

皇包车旅行

所属行业：互联网行业（旅行产品）

参选类别：数字营销最具影响力品牌

品牌简介

皇包车旅行，专注于为中国出境游用户提供中文境外包车游预订服务，诞生于 2015 年初，一端链接出境游国人，一端链接在海外生活多年的华人司导，为出境游国人提供专业的中文司机+导游服务。

作为细分领域领军平台，截至 2017 年 8 月，皇包车旅行拥有境外 10 万余名华人司机兼导游，覆盖全球 90+ 国家、1600+ 城市，累计服务 800 余万人次中国出境游用户。2018 年 3 月，皇包车旅行获得由红杉资本中国基金领投、原投资方经纬中国等跟投的 5000 万美元 C 轮融资，深受用户、媒体、投资方等多方认可。

2018 年数字营销影响力表现

2018 年，皇包车旅行在经历了 3 周年品牌生日之后，开始了品牌的营销推广之路，而 2018 年无疑成为了皇包车旅行深耕数字营销领域，不断尝新的营销元年。

18 年初，初涉营销的皇包车尝试了创意式的广告视频的话题营销，在社交媒体传播的基础上，品牌收获了 6000 万的关注量，品牌认知提升了 205%，并且获得百万互动量以及大量口碑转化，皇包车旅行在暑期迎来了更大规模的数字营销动作。继续尝试了包括病毒视频，H5，跨平台合作，多品牌联动等方式的数字营销手段，还与电影《西虹市首富》牵手，打造了一次品牌的年中营销盛宴。

2018 皇包车旅行 CNY 创意内容营销

皇包车旅行#名人城市指南#明星向导创意营销

“626 全球遛娃无忧季” 社交内容电商整合营销

《西虹市首富》电影植入创意整合营销

代表案例

案例-1：2018 皇包车旅行 CNY 创意内容营销

核心策略：时值春节档营销期，用创意连接品牌与用户，通过数字营销的手段扩大品牌知名度，传

递品牌价值观，通过情感关联，增强用户好感度，同时在 APP 端内开战旅行心愿单的活动，打造传播闭环。

亮点介绍：

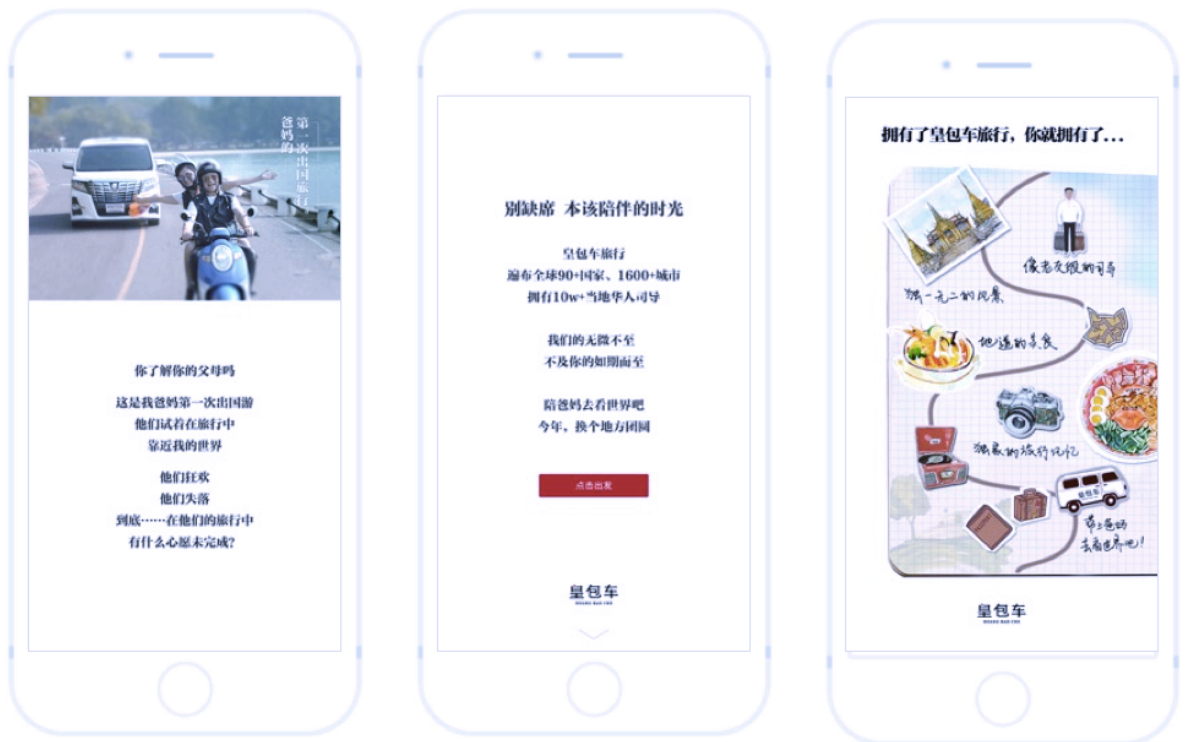
我们前往泰国拍了一支既有温度又引人深省的视频。从“陪伴”入手，将生活场景的合理放大，通过反转的故事情节，向用户传递了品牌 **“我们的无微不至，不及你的如期而至”** 的服务理念和呼吁陪伴的品牌情怀。



