

飞猪超级VIP挑战吉尼斯世界纪录项目

- ◆ 品牌名称：万达酒店及度假村
- ◆ 所属行业：旅游服务类
- ◆ 执行时间：2024.07.12-08.30
- ◆ 参选类别：全链路营销类

● 背景&目标

- 品牌营销的背景
- 通过预售活动提前锁定部分滑雪用户的出行需求，同时利用多种营销及宣传手段，提升长白山滑雪产品在市场上的热度
- 面临的挑战和困境
- 市场消费需求下滑、境外市场分流、同质化产品供给增多，如何继续在竞争愈发激烈的市场上继续保持增长
- 目标
- 销售额达到1.8亿，同比增长30%

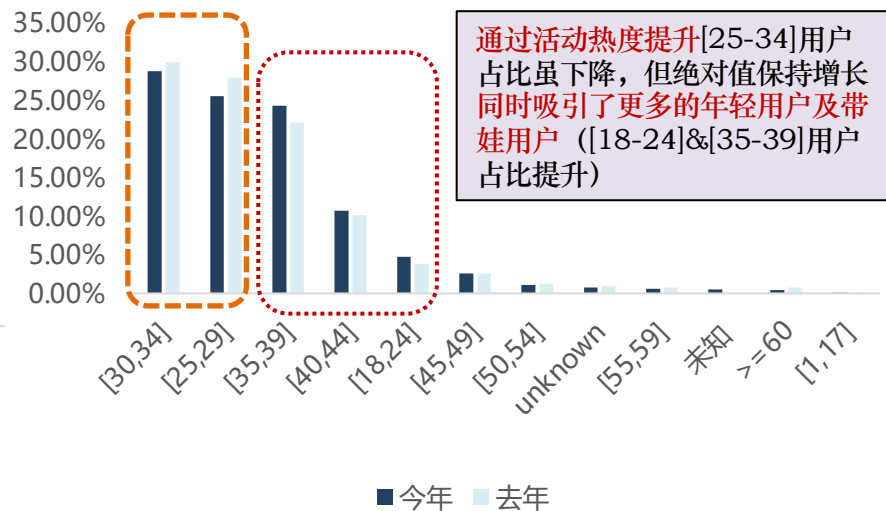
洞察&策略

人群基础特征

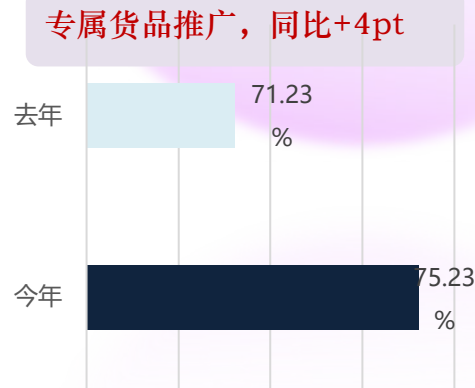
TOP 15城市占比



年龄段占比



88VIP用户占比



人群消费行为

	支付UV	支付金额	支付订单数	人均支付单数	人均支付金额
24年	5.6万+	1.68亿+	8.7万+	1.56	2995.0
23年	4.9万+	1.16亿+	7万+	1.41	2328.5
同比	12.52%	44.72%	25.03%	10.64%	28.62%

支付金额的涨幅大于支付UV的涨幅，人均支付金额提升28.6%说明产品矩阵的丰富（亲子托管、高房型）及定制人群的推广策略（带娃主推、88vip），吸引了更多的高消费客群

洞察&策略

部分C端资源点位展示



飞猪端内
核心资源强曝光

小红书预热
开售前累计加购3万+

淘宝APP
关键词搜索卡

淘宝直播
首次BOSS直播
超86万人次观看

微博热搜
吉尼斯记录产生

支付宝APP
旅行场景核心资源

微信朋友圈
微信生态造势传播

高端写字楼电梯广告
线下流量反哺线上

- 整体来看，雪货早鸟借势飞猪超级VIP让整体活动热度站上新台阶，以吉尼斯世界纪录挑战为传播点，**线上线下、多端多渠道**均获得了核心的曝光资源，其中小红书的预热运营，在开售前带来3万+加购份数，有效助力首日GMV冲高
- 首次在淘端新增关键词搜索卡片，极大提升了在阿里生态的流量获取效率，同时也完成小红书种草到淘端/飞猪端支付的交易闭环。
- 首次BOSS直播，不仅仅是成交，完备了对外传播内容矩阵里的关键一环

