



## | 2024 “广州红 幸福城” 城市形象网络宣传项目

- ◆ 品牌名称：中共广州市委宣传部
- ◆ 所属行业：政府
- ◆ 执行时间：2024.01.01-12.30
- ◆ 参选类别：整合营销类





## 案例视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

广州红幸福城 新春盛典精彩集锦 <https://v.douyin.com/WC4PZhN5jN0/> y@T.lc 05/06 ZZZ:/

广州红幸福城 年度盛典精彩集锦 [https://v.douyin.com/wjLvBtttP\\_0/](https://v.douyin.com/wjLvBtttP_0/) 05/17 usE:/ d@n.DH



## 一、项目背景

2024年，是新中国成立75周年，也是继续深入贯彻二十大精神的重要一年。广州不仅是全国重要的经济中心和综合性门户城市，更是承载着岭南文化精髓的城市代表，具有丰富的历史底蕴和独特的文化氛围。

**为庆祝新中国成立75周年**，展示广州在国家高质量发展时代背景下的新成效，更好地坚守与传承中华传统文化，广州市委网信办联合我司，进一步推动举办“**广州红幸福城”2024城市形象网络宣传项目**，将传统红色文化与广州的城市高质量发展进程相融合，通过一系列线上线下联动活动和品质内容传播，展示广州作为创新改革领头羊、坚持高质量发展的决心、独特的历史和文化底蕴以及浓厚的城市幸福感，为新中国成立75周年献上具有现代城市特色的独特表现，让人们更深刻地感受到广州的幸福与活力。

## 二、项目难点

### 难点1

针对政府单位的特质和传播特色，如何运用好全平台产品打造精品营销？提升品牌声量？

- 政府传播需要兼顾公信力和亲民性，过于商业化会导致目标受众信任下降。
- 政府传播在内容创意上需要突破“套路化”表达，但又必须严格遵守政策规范，避免内容不当或失焦。
- 政府传播需要兼顾理性传播（政策解读）与情感触动（用户关怀），如何避免内容“高高在上”或“空洞说教”，建立网友与政府之间的信任与共鸣。
- 政府传播需要兼顾品牌声量、美誉度、偏爱度等多维度效果，但与商业品牌相比，传播效果更难以具体量化，尤其是在评估用户参与和长期影响时。

### 难点2

如何打造能出圈的政府传播活动或者具有传播热度的“城市标签”？

### 难点3

- 项目可能已有成熟的模式和成功的案例，导致创新空间受到既有经验的限制。
  - 针对政府传播活动，创造（策划）出让用户主动参与和自发传播的优质话题，是一个核心难点。
  - 在同质化传播内容激增的环境下，如何保持项目（城市形象传播）的独特性和吸引力。
- 
- 在传播过程中，如何打破政府单位传播活动较为私域化的特性，实现线上广泛出圈。
  - 如何在平台合规框架下最大化利用其数据和传播工具，避免法律风险，是在推广过程中必须特别关注的课题。
  - 城市标签的打造需要长期传播策略，而抖音的传播偏向短期热点。如何在平台上构建具有长期影响力的城市标签，避免仅依赖一次性热度爆发，成为保持品牌认知和用户关注度的关键。



# 背景&目标

## 三、项目目标

01

### 品牌声量提升

通过整合多平台资源与创新传播形式，提升城市品牌在线上的关注度与美誉度。

02

### 文化传播深化

以城市文化为核心，结合城市特质，打造出鲜活、有吸引力的传播热点，增强文化认同感与城市归属感。

03

### 经济效益促进

通过精准的整合营销策略，激发用户参与与消费，助力促进城市文化旅游及相关产业的发展。

04

### 突破传播壁垒

从单一传播向立体化、多元化传播转型，实现从政府导向到全民参与的破圈传播。





## 四、项目洞察

### 平台资源洞察

抖音、今日头条、图虫等平台资源覆盖全年龄段用户，结合其精准算法与多元功能，能帮助实现更高效的目标受众触达。利用达人种草和全民参与任务可以放大活动声量，形成破圈传播效应，增加内容生命周期和长尾效应。



### 用户需求洞察

城市宣传需要跳脱传统单向输出模式，迎合年轻化、多元化的内容消费趋势，强调互动性与个性化。用户更青睐短视频、直播等形式鲜活、轻量化的内容，UGC创作更能激发用户的主动参与感。

