

# 2025长隆抖音新年营销 | “打卡场景 + 品效闭环” 沉浸式场景营销

- ◆ 品牌名称：长隆集团
- ◆ 所属行业：文旅行业
- ◆ 执行时间：2025.01.03-02.28
- ◆ 参选类别：旅游服务类



## 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

<https://pan.baidu.com/s/1drXqHB071ZV1HrRHjPPAxw>

提取码: x2kg



# 背景&目标

## 1.项目背景

25年春节出游热度更高涨  
各大消息利好 春节长假游长线游



春节内容搜索提前爆发  
用户期待感拉满, 节日流量巨大



非遗、仪式感、国潮内容崛起  
从心动到体验, 纯硬广难打动用户



在此背景下, 长隆急需一场**强互动体验、深情绪共鸣的节日营销**

打造蛇年好运福地、25年春节出游最佳目的地心智标签, 实现**品牌声量与销售转化的双重爆发**



## 2. 目标人群洞察

➤ 长隆春节营销两大核心客群的差异与共性



### 中产亲子家庭

(决策者：30-45岁父母)

**寻求“甩娃放电、家长充电”的省心一站式体验；**  
高度重视旅程的教育性（寓教于乐）与安全性

内容触点上：父母信任攻略干货与品牌信誉，  
关注套餐性价比与便利性



### 结伴年轻客群

(决策者：18-30岁情侣/朋友)

**追求社交打卡、情绪治愈与年味仪式感；**  
易被“好运”、“财神”、“出片”等情绪标签吸引

内容触点上：年轻群体极易被创意内容和社交热点种草，  
是传播裂变的关键节点

**统一的情感诉求：无论何种客群，对春节的共同期待是“团圆”、“欢乐”、“好运”，  
渴望获得值得分享的家庭记忆与社交谈资**

## 3.整体策略

- 营销目标：打造“蛇年好运福地”形象，成为2025年春节必去目的地，实现品效合一
- 营销策略：以长隆三大度假区明星产品矩阵为支撑，集中“硬广+IP+达人”资源优势，多元触点组合击穿用户心智，打造蛇年春节出游最佳目的地，实现从“看到”到“想去”的认知闭环，突围春节文旅市场。
- 营销话题：#春节游长隆 #一路长隆过新年