媒介&执行



整体运营策略

联动超级VIP，**全场景多渠道多生态**打造现象级营销大事件，持续放大长白山万达国际度假区市场影响力

传播及曝光

小红书：712-723 以雪货开售预告倒计时为核心传播点，引导用户加购
发文超100篇，引导加购超3万

微博发起话题
飞猪正在挑战吉尼斯世界记录

20余篇B端媒体报道

722 线下电梯广告
北京/上海/广州/杭州

723朋友圈广告
触达潜在用户近15万

725微博热搜【冲榜】

719 企微+官方号预热引导加购/720-723每日倒计时推文+搜索/淘宝TAB增加【长白山】搜索/超V直播间718开始置顶热门位引导加购
核心站内资源持续曝光：闪屏&首焦&胶囊等分人群分时段触达精准用户

人群运营

88vip专享货品
亲子款带娃优选套餐

日历闪促强化会员心智
35家门店至高加赠1万积分

注册券限时翻倍并匹配商业化拉新

老会员限时体验报名即得3个月体验金卡会籍
规定时间内完成入住即可获得体验会籍延期一年

717&722针对历史老客外呼+短信触达
716&721针对历史老客push推送

针对预热期加购用户
外呼+短信+push引导快速下单

针对已加购还未下单用户外呼+短信+push触达
历史老客未回归用户短信触达

成交资源

主播：佳琦21号预热
18个垂类达人发文或社群预热

超V直播间BOSS直播首秀
集团&度假区自播表现亮眼

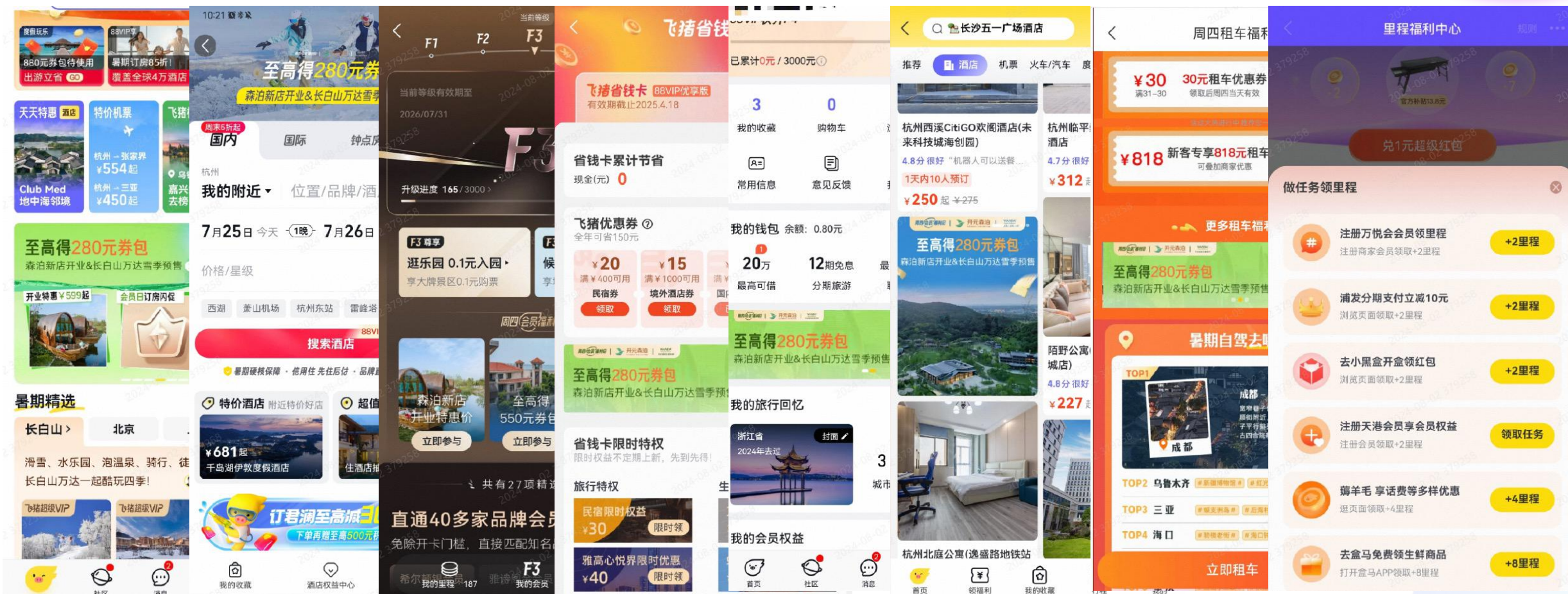
主播：佳琦&蜜蜂&香菇等头部主播
头部达人全覆盖重点推荐

飞猪及阿里生态核心带货资源专题推荐
飞猪企微/团长/导购媒体等

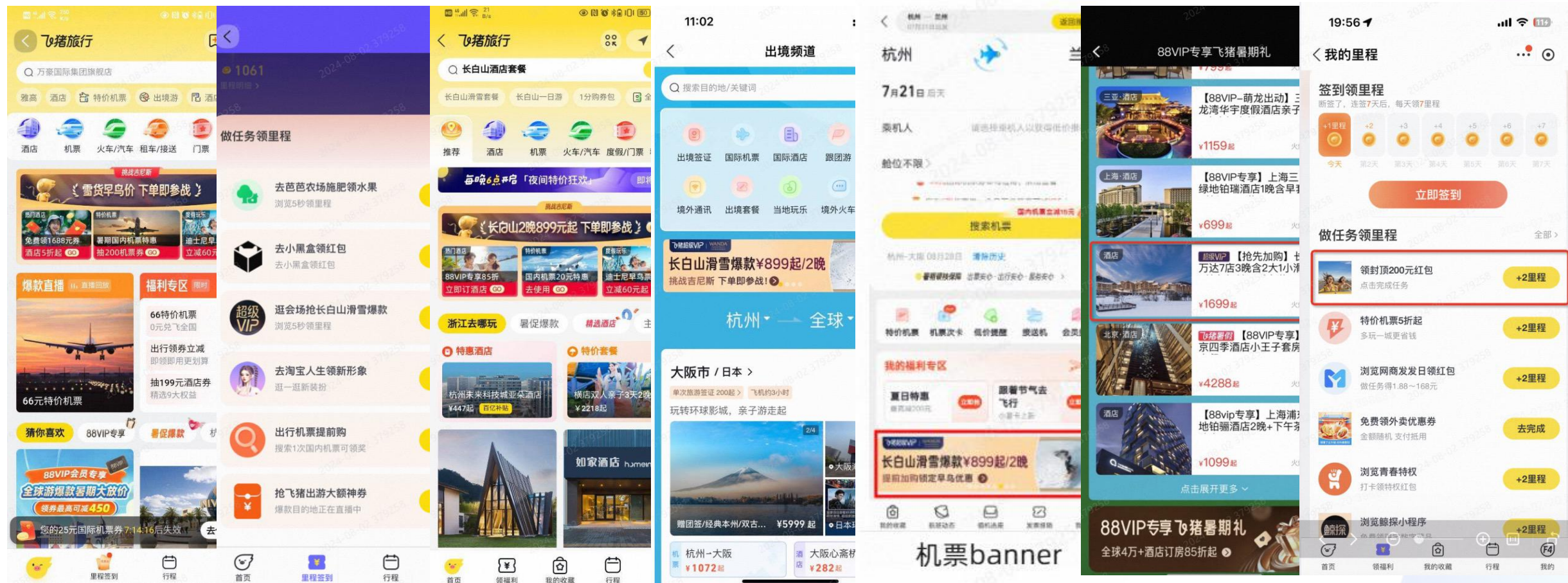