### 市场需求洞察

随着城市竞争加剧，仅依赖传统的线下活动难以有效扩大声量，线上线下整合营销成为城市宣传的必然趋势。优质传播案例不仅提升文化认同感，还能转化为经济效益，实现文化推广与商业发展的双赢局面。



# 洞察&创意 五、核心策略及创新点—总

## 全方位传播核心策略： 线上线下联动，多渠道传播，立体打造政务新媒体传播标杆

通过线上线下双轨驱动，整合抖音、今日头条、图虫等字节跳动旗下多平台资源，实现多渠道触达用户，构建城市新媒体传播标杆。



获奖公示 | “广州红 幸福城”之“发现新广州”图虫摄影大赛获奖名单揭晓  
图虫APP 2024年11月21日 17:20 北京



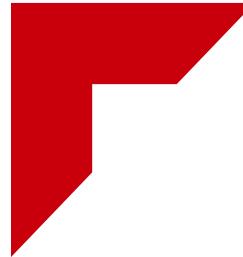
“广州红 幸福城”之“发现新广州”图虫摄影大赛圆满收官啦！本次大赛征稿历时27天，大赛共收到图虫摄影师投稿作品3.5万余件。作品围绕“发现新广州”主题，用镜头记录广州的独特魅力与发展。参赛者从多个方向进行创作，包括但不限于城市建筑的变迁与新地标的人文风貌，展示广州丰富的美食文化与自然风光，以及反映改革开放以来的城市发展。通过影像诉说广州的故事，展现新时代下的幸福广州。经过评委初选、打分、复审等多轮评审。最终评选出一等奖1名，二等奖3名，三等奖6名，优秀奖10名。下面将与你分享获奖摄影师镜头下这座城市的美好与变迁。

组织短视频挑战赛、达人直播、摄影大赛等活动，结合线下打卡点与体验场景，形成闭环互动，打破活动的私域限制，实现出圈传播。





## 洞察&创意 五、核心策略及创新点—1



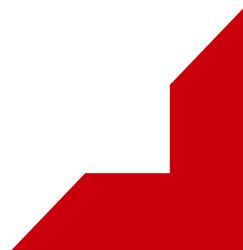
**以“春夏秋冬”作为活动宣传节点，采用“4+3”宣传策略  
(四大宣传阶段宣发结合三大传播渠道)**