### 送祝福

#### 硬广强曝光

组合式硬广有节奏铺排  
多渠道扩大品牌声量

- 抖音开屏
- 探索一夏
- 本地推
- 商业话题
- 品牌专区



### 齐欢乐

#### 内容深种草

攻略/创意/团购达人联动自媒体/园区号多方合力，创意内容强吸引，持续发酵种草

- 攻略达人
- 创意达人
- 度假矩阵
- 自媒体矩阵



### 爆好运

#### 事件趣互动

紧贴抖音热门内容及节点痛点，策划营销事件落地园区，激发游客UGC，自造热点引爆

- 金蛇贺岁暴富路线
- 新春全民抖音游戏
- 新春抖音贴纸游戏



### 贴喜气

#### 平台IP深共创

综艺IP《篮大100战》特别篇打造金牌系列内容，助力传播，提升品牌曝光

- 金牌动物挑战
- 金牌饲养员挑战
- 金牌销售挑战
- 金牌导游挑战



## 3.1 【硬广强曝光】：科学投放，精准曝光人群促成流转

### 策略核心

阶段化部署 目标清晰

阶段一：埋心智

1月3日-1月4日

提前布局，泛人群触达  
建立“长隆+春节”的关联认知

阶段二：促互动

1月9日-1月15日

加大力度，聚焦核心客群  
吸引力素材引互动，积累意向用户

阶段三：提转化

1月20日-1月22日

节前高意向人群集中曝光  
产品信息促销组合 促进购票决策

阶段四：升情感

1月29日

除夕春节期间  
主打情感共鸣和品牌祝福

阶段五：闪促曝光

2月5日

假期尾声 捕捉剩余流量  
闪促收割最后一波

### 定向策略

纵横结合，精准触达

#### 地域定向（横向）

结合抖音和直销大盘销售数据  
梳理核心城市和销售机会城市，并寻找彩蛋城市提销售

#### 人群定向（纵向）

泛精准人群 → LBS/周边人群 → 长隆兴趣深层人群  
逐步步收窄，持续加深心智

### 资源组合

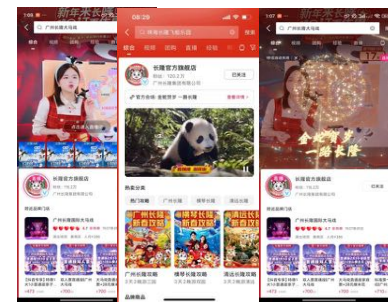
四维一体，矩阵出击



开屏：第一视觉轰炸



内容热推：赋能内容加热



搜索品专：拦截精准需求



商业话题：引爆品牌声量

覆盖用户“看-搜-互动”全行为路径 立体化触达

## 3.2 【硬广强曝光】：四重资源组合，多元触点覆盖，硬广整体曝光2727.36w

### 点位投放亮点汇总

- 1、硬广带动人群拉新412w，促成A3人群流转434.7w
- 2、新增内容热推资源，有效带动达人视频流量，其中小亿乱拍大片达人投放后点赞破10w
- 3、投入全年品专投放，尝试团购品专新样式彩蛋、攻略图等多形式后，整体点击效果有效提升

### 整体数据

总曝光：2727.36w

硬广人群资产拉新：412w

商业话题播放量：1.08亿

总点击：313.29w

硬广带动A3人群流转：434.70w

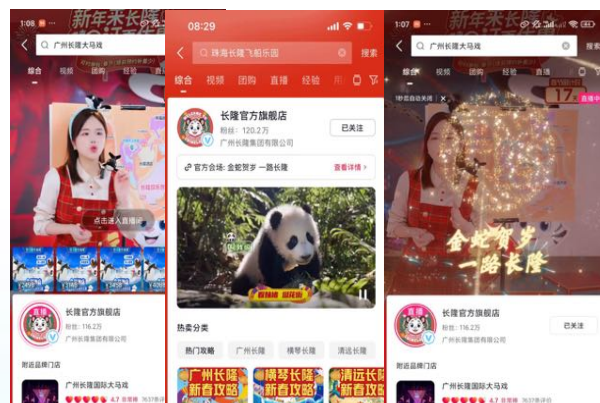
商业话题投稿：7398



**开屏投放**  
曝光：1723.77w 点击152.54w  
点击率8.85%



**内容热推**  
曝光：537.9w 点击13.5w  
点击率2.52%



**搜索品专**  
曝光：465.6w 点击147.2w  
点击率31.62%



**商业话题**  
#春节游长隆  
#一路长隆过新年

## 3.2 【内容深种草】 三线并行达人矩阵种草，星爆内容实现品效双收

攻略种草+创意共鸣+专项深耕三线并行的达人矩阵，定制长隆CNY营销差异化内容，精准触达不同客群

### 攻略种草线

#### 实用攻略 多角度深种草

合作本地/省外攻略达人、亲子/情侣达人  
提供实用指南，解决“怎么玩”



蛇馆 | 金蛇好运攻略

春节广珠五天四晚行运攻略

熊猫妹猪打卡攻略

带长辈一路长隆一站式过新年

虎鲸奇遇新年情侣攻略

亲子寒假出游一路长隆

### 创意共鸣线

#### 情绪爆款内容 冲击热榜

合作情感/剧情/摄影/搞笑类达人  
打造情绪爆款，塑造“好玩感”



解锁新年长隆相亲记

带北方人来长隆体验南方过年

长隆动物格莱美大片

粤语讲解蛇年长隆好意头

送自己一场海洋治愈之旅

带爸妈重游动物园&长隆年味故事

### 专项深耕线

#### 特色互动内容 打造爆点

合作贴纸达人/搞笑达人  
打板专项玩法，挖掘“特色玩”



