

黑龙江冬季旅游：奇妙爱情岛，让爱更深刻

广告主：黑龙江省文化和旅游厅

所属行业：旅游、政府

执行时间：2017.12.30-2018.02.15

参选类别：创意传播类

营销背景

自2015年将“冰雪之冠”启用为黑龙江冬季品牌后，大众熟知这里有最好的冰雪资源：最酷的冰雪节、最专业的滑雪场、最大的冰雕、雪雕艺术群……以“冰雪之最”强调“冰雪之冠”，是黑龙江冬季营销的初始思路；到了2017-2018年冬季，经过两年多的品牌经营，“冰雪之冠”已无需自我介绍，而是展示自身的“隐藏技能”。正如客户希望，2017-2018年冬季，黑龙江的营销应在资源性信息输出外，增加情感性输出。冬天的黑龙江，看似实力派，却缺乏情感共鸣！

营销目标

于客户而言，2017-2018年黑龙江冬季营销应该做到以下四点：

- 1、实现目的地形象由“冰雪之冠”向浪漫的“冰雪之冠”转型；
- 2、促进目的地传播从单一资源导向到资源+情感导向优化升级；
- 3、吸引更多向往冰雪，信仰爱情的年轻人，来黑龙江实现一趟让爱更深刻的冰雪浪漫之旅；
- 4、冬季游客量实现一定提升。

策略与创意

策略：通过“冰雪之冠”黑龙江的“隐藏技能”——浪漫，与游客达成情感共鸣。让深刻的爱情，搭建目的地与游客内心的沟通桥梁。

创意：在黑龙江奇妙爱情岛上，居住着一位雪雕老人，但凡经他雕刻的爱情都会得到祝福，变得更加深刻。而你，只要联系到雪雕老人，讲述你的爱情故事，就有机会拥有一座属于自己的爱情雪雕，你的爱情也会得到深刻的祝福。想要联系到雪雕老人很容易哦，他的“信箱”正通过很多渠道开放着……在这个创意背后，黑龙江便是雪雕老人的化身，而这个梦幻的故事我们将通过媒体合作的形式传递到目标客群中，收集到真实的爱情故事，为爱情雪雕提供创作灵感，打造奇妙爱情岛，以此吸引更多人来此参观。

亮点：此次营销有五大亮点。

- 1、“奇妙爱情岛”于目的地，是一个可持续发展，可实现复制，可不断推陈的 IP 性创意产物。
- 2、将黑龙江“拟人”为雪雕老人，为他包装一个浪漫的故事，使目的地亲近地走近目标客群中，成功塑造目的地浪漫形象。
- 3、打造全新吸引物“奇妙爱情岛”，借此一地直击消费者，同时深挖本地资源，借势推出十大浪漫目的地和十大爱情玩法，一地击破，以一带十。
- 4、大胆尝试新媒体、传统媒体和户外媒体的组合形式，在与《新京报》合作中，利用传统媒体玩转社交媒体式的互动营销。
- 5、传播节点精准把控，实现高效传播。项目自启动至结束分别跨越跨年、元旦、春节、情人节等几大节庆，消费关注度和感知度高。

执行过程/媒体表现

此次营销将黑龙江化身雪雕老人，打造全新旅游吸引物“奇妙爱情岛”，塑造目的地的浪漫形象。项目执行期自 2017 年 12 月 30 日—2018 年 2 月 14 日，投放周期 6 周。

请观看项目短片《奇妙爱情岛，让爱更深刻》：

<https://v.qq.com/x/page/w06624yag9v.html>

整个项目分三个阶段展开：多渠道征集爱情故事 — 打造奇妙爱情岛 — 媒体集中传播&目的地的再安利。年跨年前夜开始，我用一个半月时间，通过四种形式公开征集爱情故事，累计征集爱情故事 3000 多个。在 1 月 19 日到 3 月初，奇妙爱情岛实现落地对对外展出，相关传播同步开启，微博话题#奇妙爱情岛#获得了超过 2700 多万的阅读量和讨论量。在 2 月初到情人节期间，我们通过一部爱情短片和集中式的媒体报道，在春节档旅游季前，针对奇妙爱情岛展开了新一轮媒体报道。

附 1：街头采访视频：<https://v.qq.com/x/page/y052599uyfe.html>



附 2：北上广深哈尔滨四地购物中心互动大屏投放实际效果图



附 3：新世相品牌联合海报 3 张，征集爱情故事。

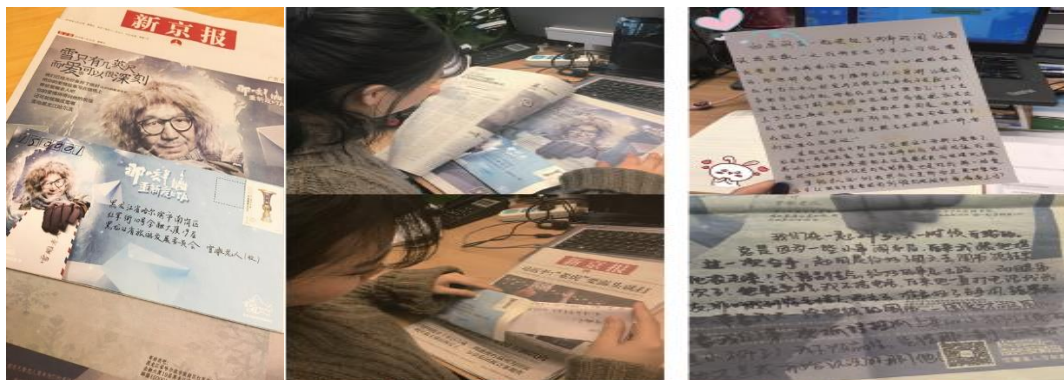


附 4：新世相 2500 个爱情故事总结文章《时间根本没准备打败你的爱情》。

http://mp.weixin.qq.com/s/pqDri1gn5_YQywUbprpzgg



附 5：新京报整版广告+2000 份夹报信封+读者互动。



附 6：《给雪雕老人的一封信》H5

<https://lcs.cytslinkage.com/h5/snowman/?from=message&isappinstalled=0>



附 7：奇妙爱情岛雪雕



附 8：爱情短片《哪一刻，你重新爱上了对方？》

http://www.iqiyi.com/v_19rrbp75vw.html



营销效果与市场反馈

此次营销，我们实现了总曝光量覆盖 7,358.7 万人次。

爱情故事征集覆盖 700 万目标人群，产生 UGC 内容 3000 条。

奇妙爱情岛传播覆盖 3400 万人次，微博话题#奇妙爱情岛#阅读量达 2795 万人次。

爱情短片在八大平台传播，累计播放量达 1198.3 万，地铁广告和朋友圈广告对奇妙爱情岛展开全方位传播，线上线下累计覆盖量达 636.7 万。

情人节前夕，《中国旅游报》、旅游商业观察、梅花网、TOP Marketing、营销兵法集中报道。广告人骏小宝点评“这哪像一个省级政府部门做出来的营销案例啊！”

同时，黑龙江冬季游客量同比实现 17.35% 的增长率，达到 5638.1 万人次。