**春•擘创广州红 构建活力新广州**

**夏•绿美广州红 促进开放新广州**

**秋•共绘广州红 引领高质新广州**

**冬•奋进广州红 推动发展新广州**





## 洞察&创意 五、核心策略及创新点—2

### 开展四大主题线上宣传活动

活动话  
题升级

公园直  
播节

网安周

为祖国  
庆生

升级打造“广州红幸福城”  
线上宣传矩阵话题，赋能广  
州高质量发展

打造城市“公园直播节”，  
激活广州消费新生力

联动双平台资源，配合广州  
市委网信办“网络安全宣传  
周”活动线上宣传

发起“我在广州...”主题宣  
传活动，展现广州城市新活  
力

# 洞察&创意 五、核心策略及创新点—3

## 开展三大主题线下传播活动

2024年度“广州红  
幸福城”项目启动  
仪式



“一城百面”  
城市打卡活动

2024年“广州红  
幸福城”年度盛典





# 洞察&创意 五、核心策略及创新点—4

## “品质内容+达人资源” 助力传播

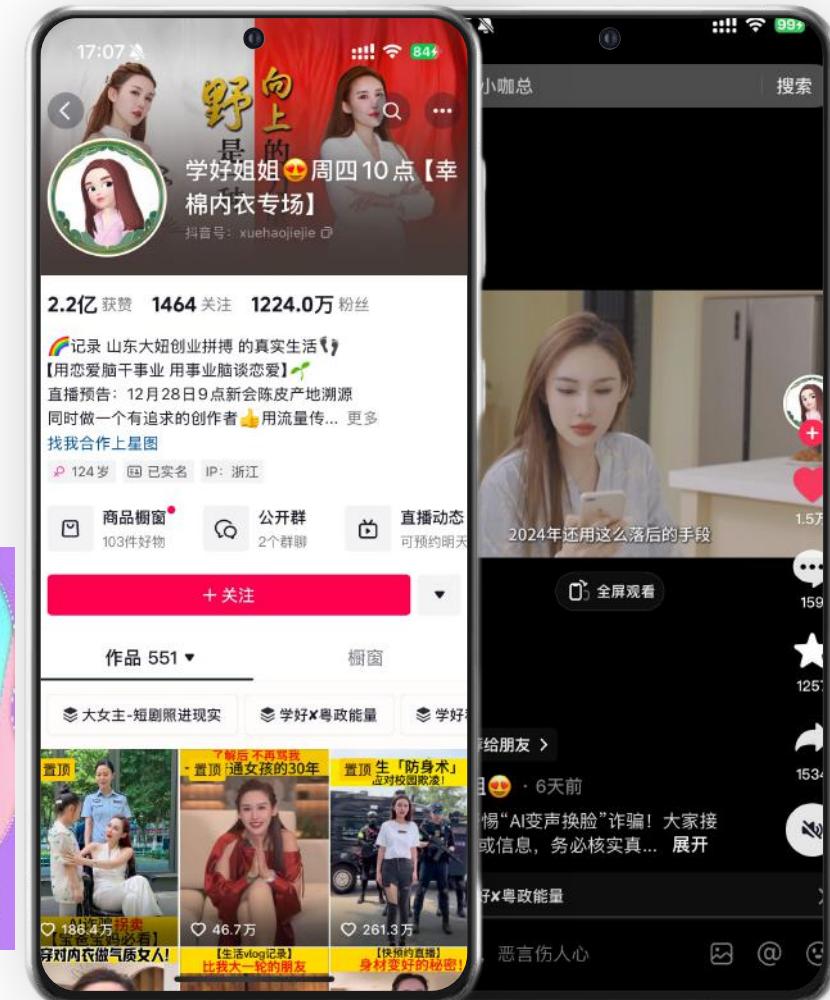
重磅发布“广州红幸福城”城市品牌LOGO

合作千万粉丝达人共创助力“网络安全”

全年合作超80+名达人传播品质内容

全年输出自制原创视频22条

首次采用AI科技方式发布“广州红八景”





# 洞察&创意 五、核心策略及创新点—5

## 丰富性媒体产品应用：字节系产品深度联动

深度挖掘字节跳动旗下多媒体产品潜力，打造全域营销矩阵。短视频+直播+达人+定制贴纸+全民任务，多维度传播手段互相补充，提升内容覆盖广度与深度。

利用整合资源最大化传播影响力，**活动总曝光近18亿次，其中#广州红幸福城话题曝光28.9亿次**，精准传播实现显著破圈。

### 全民任务

设置线上全民参与任务，激发用户主动参与感，形成UGC内容爆发。

### 图虫摄影大赛

通过专业摄影师和大众用户的参赛作品，展示城市不同维度的魅力。

### 定制贴纸

推出符合活动主题的抖音贴纸，增加用户创作趣味性，提升活动记忆点与互动体验。

### 深度嵌入达人资源

全年合作80+达人进行深度种草，结合多场景，将活动主题和宣传热点融入传播内容

### 精准推送

利用字节平台算法精准触达目标受众，提高传播转化效率。

### 广州红幸福城 资源包内容

定制话题	今日头条（含今日头条极速版）-项目定制话题页
定制任务	抖音-挑战赛话题页定制-商业
区域定制贴纸	抖音-贴纸-CPT
线下活动	抖音-线下活动
王牌硬广	王牌硬广
图虫特色资源	图虫-摄影大赛活动专区 图虫-达人合作
图虫APP端资源	图虫-活动页-摄影大赛排序-前置第二位 图虫-搜索栏-搜索发现-CPT
图虫PC端资源	图虫-社区首页-轮播Banner-CPT
	图虫-活动页-大图轮播Banner-CPT
新媒体资源	图虫-微信-图虫APP订阅号首条-CPT 图虫-APP头条号微头条/文章



# 媒介&执行 六、活动核心内容及执行

## 项目执行综合情况

我公司在“广州红幸福城”2024城市形象网络宣传项目中，**承担了从项目策划到项目执行再到总结汇报的全过程责任。**

公司通过充分链接客户需求与平台资源，精确制定线上线下活动的整体策划方案，确保每一环节紧密衔接并与项目目标高度契合。

在线上活动的创意策划与实施上，公司充分利用抖音、今日头条、图虫等平台的优势，精心设计内容传播策略，并与平台密切合作，最大化实现项目曝光与参与度。在项目执行阶段，项目团队成员密切配合，确保活动各项工作按时完成并达到预期效果。