金蛇贺岁暴富路线打卡

新春全民抖音游戏达人

新春抖音贴纸游戏达人

## 3.3 【事件趣互动】打造“长隆福地”人设，长隆抱富打卡即“暴富”

将新春祝福转化网感“暴富”符号，线下装置打卡与线上话题联动，打造春节长隆社交货币，引爆UGC传播

### 线下暴富装置落地长隆



### 线上趣味内容发酵，打响暴富称号

#### KOL带头打卡



搞笑KOL@阿基基米德  
「行走的表情包，  
打卡暴富路线送好运」

#### 营销号铺排



营销号铺排  
「打出“抱富”即“暴富”概念，  
打响长隆即福地称号」

#### 融媒体报道



融媒体@Vista看天下  
「时事热点报道式宣传  
引发网友热情讨论」

#### 综艺IP场景深度绑定露出



《篮大100战》长隆特别篇  
嘉宾同款蛇年暴富打卡

### 春节游客UGC持续爆发



## 3.3 【事件趣互动】小游戏大能量——抖音贴纸闯关，盘活百万流量

- 有效缓解园区拥挤排队期间用户情绪，提升用户排队趣味性并提升长隆相关内容ugc产出
- 在春节期间实现线上和线下的双线传播. 贴纸游玩以儿童与家庭成员参与为主，有效渗透亲子客群，引流入园

**专项总曝光：331w+ 贴纸视频UGC投稿量：1850+ 贴纸使用人次2789+**

### 线下落地贴纸——五大园区排队等候区



### 贴纸参与数据



### UGC评论及参与情况



## 4【IP深共创】跨界联动 场景深耕——综艺IP《篮大100战》长隆特别篇

长隆产品深度植入综艺金牌挑战，成功将综艺流量转化为品牌声量 引爆春节热榜

### 各大综艺名场面 深度绑定长隆野生动物世界



将长隆的动物、保育理念与节目挑战完美结合  
打造“可看、可学、可传播的”定制化内容



争夺【金牌保育员】传播长隆保育知识

争夺【金牌销售】蛇年暴富计划从纪念品销售开始

争夺【金牌导游】花式打卡动物世界

累计曝光  
4,260万+

全网播放  
2,260万+

- 第55期 谁是篮大“金牌保育员”  
2025-01-29 22:50 66
- 第56期 “金牌导游”之争篮大玩转长隆  
2025-01-30 29:26 75
- 第57期 篮大货品争夺战  
2025-01-31 17:59 40
- 第58期 篮大推銷战限时营业中

正片5篇，共计113分钟

短视频  
820万+



切片20篇，营销号31篇

话题热度  
1,152万

- 广州榜TOP1 15.7万人在看 · 完整榜单  
白凯南携篮大春节长隆当导游
- 上升热点 14.4万人在看 · 完整榜单 >  
篮大解锁新年许愿新方式
- 上升热点 26.3万人在看 · 完整榜单 >  
白凯南携篮大长隆春节团建

