传播效果显著，官宣日双热搜加持

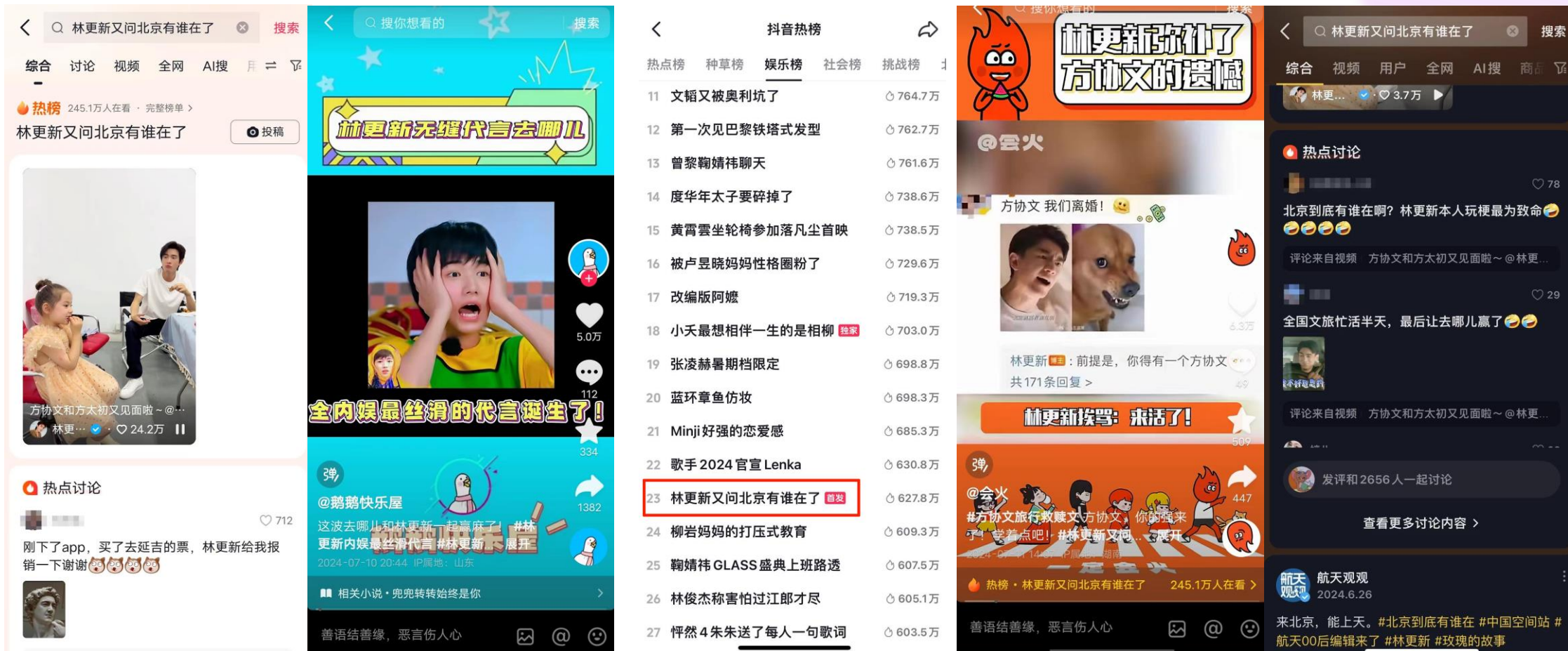


话题名称	话题浏览量 (万)	阅读量 (万)	互动量
#林更新陪玫瑰的故事女儿#	总榜第23位 文娱榜23位	2086.6	3.6万
林更新你对自己的孩子就是不一样	实时上升榜	60.5	300

促销节点	热搜话题	长期数据
		互动量 (万)
24年暑促	#林更新去哪儿旅行代言人#	129.7

- 1、当日微博双话题上榜——#林更新去哪儿旅行代言人#霸榜热搜第6位，阅读量高达2.8亿，讨论量达44.1万；#林更新陪玫瑰的故事女儿玩#自然话题热搜达23位。
- 2、TVC播放量达1亿

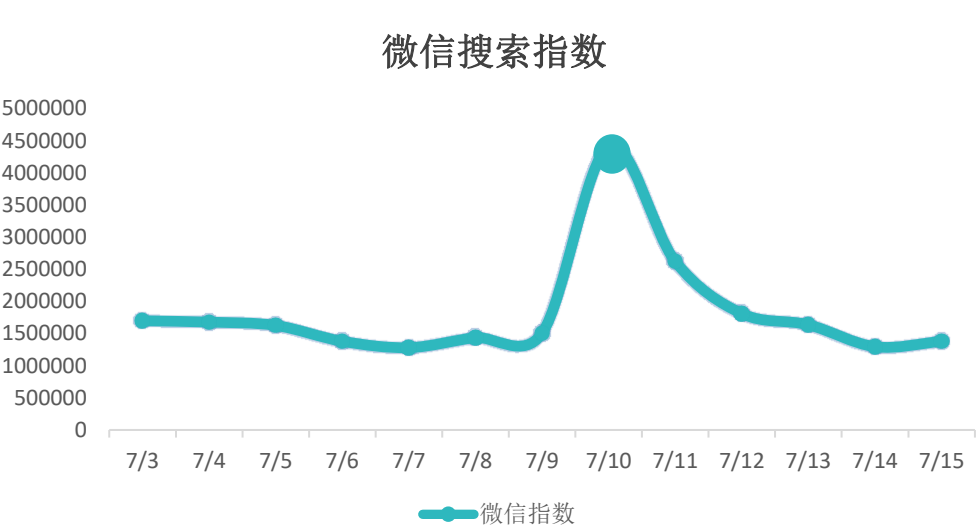
效果&反馈 抖音平台传播效果显著，引发话题热议



- 1、抖音#林更新又问北京有谁在了 自然热榜持续发酵，获221w人观看，娱乐榜达23位
- 2、去哪儿通过林更新发起#林更新邀你去哪儿旅行 的全民任务合拍活动，邀请用户创意性地分享旅行心愿/计划/经历，把林更新超强的旅行属性融入到用户互动中，持续强化品牌认知。
- 3、抖音相关话题#林更新邀你去哪儿旅行 #旅行上去哪儿比比看 #林更新去哪儿全国旅游大使 播放量破1亿，卷动超2w用户参与。

● 效果&反馈 微信/抖音传播期间品牌声量大涨，抖音自然上榜热搜

1、微信日均搜索指数提升 (↑193%)



2、抖音品牌周均搜索指数提升 (↑40%) ， 自然冲上热搜



话题名称	话题榜位置
#林更新又问北京有谁在了#	话题榜51位;
方协文和方太初重逢	上升榜

● 效果&反馈

1、用户口碑：

内容自然发酵至全平台，外溢多个百万级话题和高赞爆贴

- 外溢帖子数约1000+篇，比去年多出约5倍；
- 外溢4个大话题，曝光约5000w+、10万+互动量；
- 整体口碑正面，【去哪儿赢麻了】



2、行业口碑：

引发行业热议，作为出圈案例被20+权威营销媒体收录

- socialbeta双端[每日精选]推荐，并被投票位列断层第一；
- 广告门双端[案例收录]推荐，位置NO1；
- 其他收录媒体：4A广告圈、姜茶茶、广告狂人、闻旅、腾讯电视剧、会火、凤凰娱乐、时尚杂志、广告人养成记等；

