

| 广州地铁广州地铁《东西协作新样板，羊城老广向黔行》

- ◆ 品牌名称：广州地铁传媒
- ◆ 所属行业：网络平台及服务类
- ◆ 执行时间：2024.07.30-08.08
- ◆ 参选类别：公益营销类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://www.bilibili.com/video/BV1xA46e7ENi/?share_source=copy_web&vd_source=77ca0e92d0682f061b7c593238c44cf9

● 背景&目标

项目背景：贯彻落实习近平总书记关于东西部协作和乡村报兴的重要指示精神，广州助力安顺、毕节、黔南23个县巩固拓展脱贫攻坚成果，全面推进乡村振兴，促进三地高质量发展，奋力打造新时代东西部协作“广州样板”。

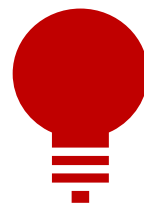
项目目标：基于“多方协作”与“保质保量”两大核心目标，四位一体的为羊城老广向黔行——安顺、毕节、黔南旅游消费帮扶宣传周赋能。



多方协作

从项目整体性出发，积极推动，与多方协调通力合作，

根据项目需求调整预案、积极响应，多方人员协调沟通，高效配合。



保质保量

认真执行具体项目内容，并保质保量完成任务。

活动全流程跟进、把控，积极提供了活动文案策划、物料设计、现场安装、活动传播等服务。

洞察&策略

通过“AI技术”加持，结合广州与贵州的地域特点打造创意KV
打造“四位一体”的为羊城老广向黔行——安顺、毕节、黔南旅游消费帮扶宣传基本盘



AI技术将广州的辨识度与黔南的特色景点融合成创意KV

围绕着“羊城老广向黔行”的主题，将广州地标性建筑「广州塔」巧妙地融入并设计成一个极具辨识度，代表着“羊城老广”的超级符号；同时利用AIGC技术，用插画的形式将安顺、毕节和黔南的特色景点融汇成一副诗意的山水画，整体表达出“羊城老广徐徐踏进贵州山水之间”的意境。

四位一体的宣传基本盘

主KV创意



推介会准备



宣传创意



地标、商圈、地铁协同宣传



洞察&策略

“点线面”构筑传播策略，全面赋能“羊城老广向黔行”宣传



● 媒介&执行

点：创新宣传方式成为宣传独特亮点，打造“带货式帮扶推介会”助力品销双收

文旅代表“带货”模式：安顺、毕节和黔南的文旅代表变身“旅游推荐官”，以“带货”模式向广州市民全方位展示各自地区的旅游资源和特色产品。这种互动性强的推介方式不仅增加了游客的兴趣，还提高了宣传效果。



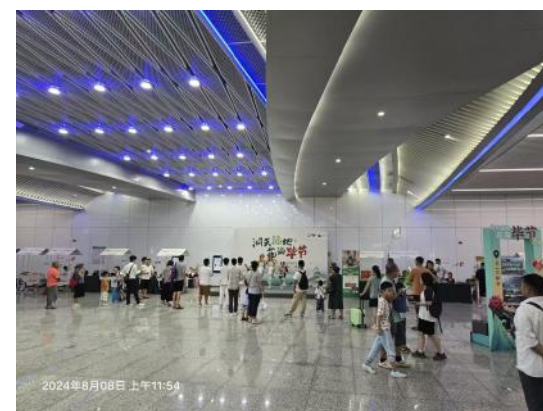
媒介&执行

线：“路演线”与“联动打卡”双线配合，提升宣传的渗透，拉升销售的转化

下沉广场路演活动线：空前热闹且有序进行，吸引路人纷纷打卡。销售情况超出客户预期，活动效果收获客户好评。



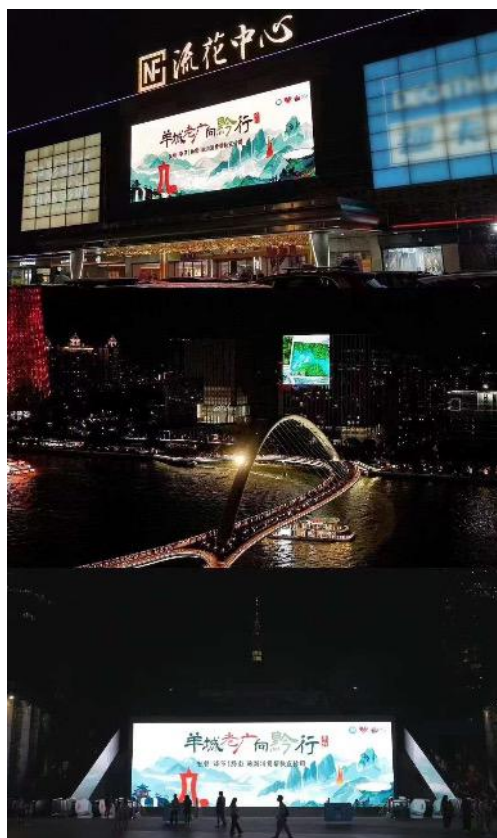
跨区域联动打卡线：为期三天的文化宣传活动，在花城汇站、番禺广场站、陈家祠站一晚上同时搭建，打造3地旅游主题站，并搭建路演舞台和摊位设置，项目执行一切正常，吸引大量人流观看。



● 媒介&执行

面：地标、商圈与交通枢纽场景形成了多维度立体化的宣传模式，扩大宣传覆盖面

结合广州塔、花城汇和火车站等高度聚合流量的地标与场景，采取了多维度、立体化的宣传模式，确保广州市民在日常生活中都能感受到贵州的独特魅力。



效果&反馈

获得了政府官方的高度认可与赞扬
并且收获了海量的社会关注与正向舆论

获得了诸多官方部门和党媒央媒的认可与报道



众多意见领袖的参与、分享与转发活动内容
累计曝光量超过百万