登陆自然热点3个

## 5.整体数据效果

项目总曝光  
**2.38亿+**

硬广+达人+事件+IP  
组合式全面铺排  
多渠道扩大品牌声量

品牌硬广曝光  
**2,727.3w+**

创新开屏上滑迎新  
多元动物贺岁助力  
品宣曝光

达人内容铺排  
**68+条**

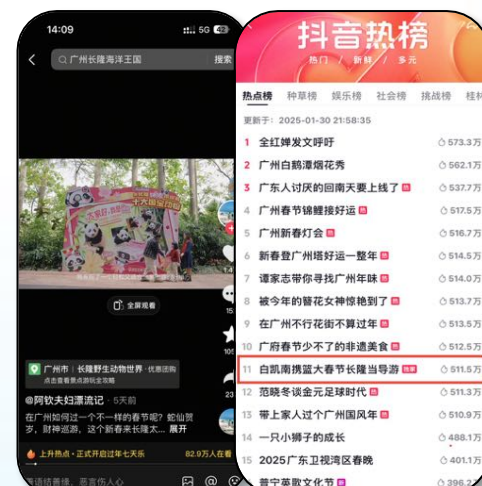
品牌达人种草收割  
助力产品出圈与销售转化

抖音平台热度值  
**4,260w+**

抖音明星综艺IP  
线上线下落  
组合实现节点营销大曝光

内容热点发酵  
**10个**

品牌达人+IP明星营销  
打造爆点内容  
冲击全国热榜



## 6.整体项目亮点

### 01 多种资源升级

扩大曝光助力销售转化  
加速目标人群资产流转



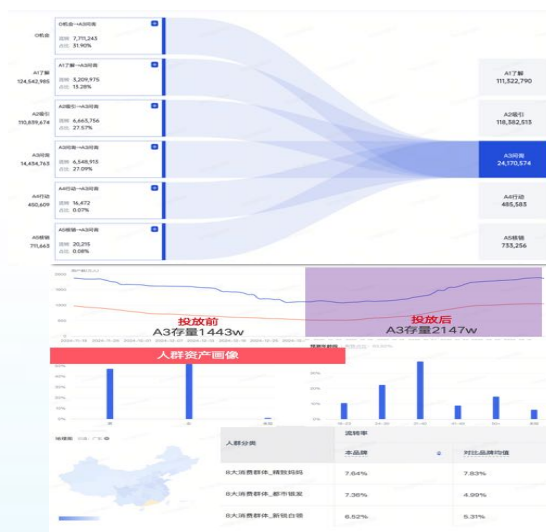
### 02 精致内容种草

高质量画面情感类达人，画面精致  
堪比TVC，得到网友认可



### 03 种草人群沉淀

人群流转率高，对比投放前人群流  
转提升47%



### 04 全新活动打造

自造抖音营销专项，蛇年暴富装  
置+蛇年全民互动小游戏



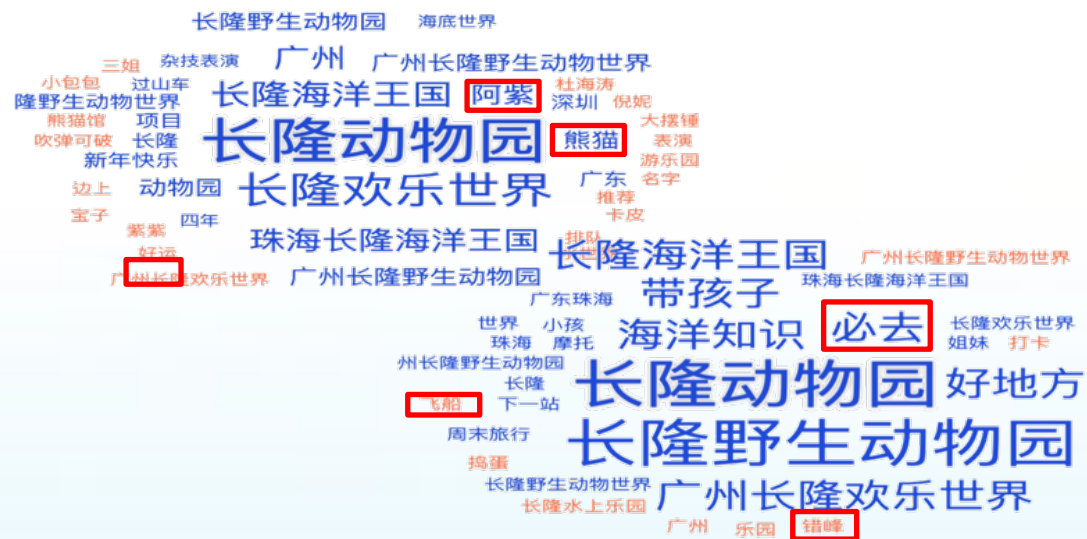


## 7.2 项目亮点-投后口碑正向

➤ 春节CNY达人合作内容评论整体偏正向，负向评论很少

### 达人内容全部评论提及词云

- 1-2月春节假期，长隆内容的评论口碑整体偏正向，除了长隆产品词，“熊猫”“好运”“周末旅游”“错峰”等CNY内容关键词被提及较多，评论数排进TOP40



### 达人内容正向评论提及词云

- 品牌正向评论提及关键词TOP3：长隆野生动物园、广州长隆欢乐世界、长隆野生动物世界
- 热门关键词中“动物园”“熊猫”高频出现，得益于品牌达人内容强效种草



## 7.3项目亮点-投后话题讨论度高

➤ 品牌话题总曝光达1.08亿+，用户热议出游信息，为出游长隆做准备



话题	话题指数 ↓	投稿量 ↓	点赞量 ↓	播放量 ↓
