

24年春运《将比价的快乐进行到底》

- ◆ 品牌名称：去哪儿旅行
- ◆ 所属行业：旅游服务类
- ◆ 执行时间：2024.01.15-02.10
- ◆ 参选类别：商业短片

春运传播目标

基于“旅行上去哪儿比比看”
在春运节点，
围绕抢票+旅行场景传播，
提升品牌粘性，拉动业务增长。

● 背景&目标

过去我们将【比比看】聚焦在【比价】上
春节，【比价】并不能完全适用

暑假

十一

春节

主线
任务



比价的快乐
你想象不到
暑期旅行，上去哪儿比比看



比价的快乐
去哪儿天天有
十一旅行，上去哪儿比比看



务实
低价

支线
任务

端午 中秋 元旦

情绪
破圈

春节出行有两个刚需
撬动两种用户的“按钮”是不同的

1.回家

抢到票是刚需

2.旅行

低价是刚需

创意课题

FOR回家人群
车票抢得快

FOR旅行人群
旅行价格低

如何通过一个概念传递两件事？

将比价的快乐 进行到底

片子链接: https://www.xinpianchang.com/a12894221?kw=%E5%8E%BB%E5%93%AA%E5%84%BF&from=search_post

[郭麒麟IP]+[社会热点]+[业务痛点]

以春运抢票回家和低价旅行的需求点切入，借由郭麒麟精打细算和快乐人设，
延续全年[比价]传播策略，传递去哪儿低价产品力及快乐的品牌形象。

创意上借力社会热点“抢票回家”“外地女婿”“mbti人格”，结合业务端春节回家和旅行的场景，
以伪一镜到底的形式感，展现各个出行场景下，去哪儿比价后省钱给大众旅行生活带去的快乐。

● 作品展示



抢票场景:

画面：春节氛围会议室，男A拿着开动筋膜枪，对着屏幕。

Vo：今年抢票，我要有如神助

画面：镜头转，男B桌上点着香，虔诚拜拜。

Vo：这才是有如神助。（画外音，APP提示音，“嘟”）

画面：镜头后拉，两人翻看自己手机，都没有抢到。

画面：两人同时看向旁边。

画面：镜头转，郭麒麟正看手机，然后举起。

旁边包装：“去哪儿火车票抢票成功”

Vo：不好意思，去哪儿抢先一步。

画面：镜头再转，两人低头按手机。

Vo：你不早说，快上去哪儿

画面：郭麒麟对屏幕介绍。

Vo：春节抢票上去哪儿，抢票快人一步。

画面：郭麒麟起身，笑着跟两个同事打招呼拜拜，往外走。

Vo：回家过年咯。

● 作品展示



大表姨六舅母



这是去哪儿旅行红包



哪来的钱



这不都是比价的快乐嘛



春节上去哪儿比比看



把她家亲戚全拿下

回家场景：

画面：郭麒麟走进客厅门口，郭麒麟饰演外地女婿坐在沙发上，几个阿姨轮番用福建话寒暄。

Vo：小毅，一路辛苦啦、小毅，吃饭了吗、小毅，累不累啊（方言）

画面：郭麒麟先懵一下，然后假装听懂，非常开心，点头回答

Vo：对！坐飞机回来啦，回来两天啦，特别好吃。

画面：所答非所问，让寒暄的阿姨面面相觑，尴尬笑。

画面：旁边另外两个阿姨议论，阿姨A用手指指女婿，在自己脑袋上画圈，瘪嘴。

Vo：这女婿不太行啊。（方言）

画面：女朋友看出郭麒麟窘境，上前胳膊肘戳了一下郭麒麟。

画面：郭麒麟笑笑说

Vo：别担心

画面：郭麒麟立马拿出各种年货发给阿姨们，双方满脸微笑。

画面：两个议论的阿姨，接过年货，比大拇指。（说普通话）

Vo：这女婿可太行了。

画面：女友问郭麒麟。

Vo：厉害啊，哪来的钱？

画面：郭麒麟骄傲的说。

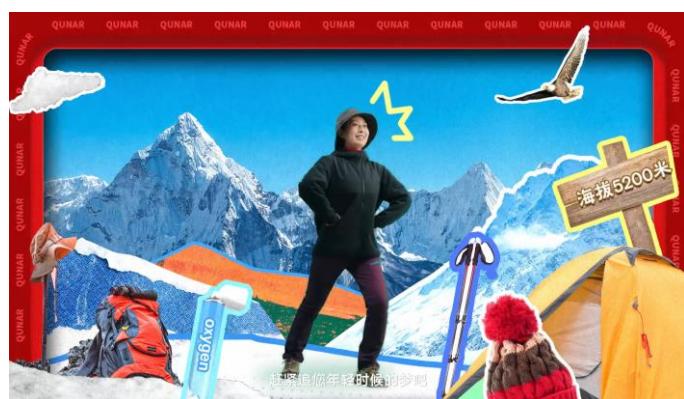
Vo：用去哪儿订酒店，省出来的。

画面：郭麒麟对镜头说。

Vo：春节出行上去哪儿比价，用省下的钱，把娘家姑娘全拿下。

画面：郭麒麟往外走。

● 作品展示



画面：郭麒麟坐到客厅入画，一家人围在郭麒麟身边。郭麒麟侃侃而谈。
Vo：我跟你们说，今年旅行，咱来点儿不一样的，咱们按mbti人格来玩。

画面：众人反应有的疑惑，有的点头表示同意。

画面：给爸爸递上一张酒店房卡。
Vo：爸，你是INSP，你别走太远，这是温泉酒店7天的房卡，房间自带温泉，还有水果饮料，你泡他个昏天黑地，没人打扰。
画面：爸爸在温泉酒店泡他个昏天黑地。（扣绿插图）