病毒视频传播《“陌生”的儿子》<https://v.qq.com/x/page/o0544dr32p4.html>

整个传播节奏，分为三个阶段，让用户对皇包车旅行品牌，有了一个从认知，思考到记住的过程。

第一阶段：朋友圈信息流精准定向投放；头部 KOL 助推：武志红，思想聚焦，桃红梨白；腾讯视频焦点图，所有展示引流至皇包车旅行 APP 端内心愿单，第一波收获转化 9000+。



第二阶段：由话题制造机（东七门）配合各领域自媒体发声，开启深度思考与探讨。

第三阶段：通过广告门；Socialbeta；广告狂人对整体营销案例的分析与包装。

案例-2：皇包车旅行暑期“全球遛娃无忧”计划

核心策略：暑期是亲子游的需求旺季，皇包车旅行借此时机产品升级，推出随车无忧妈妈包，为更多的亲子出游减负，传递产品卖点特性的同时，关注年轻妈妈群体。

亮点介绍：

以打造“626 全球遛娃无忧季”为核心，聚焦妈妈群体，推广皇包车随车配置无忧包。品牌推出主KV视觉。同时配合全媒体平台传播，微博，微信，楼宇电梯，亲子门店等配合 APP 端内的 1 元抢接送机活动，全面引爆传播。

项目前期洞察——营销方式不再注重多而广，而在于整合及打透目标人群



同步推出病毒视频《你见过这些奇怪的女人嘛？》聚焦妈妈包，将妈妈负重量化，可视化，聚焦关注点到妈妈爱的重量，引起目标用户情感共鸣，进一步提升品牌认知度及用户归属感。

病毒视频《你见过这些奇怪的女人嘛》，在视频的最终延续了“我们的无微不至，不及你对宝宝的关怀备至”成为了系列篇：<https://v.qq.com/x/page/k0713ymdo9z.html>

同时联动 9 大品牌下厨房、亚朵生活、环球漫游 Wi-Fi、网易考拉等及 6 大旅游局塞尔维亚国家旅游局、西雅图旅游局 Seattle 等携手助推全球遛娃无忧季。并推出司导宣言海报持续助力。



在第二波传播时，练手女性类 APP “辣妈帮” 全面推出“晒妈妈包赢大牌包”的活动，全面打透妈妈群体，配合双 H5（互动类，游戏类）的传播，迎来了传播的第二轮高潮。

案例-3：皇包车旅行#名人城市指南#明星向导创意营销

亮点展示：皇包车旅行牵手“宋佳，孙燕姿，井柏然，黄觉，陈可辛，胡兵，杨坤”作为城市向导，带你去世界故乡，感受不一样的旅行体验。



皇包车旅行 2018 营销传播效果： 总曝光量：3.5 亿；微信指数环比上涨：684.87%；百度指数环比上涨：306%，视频总播放量：5000W+；总互动量 600w+。

获奖情况：

广告门金瞳奖，Top-Digital 创新奖，金网奖情感营销类金奖，中国国际广告节广告长城奖