<b>TOP1</b> 春节游长隆	441083	5049	154.7w	7082.6w
一路长隆过新年	239909	2349	90.9w	3854.5w
轻松出游就要这么玩	162460	46	56.3w	2567.8w

春节达人内容评论区截图

询问游玩体验

询问游玩地点

询问产品价格

评论示例：
 

- 这个地址在哪里？小朋友最喜欢去玩的地方。
- 好玩的，早点去 人少体验感更好
- 其实宝妈比宝宝玩得更开心
- 珠海长隆飞船尔西
- 好玩吗
- 超级臭豆腐Molly Ko 每次去都有惊喜 还记得上一次是我们一起
- 快速手环怎么买多少钱
- 打卡了同款横琴湾酒店，日出海景超棒的，酒店的海豚比海洋王国还要近
- 这个是更划算些？两大一小2天1晚，+海洋王国门票

## 7.4项目亮点-投后热点多

- 成功冲上**10**个热点，与CNY节点&创意内容强相关
- 攻略达人登多个春节假期目的地热点，亲子/创意品牌达人热点与创意、长隆产品关联性强，综艺热榜强霸屏

🔥#更适合中国宝宝的过年方式

🔥#白凯南携篮大长隆春节团建

🔥#适合反向旅游的小众城市

🔥#白凯南携篮大长隆春节当导游

🔥#当德华一年终于等到今天

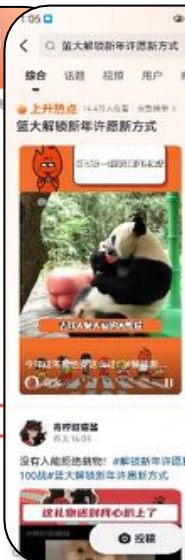
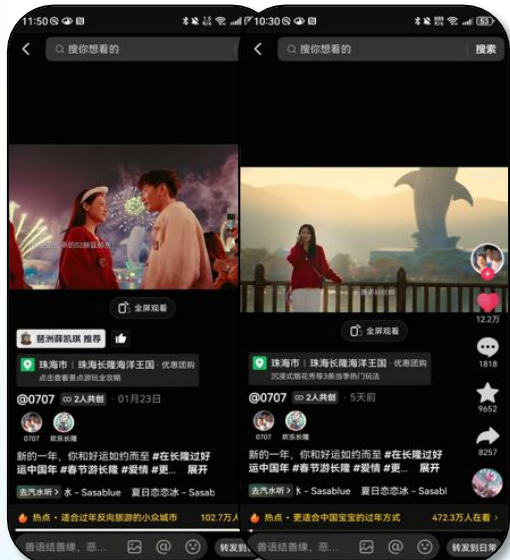
🔥#春节假期全国多地景区人山人海

🔥#篮大解锁新年许愿新方式

🔥#盘点春节出游目的地“顶流”

🔥#正式开启过年七天乐

🔥#你怎么胆敢和熊猫媲美



## 7.5项目亮点-投后爆文多

➤ 共有 **13** 个达人视频达到“量爆”水平，助力CNY传播声量

1		新的一年，你和好运如约而至 #在长隆... 0707 抖音号：1240668505	量爆
2		用格莱美慢镜头打开长隆神奇动物们 #... 小亿乱拍大片 抖音号：49506183865	量爆
3		人类幼崽和熊猫幼崽妹猪，都是在爱里... 溜溜桃 抖音号：xiaotaoliulu6	量爆
4		5年了，在我的辛苦栽培下，德华带娃... 薯条妈妈 抖音号：shutiaomama646	量爆
5		小朋友的天堂，边玩边学太幸福了 #小... 萝卜小碗	量爆