项目期间，**项目团队共同完成2场大型线下活动与4场主题传播活动。**

时间 (2024年1月-12月)	活动内容
1月-2月	<b>【擎创广州红 构建活力新广州】</b> 1. 广州红红人团组建（春节期间） 2. 启动仪式筹备 3. 品牌形象升级（话题升级、宣传物料输出） 4. 项目前期筹备
3月-4月	<b>【i广州 耀出彩】广州红幸福城启动仪式执行及宣发活动</b> 1. “i广州 耀出彩”广州红幸福城启动仪式执行及宣发活动 2. 广州红幸福城logo发布 3. 2023年“广州红八景”发布
5月-6月	<b>【绿美广州红 促进开放新广州】</b> 1. “绿美广州”城市公园直播节 2. “广州红幸福城”抖音搜索品专上线 3. 达人线上宣传
7月-8月	<b>【共绘广州红 引领高质新广州】</b> 1. 网络安全周线上配合宣传： 2. 发起“网聚广州新力量”全民任务&定制抖音贴纸 3. 达人共创短剧 4. 达人线上宣传
9月-10月	<b>【我在广州遇见美好】第四届“一城百面”达人探城行打卡活动</b> 1. “我在广州遇见美好”第四届“一城百面”达人探城行打卡活动 2. “一城百面”全民任务 3. “发现新广州”图虫摄影大赛
11-12月	<b>【奋进广州红 推动发展新广州】</b> 1. “i在广州 网聚幸福”广州红幸福城2024年城市形象网络传播宣传活动年度盛典 2. 广州塔亮灯 3. 发布2024年“广州红八景”
全年	<b>广告投放</b> 1. 广告投放 <b>系列直播全年开展</b>

## 项目执行情况 (1)

1-2月

达人联动打卡广州红

期间，共合作抖音视频达人10个，带货达人23人，其中头部带货达人（带货等级≥6）20人。

“广州红幸福城”2024年春节活动宣传期间，合作10名抖音达人以**#打卡广州年味**为主题总输出10条相关内容助力#广州红幸福城话题传播，其中有5名达人定制#广州红幸福城主题视频，**相关视频总播放量为398.2w**，最终**#广州红幸福城**达人输出视频总播放量达1000万+。



## 项目执行情况 (2)

3-4月

### “广州红 幸福城” 2024年城市形象 网络宣传活动新春盛典

新春盛典作为“英雄花开英雄城”传承弘扬红色文化系列活动之一和“广州红 幸福城”2024年城市形象网络宣传活动的开篇之作，在春分时节（3月20日）为广大网友献上了一场**集文化、艺术、科技的视听盛宴**。

此次盛典以**线下现场演出+线上网络直播形式**进行，**中国广州发布等18家平台同步直播，全网累计直播观看量超2300万，同时在线最高超144万人次。**





## 项目执行情况 (3-1)

5-6月

### “广州红 幸福城”2024年城市形象网络宣传活动之“绿美广州红”城市公园直播节活动

在6月14日-15日，组织“西关大小姐何思渝”等5位抖音直播达人分别在广州市兰圃公园、麓湖公园、海珠湿地公园以及珠江公园开展“广州红 幸福城”2024年城市形象网络宣传活动之“绿美广州红”城市公园直播节活动，活动期间，官方直播间连续两天霸榜广州美食榜、景点榜、广东人气榜，**4场直播累计点赞量突破504万，直播总曝光达590.7万**，同步联动超20位抖音达人参与活动话题讨论，发布20条引导宣传视频，掀起舆论热潮。



广州红幸福城 广州珠江公园正在直 2024-06-15 15:59:17 - 2024-06-15 19:01:09 3小时0分钟
广州红幸福城 广州麓湖公园正在直 2024-06-15 08:59:33 - 2024-06-15 12:00:19 3小时0分钟
广州红幸福城 广州麓湖公园正在直 2024-06-14 15:55:35 - 2024-06-14 19:02:16 3小时6分钟
广州红幸福城 广州兰圃正在直播~ 2024-06-14 11:30:47 - 2024-06-14 12:00:22 30分钟
广州红幸福城 广州兰圃正在直播~ 2024-06-14 09:01:05 - 2024-06-14 11:30:41 2小时28分钟



