香港兴业国际集团

所属行业：商业地产
参选类别：数字营销最具影响力品牌

品牌简介

香港兴业国际集团（香港上市股份代码： 00480 ）于中国香港、中国内地及亚洲从事多元业务，业务涉及地产发展及投资、物业管理、豪华酒店、医疗保健服务及其他投资项目。集团凭借创新为先、卓越为求的坚定信念，群策群力锐意打造健康为本、独树风格的生活体验。

自 1977 年发展以来，香港兴业国际已从一家本地地产发展商蜕变为一家综合企业，在亚洲拥有多元业务，其中集团于中国内地的旗舰项目—兴业太古汇为世界级综合商业发展项目，2017 年开幕后已成为上海浦西的新地标，其综合体内的百年建筑查公馆更通过数年修缮，重新焕发新生。

2018 年数字营销影响力表现

值香港兴业国际成立 40 年之际，集团在旗下百年建筑——查公馆内举办以“济世为民”查公馆揭幕展，策划并执行一系列数字营销推广活动：微信推广、线上广告、H5 预约、360°线上全景观展，以及电视纪录片等方式向社会传播并宣传香港兴业国际积极正面的企业形象，同时从人文角度传递香港兴业国际的品牌精神与内涵，提升品牌认知度。

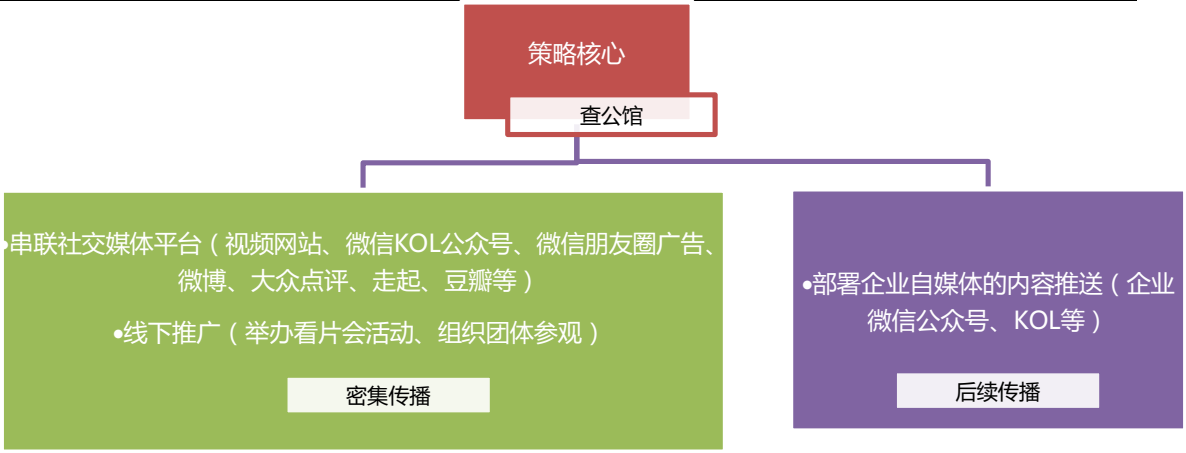
在为期一个半月的展期内，在线预约观展量近 **23,000 人次**，H5 预约页面访问量超过 **20 万+**，实际观展人数近 **3 万人次。**

代表案例

跨越百年的传奇“查公馆”数字营销活动

跨越百年的传奇“查公馆”数字营销活动以“济世为民”查公馆揭幕展为核心载体，通过多种形式及渠道传播，让老建筑的保育、爱国精神的传承、城市更新的话题不断发酵，引发了社会多方的关注，提升香港兴业国际的品牌核心价值，扩大了影响力。

- **策略核心**



➢ **核心亮点**

1. 专属线上预约平台：制作查公馆线上 **H5 预约平台**，不仅可以通过该平台进行预约参观，还可参观线上虚拟展览，了解历史建筑的修缮细节。
2. 微信微博内容传播: 展览期间，围绕**“查济民博士的传奇故事”**、**“大中里的前世今生”**两大主题，利用微信、微博等平台，发布系列文章共 27 篇；在豆瓣、走起 GO、大众点评网等其他社交平台辅助推广。此外邀请主流 KOL 撰稿，覆盖更多人群。