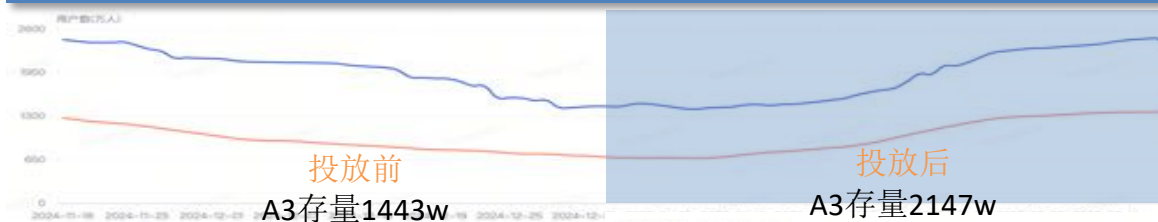
6		成年人有自己的新春解压方式！ #幽默... 三姐没事吧 抖音号：46282138248	量爆
7		这趟旅程让墩又哭又笑 又惊又喜 #... 蜡笔小墩 抖音号：pd20221018	量爆
8		别再说我们不带小大人出门玩啦，现在... 胖阿胖仙子 抖音号：Pxianzi	量爆
9		世界很大 幸福很小 家人常伴 新春长隆... 过期罐头 抖音号：GQGT	量爆
10		春节假期浪漫之旅 🌍 ✨ 隆玩两天 #vl... 晚安阿紫	量爆

11		这不就系“灵魂伴侣” #错峰游我的快... 甜蜜老张 抖音号：66218230095	量爆
12		关怀，有时需要换个方式 #错峰游我的... 唐瑜熙 抖音号：tyx0801	量爆
17		一场充满惊喜的旅行，开启全新美好的... 超级臭豆腐Molly Ko 抖音号：MollyKo2019	非爆文 目标：种草 建议：种草通 持续加热
18		尔滨对不起！今年我要去长隆过个暖冬... 勤开心 抖音号：yingying246899	量爆 目标：种草 建议：种草通
19		在#珠海长隆飞船乐园 拍到了2025的... 一条悠米 抖音号：yangyinghey	非爆文 目标：曝光 建议：内容热推
20		现在不用飞非洲，来清远长隆度假区就... 三月的枫	非爆文 目标：曝光 建议：内容热推

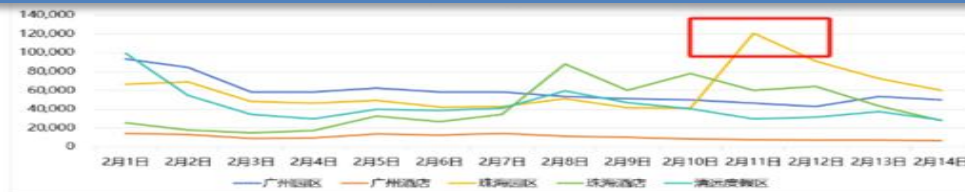
## 7.6项目亮点-品效转化提升

➤ 种草带动人群资产沉淀704w, 种草提升48.7%, 有效带动销售提升

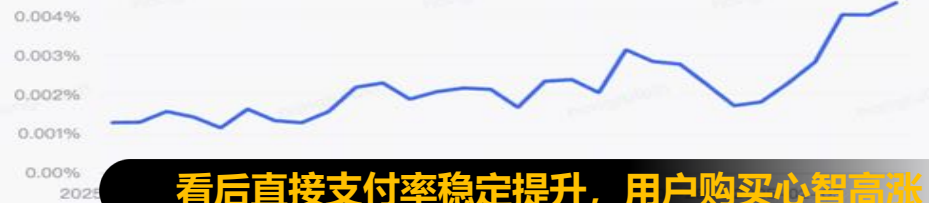
A3种草人群1443w提升至2147w, 云图资产人群画像与品牌销售画像相似, 从资产层面达成了稳定增长效果



销售趋势  
受CNY内容影响相关的看后&搜后支付稳定提升



看后直接支付率



搜后支付率