画面：给妈妈递上一张景区门票。
Vo：妈，你是ENTJ，这是珠穆朗玛峰的门票，去圆你年轻时候的梦吧。
画面：妈珠穆朗玛峰登顶。（扣绿插图）
画面：给妈妈递上一件冲锋衣，抱抱妈妈。
Vo：那边冷，多穿点，别走丢了啊！

画面：一家人都去准备行李啦 Vo：“齐活！”

画面：这时郭麒麟看到了眼泪汪汪的看着他的大侄子
画面：郭麒麟主观镜头，这时剩下大侄子一个人泪汪汪傻傻的看着郭麒麟 Vo：怎么把我落下来
画面：郭麒麟蹲下身一把大侄子搂过来小声说：Vo：大侄子，你是ENSP，咱俩一样，你跟我走。大侄子问：去哪儿？
画面：郭麒麟说罢从怀里拿出一沓子门票缓缓起身说 Vo：叔叔带你把全中国的游乐场玩个遍。咱们出北京德胜门，走清河，沙河，昌平县，南口，青龙桥，康庄子，怀来县，沙城，保安，下花园……（越说越大声音）

画面：这时妈妈入画询问道 vo：你们去这么多地方得花多少钱啊！？
画面：郭麒麟笑着说Vo：不是妈这都是我给您定的那些项目省下来的钱。
画面：妈妈惊喜：vo：能省下那么多啊？
画面：郭麒麟转头对镜头笑着说 Vo：春节出行上去哪儿比价，用省下的钱，全家人的需求一次大满足。

● 效果&反馈

1.外网声量

外网总曝光 **9.3亿**

外网总互动 **434万**

2.全网视频播放量

视频播放量 **7086万**



● 效果&反馈

结合郭麒麟明星效应，微博高位热搜提升项目影响力。微博话题阅读量4.4亿、互动量23.1万



亮点：①互动量远超媒体大盘，同天同热6位阿玛尼#易烱千玺眼神穿透力#为1456；

● 效果&反馈

延续代言人郭麒麟热度，释放花絮、快问快答等内容，微博话题阅读量6332万



- MLin_2019 : #郭麒麟最懂比价的快乐# 有麒麟@郭麒麟 就有快乐 🤔🤔 [锦鲤附体][锦鲤附体]
01月23日 10:33 17
- saraandy : #郭麒麟春节去哪儿抢票# 如此有趣的花絮，强烈建议连载 🙌🙌 ❤️❤️
01月23日 11:51 15
- 姹紫嫣红11223344 : #郭麒麟春节去哪儿抢票# 代言人演技太棒了
01月23日 10:32 14
- Cat南南 : #郭麒麟最懂比价的快乐# 大林子 🤔
01月23日 11:29 9
- 宇宙大天使 : 想见郭麒麟的心此刻达到了顶峰
01月23日 10:52 8
- 默默地攀岩去看星星 : #郭麒麟春节去哪儿抢票# 花絮怎么都这么有趣! @去哪儿网
24-1-23 12:24 来自北京 3
- 默默地攀岩去看星星 : #郭麒麟春节去哪儿抢票# 郭麒麟在哪儿，欢乐就在哪儿#郭麒麟最懂比价的快乐#
24-1-23 12:22 来自北京 3
- 江西阿琳 : #郭麒麟最懂比价的快乐# 因为他@郭麒麟 是我们的开心果 🤔🤔
24-1-23 12:10 来自江西 4
- 乐尹林木木 : #郭麒麟春节去哪儿抢票# 花絮还有吗? 不够看呀 🤔🤔
24-1-23 11:53 来自北京 4
- 沫雨墨语 : 郭麒麟在哪儿，快乐就在哪儿
24-1-23 11:23 来自河北 3
- 伴麟成长0208 : #郭麒麟春节去哪儿抢票# 去哪儿网拍摄花絮 无论在哪 郭麒麟都会传播快乐 He is a happy-maker,his laugh made me smile and happy.@郭麒麟 @去哪儿网 麟听
24-1-23 11:23 来自河北 3

● 效果&反馈

微博品牌声量活动前后提升67倍



re du da zhang

时间周期：活动前1.6-1.14；活动后1.15-1.23

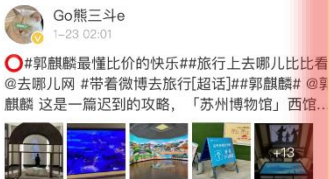
具体数值：品牌声量为趋势，媒体无法给到具体数值，三个关键时间点1.13：1.15：1.22的趋势比为1：65：358

品牌声量关键词：“去哪儿网”、“去哪儿旅行”等品牌关键词

效果&反馈

营销活动期间，整体真实订单博文量有15万+，真实口碑蓄水，让大众看见低价的去哪儿

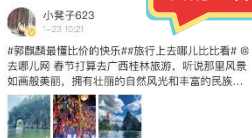
旅行计划分享



春运抢票



目的地种草



票务优惠



订单截图



领券页面



操作指示



活动详情



省钱指南



原创 郭麒麟最懂比价的快乐

¥10000

效果奖励

成功参与用户按投稿内容质量及传播效果综合评估，共同瓜分10000元奖金

已投稿数量1333 · 已奖励人数1070

2024.02.02 23:59 截止 · 进行中

去哪儿网

✓已关注

任务玩法

精选博文

任务说明

春节去哪儿？回家还是旅行？

内容创作方向（二选一）

- ① 晒出你的回家订单，分享你回家的喜悦
- ② 分享你的旅行“比价攻略”，晒出春节旅行计划

立即参与

效果&反馈

被数英、广告门、4A广告网、新片场等多家媒体作为案例收录