原创微信内容展示

- 根据不同传播阶段，定制不同微信内容；
- 持续更新，保持粉丝粘性。

（官方微信发布部分截图）

3. **加入“乐游静安”线上观展**

与上海市静安区旅游局合作接洽，推介查公馆进入“乐游静安”计划，将查公馆和展览以 **360 全景虚拟展览**的形式呈现给更多受众。

全景观看链接：https://www.ivrpano.com/ws/openPano/F8733DD1080C2FFA?sid=0

4. **微信朋友圈及微博广告投放**扩大传播影响力

➢ 营销效果与市场反馈

经过为期 58 天的开放，查公馆已成为沪上热门新地标，观众个人朋友圈及广泛传播，新媒体平台等自发转发查公馆及香港兴业国际相关内容。项目的效果可以通过以下数据（2018 年 4 月至 8 月间）得以体现：

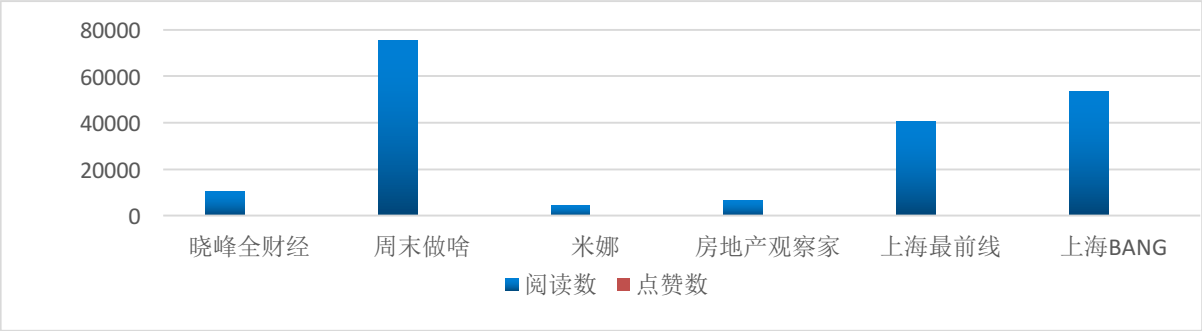
1. 讲述大中里变迁和查公馆平移修复的电视纪录片《沪港两地的平行世界，大中里的前世今生》在上海电视台获得播出，其重新剪辑及衍生的短片获腾讯、天天快报、搜狐等多家视频网站首页推荐，共达成近 **120,000 点击量。**

腾讯、天天快报、搜狐三家视频首页推荐
共达成近120,000点击量

2. 集团微信发布原创内容 **27** 条，粉丝增加 **3,212** 名，粉丝量达 **21,212** 人；总阅读数 **142,902** 次，获 **1,987** 次点赞。

3. 查公馆线上 H5 预约平台，预约页面访问量 **20 万+** ,共有**近 23,000** 人进行线上预约。

4. 社交媒体中，邀请 6 位不同类别的 KOL 助推相关内容，阅读量达 **20 万**。



5. 另有 **36 个**公众号进行内容传播，共计浏览量达 **605,493**

6. 官方微博#查公馆#话题量达 **20 万+**

7. 微博粉丝通广告总共投放 4 天 ,曝光次数为 319,180，总阅读量 **108 万+**，微信朋友圈广告曝光次数为 **613,506**，点击数 20,313 次，点赞数 582 次

8. 其他社交平台（大众点评、走起 GO），查公馆相关内容访问量总计约 **86 万**

➢ **查公馆揭幕展视频：**https://pan.baidu.com/s/1_ZDDwtWv7TutfiD_AXzLSQ

通过跨越百年的传奇“查公馆”一系列营销活动，查公馆不仅成为兴业太古汇项目南端的标志，同时也成为上海又一个优秀历史建筑保护、更新的典范，同时，集团逐渐走入大众视野，获得各界广泛关注，更树立香港兴业国际集团积极正面的企业形象，提升了品牌知名度。