首页资源全覆盖，分人群分时段更换素材触达精准用户营销抢购氛围，提升转化



联合平台周四会员福利日IP，触达高价值会员用户



手淘、支付宝等多场景覆盖



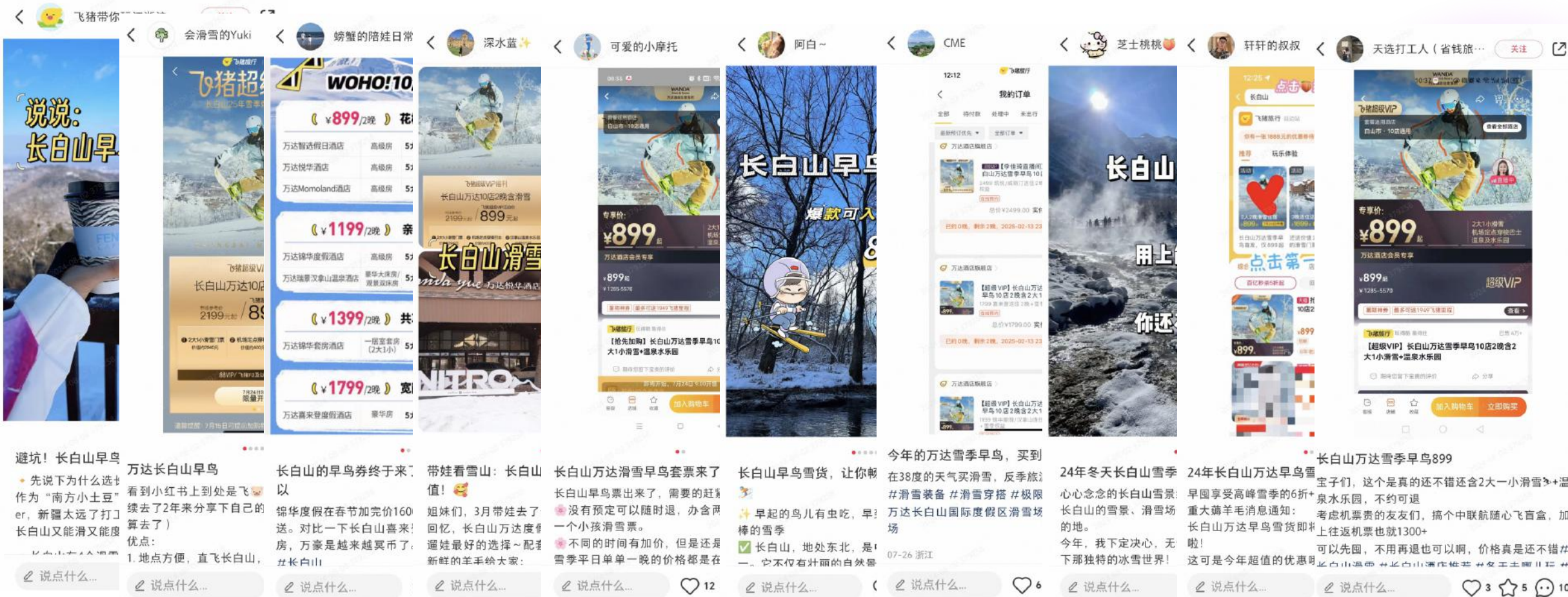
媒介&执行

北京/上海/广州/杭州分众传媒电梯广告、飞猪公众号、企业微信、微博、超V直播间、飞客、阿里生态内淘客社群等

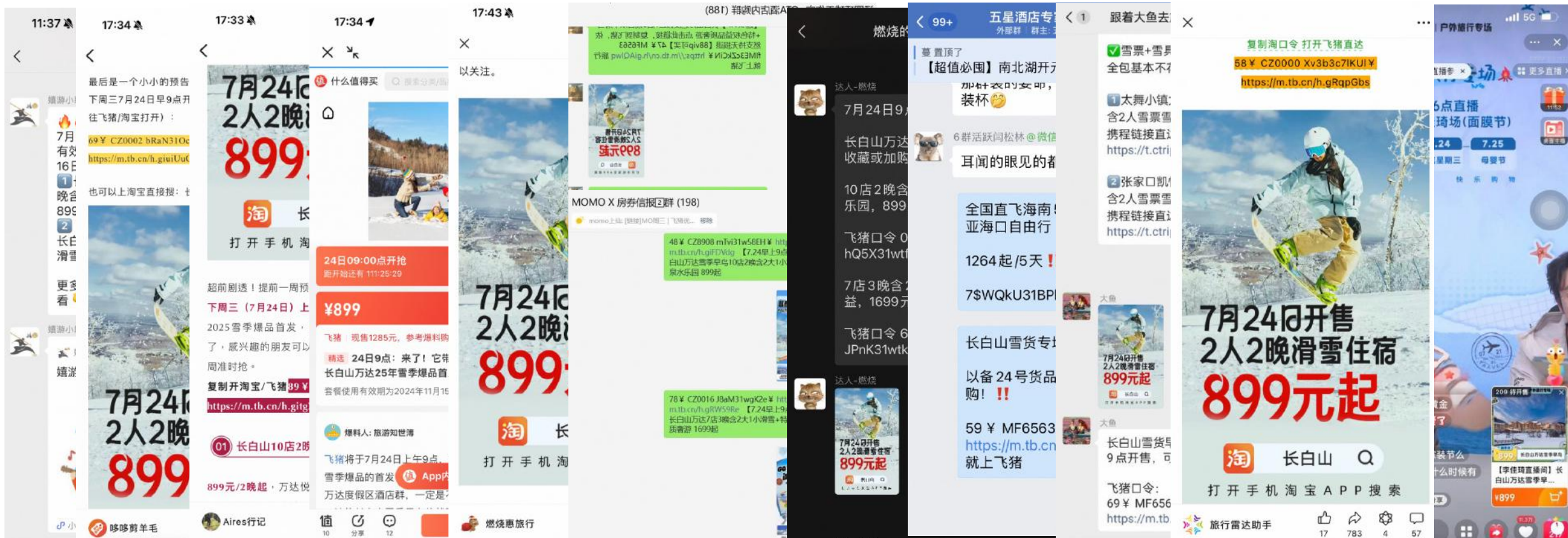


人群分类	人群定义
亲子	高净值亲子人群（有4岁以上孩子+高消费力）
户外	户外品牌（品牌举例，要明细）、露营/徒步有过搜索、互动、发布的用户
客源地	江浙沪、北京、东三省，旅游出行人群（在飞猪历史购买长白山滑雪占比较高的客源地人群）
竞品	携程/同程/去哪儿
目的地	长白山、滑雪、万达，有过搜索、互动、发布的用户
合计	