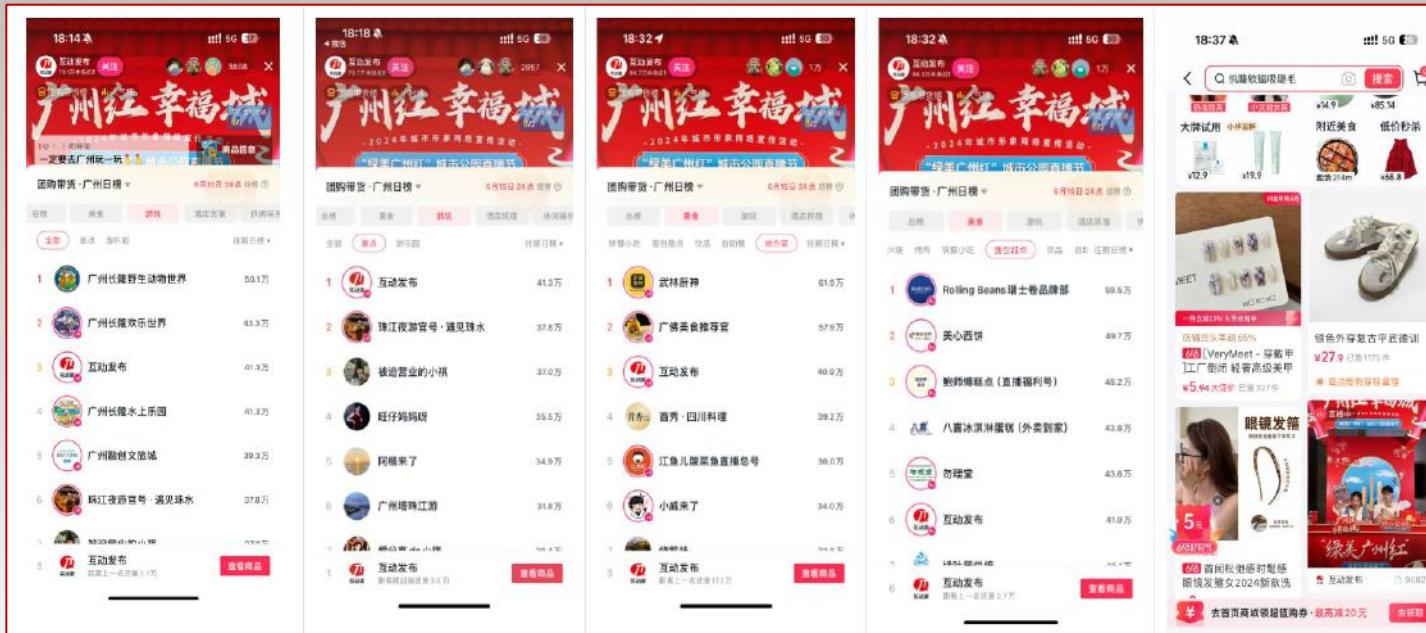
## 项目执行情况 (3-2)

5-6月

### “广州红 幸福城” 2024年城市形象网络宣传活动之“绿美广州红”城市公园直播节活动

直播期间，直播间频频登榜：

- 广东人气榜第30名、广州景点第1名、游玩榜冲进第3名、景点榜稳坐第1、美食总榜第28名、面包甜点第6名、冲上地方菜第3名
- 入选抖音团购频道首屏 “直播精选”



上榜截图

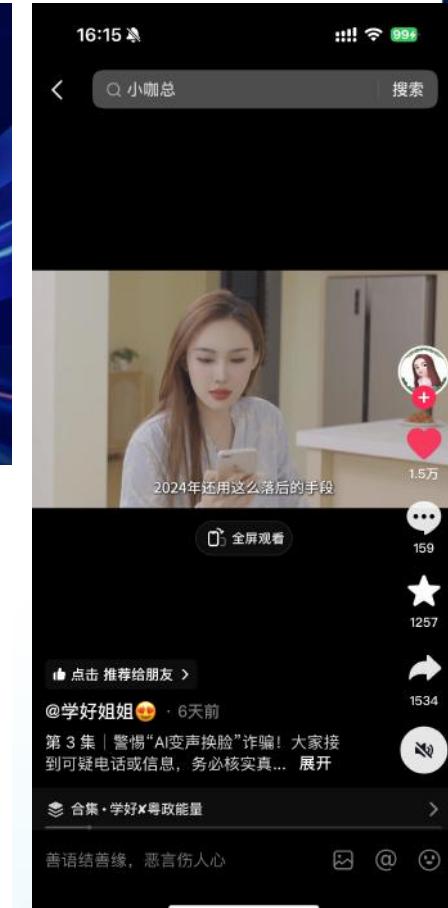
## 项目执行情况 (4)

