

长隆品牌故事片 《广东人游长隆》

- **品牌名称：**长隆集团
- **所属行业：**旅游及出行
- **执行时间：**2024.12
- **参选类别：**视频内容营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

发表媒体：微信视频号 欢乐长隆

<https://v.qq.com/x/page/h3222ax1jvv.html>

需求回顾：

广东人游长隆

广州到珠海，从野生动物世界到飞船乐园，人生重要时刻在长隆度过，已成为许多大湾区居民不可或缺的仪式感，长隆承载着本土文化的自豪感和珍贵的集体记忆。本阶段长隆除了宣传产品及活动外，更要体现品牌专属的情感价值，因此需要定制创作针对广东人心理认同的品牌片。

01

展现长隆与广东人的情感关联
体现长隆品牌情感价值。

02

通过针对性的情感诉求，引发
广东人的情感共鸣，从而产生
游玩意图，触发多次消费动机。

03

特别展现长隆最突出的场景及
产品，例如中心湖烟花。



/ 前策思考 /

2024年最新报道显示，长隆每年吸引近**4000万人次**前来体验，保守估计，每**3位**中国人里，就有**1位**来过长隆。

从市场维度来看：

01

游客度假方式的变化-短平快的轻度假成刚需：城市Citywalk、城市微度假等度假方式的兴起。短、平、快的轻度假方式渐渐成为刚需。

02

广东客群天然优势明显：广东拥有1亿人口，人均GDP位列全国前列；广东人的出游热情高涨，每年的出游榜单里，广东人都名列前茅。

03

文旅行业的收益结构在变化-占领周末游市场：五大节点很重要，但周末游市场也很重要，占领周末游市场是目标。



/ 前策思考 /

基于以上思考，我们理解
广东，是长隆的核心根据地
其重要程度不言而喻

/ 如何重新激活广东市场 /

定制垂直于**广东人**的品牌宣传片
传递「**人生重要时刻 长隆与你同在**」核心内容



将在长隆的“**生活仪式需求**”提炼出来

/ 核心创意 /

定制改编歌曲《魅力长隆》

通过旋律串联起一家三代的成长故事

沿着长隆的发展轨迹，书写爱与回忆



生动诠释“幸福快乐在长隆”的动人内涵

/ 广告语 /

人生重要时刻，长隆与你同在
每一代人和长隆的故事仍在延续
长隆期待与你创造更多欢笑与感动，书写爱与回忆
幸福快乐在长隆！

1997年

爸妈第一次带我来长隆野生动物世界
(原名：香江野生动物世界)



2006年
第一次来长隆欢乐世界春游



2014年
在长隆海洋王国过生日

20多年后
二代同堂齐看企鹅大家族



长隆度假区
CHIMELONG RESORT

人生重要时刻 长隆与你同在

/ 制作亮点 /

01 以广东一家三代人的人生故事切入，画面张弛有度

02 用巧妙转场营造时间流逝的厚重感

03 用升格镜头捕捉成长过程中在长隆的幸福瞬间

04 详略得当地放大情感浓度



/ 成品效果 /

视觉上，画面精美，展现长隆**多样精彩场景**，极具吸引力

点击量可观，**视频点赞数2300+**，**爱心数破万**，在网络平台收获大量关注

投入产出比良好，以合理投入换来广泛传播及潜在客源增长，有效提升长隆在广东地区的知名度与影响力，促进更多广东人前往游玩体验