飞猪官号+采买超百篇，阅读量超20万



4个佳琦坑位+垂类达人7个专篇20+坑位+超千位淘客



● 效果&反馈

成交侧支付GMV超1.9亿+，同比+35%
开售首日预约GMV是去年的2.4倍。

会员拉新约5.5万+，同比+72%
通过精细化人群运营和传播触达，稳步提升品
牌原始兴趣用户，持续扩大用户圈

传播侧雪货早鸟借势飞猪超级VIP让整
体活动热度站上新台阶

基于活动整体热度打造及生态内带货资
源运营优化，阿里生态资源成为核心成
交渠道，引导成交额总计超1亿，同比
增长129%



● 效果&反馈

会员玩法错峰提前上线获取流量活动期带动店铺日历产量环比同比增长均超60%；会员拉新5.5万+，同比+72%



积分闪促带 动日历交易

35家门店至高加赠1万积分

3天带动闪促门店间夜周环比和年同比均增长超170%

带动店铺整体间夜周环比和年同比均超60%



会员拉新

注册券限时翻倍并匹配商业化拉新

7.17-7.31会员拉新5.5万+，
同比+72.2%，YTD拉新同比+5.9%



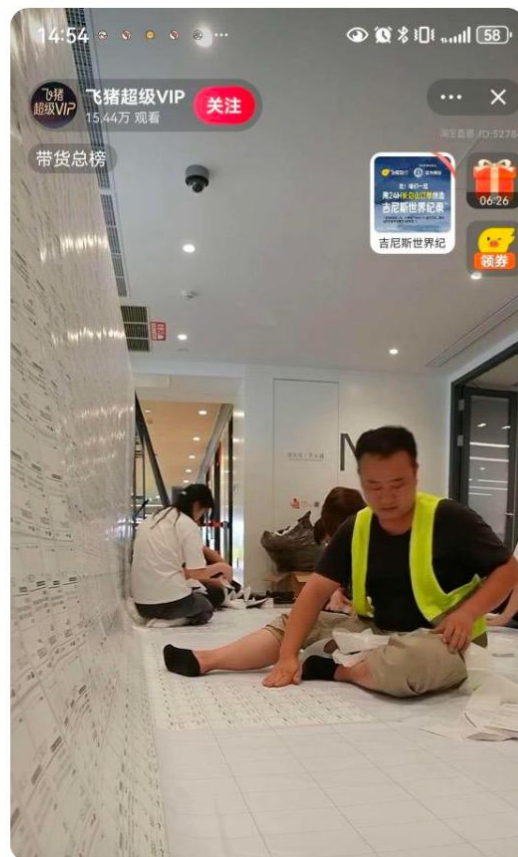
老会员限时体验

报名即得3个月体验会籍，规定时间内完成入住即可获得体验会籍延期一年

结合闪促完成宣发活动期总计1400+人报名，其中F5等级用户占比超70%，说明对于高品质老客的召回有效，后续仍可结合营销做阶段性的老客召回



作品资料



长白山吉尼斯之夜，挑战12小时累计订单长度超过长白山的高度

经过吉尼斯公证员公正，本次吉尼斯世界纪录挑战成功

● 作品资料

活动认证地点：杭州

传播主题：

角度1：#长白山酒店订单创吉尼斯纪录#、

角度2：邀请全国消费者一起创造吉尼斯纪录、

事件传播（消费者：#人生第一次收到吉尼斯证书#/#00后在简历里提自己破吉尼斯记录#）

传播方式：长白山万达国际度假区和杭州飞猪总部分别搭建直播间，

执行流程：

全程：每小时穿插一次抽奖（吉尼斯证书纸质版；送给已下单用户）

● 早9:00（挑战开始）

画面亮点：10+台打印机实时打印、几十人全程拼图

● 晚17:00-18:00（挑战成功）

内容：用限定数量贴纸完成巨幅拼贴、吉尼斯验证官验证（吉尼斯见证官宣布成功&颁发证书+主持人讲解长白山雪货背景+邀请大家继续下单突破纪录）

● 晚24:00

订单量截止，吉尼斯见证官一同宣布今日长白山雪货销量