7-9月

### “广州红 幸福城” 2024年城市形象 网络宣传活动之“网聚广州新力量” 短视频挑战赛

根据2024年国家网络安全宣传周活动开展规划，结合“广州红 幸福城” 2024年城市形象网络宣传活动安排，于9月2日至9月11日开展“广州红 幸福城” 2024年城市形象网络宣传活动之“网聚广州新力量” 短视频挑战赛。

- 在抖音平台发起#网聚广州新力量 短视频挑战赛，超32万网友参与，话题新增1.1亿次播放，累计视频投稿5万条。
- 1位千万粉丝+6位百万粉丝达人共创发布5条主题引导视频
- 上线#网聚广州新力量 主题2D贴纸助力活动线上宣传，**守护网络安全**主题贴纸 4.5万用户使用
- 20位抖音达人参与活动线上传播



合作千万粉丝抖音达人共创短片，平台点赞量1.5w

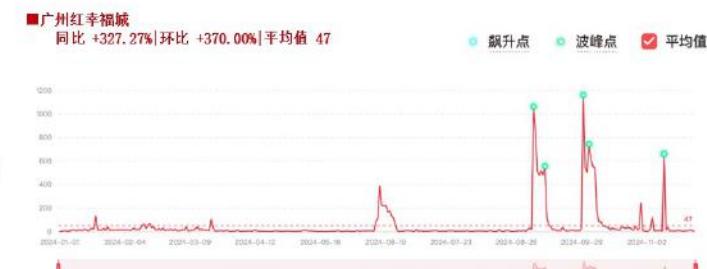
## 项目执行情况 (5-1)

10月

### “广州红 幸福城”2024年城市形象 网络宣传活动之第四届“一城百面” 打卡活动

第四届“一城百面”打卡活动，作为“广州红 幸福城”活动的子活动之一，在2024年9月30日至2024年10月31日期间开展。其中，国庆期间在线上发起“我在广州遇见美好”抖音全民任务和“发现新广州”图虫摄影大赛，十月中下旬在线下推出20个广州网红地标打卡点，通过抖音全民任务、特效贴纸、图虫摄影大赛、网红合作、打卡设计等多种形式组合推进，号召广大网友广泛参与，形成线上线下联动传播态势，共同展示广州城市风采和幸福生活。

- **发起#广州红幸福城 抖音全民任务，12名达人参与互动引导**
- **上线#广州红幸福城 主题2D贴纸助力活动线上宣传，贴纸互动超100万**
- **10月1日-31日在图虫发起#发现新广州# 图虫摄影大赛，超3.5万件作品参赛**



2024-09-04当日热门搜索  
广州红幸福城热门歌曲  
广州红幸福城  
广州红幸福城全民任务

2024-09-10当日热门搜索  
广州红幸福城  
广州红幸福城舞  
创造广州红幸福城

2024-09-30当日热门搜索  
广州红幸福城  
广州红幸福城舞  
广州红幸福城全民任务

2024-11-11当日热门搜索  
广州红幸福城2023  
广州红幸福城现场版  
广州红幸福城知足平凡之路

数据来源：巨量算数 2024.01-2024.11



## 项目执行情况 (5-2)

10月

### “广州红 幸福城”2024年城市形象 网络宣传活动之第四届“一城百面”达人 线下打卡行

第四届“一城百面”打卡活动在十月中旬在线下推出22个广州网红地标【广州塔、广州长隆旅游度假区、广州融创乐园、白云山风景名胜区、花城广场、北京路文化旅游区、永庆坊、广州市动物园、沙湾古镇、黄埔古港、西关大屋、陈家祠、华南植物园、珠江夜游（天字码头）、南沙滨海公园、广州起义纪念馆、中共三大会址纪念馆、农民运动讲习所、广州团一大纪念馆、中共中央机关旧址（春园）】作为打卡点，规划四条主题线路，并设置打卡装置，在2024年10月23日开展达人线下打卡行活动。

活动期间，超20名达人前往线下打卡，输出20条打卡视频。

特别合作邀请了5位外籍达人，分别是“老李在中国（粉丝量187.4W）”、“胖虎在广州（粉丝量125.3W）”、“莉莉丝在广东（粉丝量99.5W）”、“YoYo在广州（粉丝量77.9W）”、“刘备来了（粉丝量114.3W）”参与线下打卡；活动期间达人视频联动抖音平台热点话题#慢充旅行太治愈了。



## 项目执行情况 (6)

11-12月

### “广州红 幸福城” 2024年城市形象网络宣传 活动年度盛典

盛典以“‘i’在广州 网聚幸福”为主题，由“聚传承”、“聚新力”、“聚梦想”三大篇章构成，充分融入互联网行业特性，为广大网友打造了一场融合科技之光与文化之美的视听盛宴。

