**香港旅游发展局#再遇心动香港#话题营销**

**广 告 主**：香港旅游发展局

**所属行业：**文旅行业

**执行时间**：2022.06-08

**参选类别**：话题营销类

**营销背景**

在香港回归25周年之际，以庆祝纪念回归为契机，香港旅游发展局推出特别献礼——『回归25周年纪念TVC』，以及展现香港生活精彩多方面的『360 Everyday系列视频』，策划节点话题营销，触发社媒热度，提高香港城市旅游的曝光，增添香港旅游的美誉。

营销挑战：

* 话题营销期间，受疫情影响两岸尚未通关，如何让未能赴港的受众与香港回归25周年产生联结，获得情感共鸣？
* 在“七一”强节点短周期内，如何利用话题热度，将回归主题传播素材以及缤纷的回归主题活动有机串联起来，形成快速曝光-强势聚集-长尾沉淀？

**营销目标**

通过庆回归25周年主题话题炒热，重燃TA对香港美好的祝福和期望，增进内地受众与香港的情感链接。

**策略与创意**

值香港回归25周年之际，港风文化再度翻红。香港印象与家国情怀，香港流行文化与丰富的个体情感，勾连起不同代际的人们对青春、理想、情感与美好生活的共鸣，成为粤港澳大湾区乃至全国共同体意识的精神资源。基于这一核心洞察，**#再遇心动香港#**整体营销分三个阶段进行宣传节铺排：

**STEP 01 怀旧—情绪触发：#我和香港这些年#**

深刻洞察具高认知度的香港文化记忆，以港乐、港剧、港味等影响了80到00后几代人的香港文化，燃点用户情绪；

**STEP 02 献礼—回归廿五周年：#开启香港新旅程#**

主题TVC精彩荟萃全年香港艺文活动、共同感受纪念回归的欢愉气氛、掀起祝福、欢庆热潮；

**STEP 03  咏新—呈现活力香港：#时刻精彩 就在香港#**

回归25年的香港城市魅力依然，焕发生机，每时每刻，每个角度，360 Every day，精彩不落幕。

此外，结合双微一抖不同社媒平台的生态特点针对性输出营销内容，充分联动平台资源，精准覆盖粤港湾大湾区年轻受众，以各类低门槛轻互动促进参与，获得优质UGC口碑扩散，实现话题叠加炒热效应最大化。

**执行过程/媒体表现**

* **社媒内容专题阵地先行：**结合双微一抖平台生态及特点，打造系列内容专题阵地，有效聚合营销内容，形成话题传播锚点。



专题页聚合庆回归大事件主题系列视频：

|  |  |
| --- | --- |
| 回归25周年纪念TVC | <https://weibo.com/1655498260/LzOAYb6PM> |
| 庆祝香港回归25周年大事件 | <https://v.douyin.com/Y7b7So8/> |
| 回归25周年特别献礼维港光影汇演 | <https://weibo.com/1655498260/LAhMsuhsS> |
| 【360 Everyday】之 九龙城艺术游 | <https://weibo.com/1655498260/LATvCi0vs> |
| 【360 Everyday】之 深水埗文青游 | <https://weibo.com/1655498260/LBkTk2yYU> |
| 【360 Everyday】之 果栏寻味之旅 | <https://weibo.com/1655498260/LBXCZyOwE> |
| 【360 Everyday】之 飞跃马鞍山 | <https://weibo.com/1655498260/LDqPYf5V5> |

* **话题上线，优质内容情感触达，唤醒受众香港情怀：**微信主题创意SVG、有奖征集、卡点视频等丰富形式，输出香港回归25周年纪念主题情怀内容





↑↑↑↑ 扫二维码可查看主题创意SVG

* **联动微博平台强势资源：**携手@新浪旅游  @微博旅游合作回归纪念#再遇心动香港#主题话题活动，联动旅行垂类KOL，辅以微博平台推广资源，获得话题阅读量 **1.8亿**，话题讨论量**4.2万**，超过**1500名橙V**、**66名蓝V**以及**10000+名普通用户**参与本话题。





* **微博平台明星合作资源和流量加持**：携手@新浪时尚 合作回归纪念主题#港真靓#话题活动，对话周柏豪、洪卓立、文咏珊、刘恺威等4位香港知名艺人，推介香港城市旅游，获得巨量曝光。



* **联动抖音平台强势资源**：以抖音品专、热搜榜单引流**#再遇心动香港#**抖音话题页，携手抖音平台Beyond线上演唱会，推广港乐重燃计划，为抖音官方账号带来较高的用户转化。



* **双微一抖UGC征集：**以内容情感触发、微博星选任务助推及回归周年纪念礼盒等奖励刺激，带动受众参与**#再遇心动香港#**话题互动，获得了5000+条优质UGC，形成对香港美好祝福与回忆的内容沉淀及口碑扩散。



* 充分利用各平台流量助推工具，增进话题曝光，带动回归25周年后香港今日的精彩，在社媒平台多切面绽放。

**营销效果与市场反馈**

#再遇心动香港#微博话题阅读量**1.8亿**，话题讨论量**4.2万**；

**超1500名橙V、66名蓝V以及10000+名普通用户参与**；

收获**5000+条优质UGC**，形成对香港美好祝福与回忆的内容沉淀及口碑扩散；

社媒平台累计曝光量：**2.6亿+**；

社媒总互动量：**55.8w+**；

双微一抖官号矩阵增粉 **4w+**；

营销期间，结合话题和微博旅游热门榜推广香港POI，其中香港狮子山、香港故宫文化博物馆、太平山顶三个香港旅游POI登上全国榜前十。