盛典以线下演出+线上直播形式进行，合作邀请了拥有粉丝246万的抖音原创音乐人“陈艺鹏”参与并演唱经典曲目，活动全网累计直播观看曝光量超2760万次，同时在线人次最高达138万。

同时，基于“抖音”平台广州地区各个景点的打卡数据，2024年度“广州红八景”推荐榜单重磅发布，巨量引擎本地业务酒旅政务度假游玩总监申茂蕾上台发布抖音上与广州相关的亮点数据。





# 效果&反馈

## 核心成果/数据展示 (总)



- #广州红幸福城 抖音话题曝光量增加3.8亿次 (抖音端累计话题曝光量达29亿次)；
- #广州红幸福城 今日头条话题阅读量为22亿，增加13.2亿；
- #发现新广州 图虫摄影大赛，共收到图虫摄影师投稿作品3.5万余件，总曝光量超200万+；



- #广州红幸福城累计合作达人80名，其中500w粉的头部达人5名，分别是学好姐姐：1252.8W；林暖言：582W；琦琦酱：675.9W；Charih旅行记：761.6；小谜兔：513.7W；100-300w粉中腰部达人13位；
- 产出宣导片3条，话题引导片14条，达人推广视频75条；
- 抖音平台用户参与内容新增106785条，今日头条新增122.3W讨论。



# 效果&反馈

## 核心成果/数据展示 (1)



### 目标

线下新春盛典活动拉开整个城市形象网络宣传活动的序幕，快速集聚关注度，为后续活动传播奠定基础。



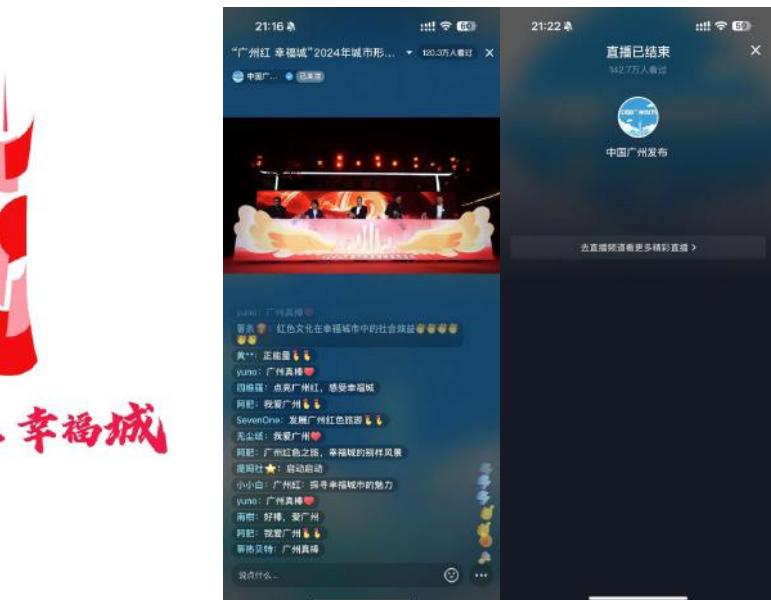
### 实施策略

- **多平台同步宣传：** 提前预热启动仪式，通过达人推广和精准广告投放吸引流量。
- **高规格内容呈现：** 邀请重要嘉宾曹雪参与仪式，合作设计广州红品牌logo，借助抖音直播互动功能，与观众实时交流，增强仪式感与参与感。



### 效果

通过直播启动仪式，有效集中流量并提升活动初始声量，中国广州发布等**18家平台同步直播，全网累计直播观看量超2300万，同时在线最高超144万人次**，助力后续传播扩展。





# 效果&反馈

## 核心成果/数据展示 (2)



### 目标

通过特色场景展示和互动内容吸引目标群体，实现精准曝光与有效种草。



### 实施策略

- 主题化直播：**围绕广州“绿美城市”的文化与自然资源打造直播内容，将红公园作为核心场景，通过达人解说、趣味挑战等吸引用户参与。
- 多形式互动：**利用抖音直播间的点赞、评论及抽奖功能，与观众实时互动，同时通过产品植入和达人带货提升经济效益。



### 效果

活动期间，**4场直播累计点赞量突破504万，直播总曝光达590.7万**。直播间频频霸榜，数据喜人：广东人气榜第30名、广州景点第1名、游玩榜冲进第3名、景点榜稳坐第1、美食总榜第28名、面包甜点第6名、冲上地方菜第3名，入选抖音团购频道首屏“直播精选”。成功将用户关注点聚焦到广州的生态文化，实现高效种草与流量转化，促进线上消费增长。





# 效果&反馈

## 核心成果/数据展示 (3)



### 目标

通过高质量线下年度盛典内容吸引广泛用户关注，进一步提升品牌声量与活动影响力。



### 实施策略

- 强势内容吸引：**邀请重要嘉宾（4位广州网络文化大使方锦龙、许鸿飞、曹雪、庄臣）参与，同时合作抖音达人（原创音乐人陈艺鹏-粉丝246w）参与以及虎牙、YY等平台联动，利用抖音平台精准推流功能，将盛典推送至更多目标用户。
- 品牌植入与传播：**通过活动直播背景板、短视频广告投放等形式，融入客户品牌，强化用户联想度与记忆点。



### 效果

晚会直播突破平台互动数据新高，全网累计直播观看曝光量超2760万次，同时在线人次最高达138万。全网曝光量显著增长，为客户品牌声量及美誉度的提升提供强有力支撑。



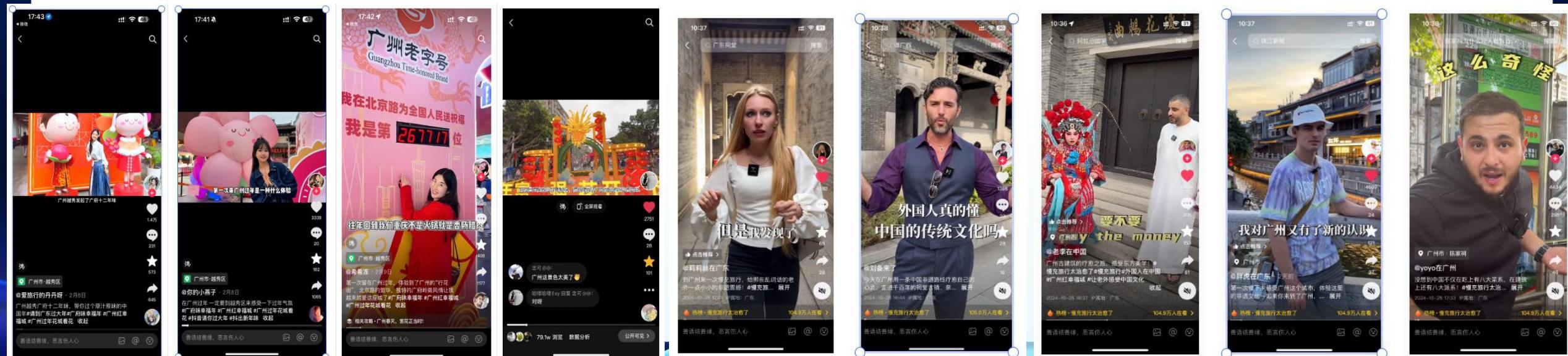


# 效果&反馈

## 核心成果/数据展示 达人打卡种草—文化传播与经济效益双提升

达人深度种草实现文化与场景结合，让活动不仅有流量，更具情感共鸣；定向传播提升活动的转化效率，**活动相关直播累计观看量超870万+，全网观看量破5000万。**

整体活动以“广州红幸福城”城市IP为基础，聚焦本地化特色，以“全方位、立体化、丰富性”的整合营销为核心，充分利用字节系产品多元组合的能力，打造城市传播的标杆案例，既实现城市品牌声量提升，也带动城市经济发展，形成文化传播与商业效益双赢。





### 品牌方证言及反馈

客户负责人高度认可并赞扬活动传播效果，表示项目“紧扣‘正能量’和‘奋斗’两个关键词，紧密结合‘百千万工程’‘绿美广州’建设的工作部署，融入广州互联网行业特色，重磅发布‘广州红幸福城’品牌LOGO，有序推进‘绿美广州红’‘遇见广州红’‘共绘广州红’和年度盛典等活动，通过短视频、直播带货、洋网红采风等线上线下结合的形式，**从阵地、内容、流量、创作者等全方位手段入手**，展示广州以‘二次创业’的奋进姿态，全力干出高质量发展的新活力新气象”，全年活动曝光超18亿+，超额达到预期传播效果，极大提升了“广州红幸福城”品牌认知度。

**客户名称：**中共广州市委网信办

**评价人职称：**中共广州市委网信办处长