

这就是转机！ 香港国际机场创新品牌营销

- **品牌名称：**香港机管局
- **所属行业：**交通
- **执行时间：**2025.01-02
- **参选类别：**跨界联合营销类



优酷人文 俊驰广告

洞察

大湾区政策红利释放、内地游客出行需求迫切，人文共鸣能进一步撬动理性决策，内地用户对“高效便捷”与“情感价值”足够敏感，节目通过真实故事展现服务细节可实现双效传播。

挑战

强化香港机场作为大湾区航空枢纽的地位，突破内地用户对机场服务的认知局限。

创造

《这就是转机》系列IP以“文化名人纪录片+青年励志短剧”双内容驱动，深度植入机场服务理念和中转优势，并结合全城整合营销。

张艾嘉作为“探索者”走进机场禁区，引导观众进入香港国际机场“看不见的”幕后推手们的非凡工作场景；

内地青年演员张艺上、秦奋出演短剧，以港漂青年求职者、跨境情侣等身份展开在机场的故事。

表现

文化名人视角深挖机场温度，青年短剧励志绑定机场场景，全域传播组合拳精准击穿圈层，超级场景+生态协同，联合飞猪推出“经港飞”福利实现闭环转化，线下覆盖25城商圈大屏，实现“内容曝光-兴趣激发-消费行动”全链路。

香港国际机场 创新品牌营销

这就是
转机
TRANSIT
OF
LIFE



效果

全网曝光量超4.4亿，触达高潜力人群
观众对机场“中转效率”、“服务体验”

认知度提升

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

这就是转机—纪实篇

<https://v.youku.com/video?spm=a2hkm.8166622.app.5~5~5!4~A&s=ccaded5017e7458a8fca&>

这就是转机—短剧篇

https://v.youku.com/video?spm=a2hkm.8166622.PhoneSokuProgram_2.dtitle&s=cdba4a2ed7474a68b799



在大湾区融合政策及全球交通复苏的背景下，香港国际机场亟需强化其作为“国际枢纽+文化经济桥梁”的双重角色，提升中国内地游客及商务人士对机场服务与中转价值的认知，同时推动跨境商务合作。优酷、香港机管局与俊驰广告联合打造《这就是转机》IP，通过“文化名人纪录片+青年励志短剧”双内容驱动，以张艾嘉的人文视角与青年奋斗职场故事为载体，深度植入机场服务理念与中转优势，结合全域整合营销，成功实现品牌认知破圈。项目覆盖全网曝光量超4.4亿，触达一线城市及高潜力旅游人群，助力香港国际机场抢占大湾区枢纽心智高地。

1. 大湾区政策红利释放：香港国际机场以货运量全球第一、客运量世界第三的规模，成为大湾区文化经济交流的核心枢纽。
2. 疫后复苏需求迫切：全球交通流量回暖，内地游客及商务人士跨境出行需求激增，机场需快速重建品牌影响力。
3. 巩固香港国际机场（HKIA）作为全球领先转运枢纽的地位，加强香港与中国内地之间的连接。
4. 展示机场独特的运营卓越性和文化意义，推广香港国际机场，成为国内旅客及商务贸易通往世界的首选门户。

1. **心智占位：**通过文化内容塑造香港机场“国际枢纽+科技以人为本的人文温度”的双重形象，提升内地用户品牌认知度与好感度。
2. **场景渗透：**以既陌生又熟悉的香港国际机场场景，结合大湾区交通网络优势，传递“经香港转机，高效触达全球”的核心价值，推动中转选择率提升。
3. **生态联动：**借力阿里生态资源，打通从内容曝光到旅游消费的转化链路，激活跨境商务与休闲出行需求。

洞察：人文共鸣撬动理性决策

1、港漂在港学习生活，中港文化文化及生活中转的一群核心人群，包括中国大陆及中国台湾，同时也给香港注入了文化及经济等融合及发展的力量。

2、内地高净值用户（商务人士、年轻旅行者）对“高效便捷”与“情感价值”双重敏感。通过真实人物故事展现机场服务细节，既能传递功能性优势，又能以情感共鸣降低决策门槛。张艾嘉的文化影响力与年轻演员张艺上、秦奋出演的青年短剧的励志叙事，可精准覆盖中青年核心客群，实现“理性说服+感性打动”的双效传播。

文化名人视角，深挖品牌温度

以张艾嘉为“探索者”走进机场禁区，引导观众从“看得见”的高科技和人性化的香港国际机场，进入“看不见的”幕后推手们（香港国际机场的非凡工作场景。挖掘香港国际机场六大Pillars拆解到机场的各个不同部门，选角那些在各自岗位上热爱、发光的员工故事，将机场服务理念融入人文叙事，品牌可信度MAX。

- **禁区探秘：**首次公开机场核心运营场景，展现“高效运转”背后的专业团队，强化“靠谱枢纽”认知。
- **人物故事：**普通员工日常（如IAC的24小时、Baggage的自动化、Flight Token的前端便捷、Smart Lane的高科技等）传递“温暖、专业、国际化”品牌特质。
- **情感升华：**不仅是对机场的记录，对人物故事的讲述，透过张艾嘉的旁白传达温暖积极的人生观与价值观，进一步调动观众的共鸣。



青年短剧励志，绑定中转场景

12集短剧以港漂青年求职者、跨境情侣等角色展开，邀请内地青年演员张艺上、秦奋出演，角色设计来自于真实的香港国际机场员工，剧情自然嵌入香港国际机场六大Pillars，包括“旅客服务”、“紧急事故处理”等场景，内容原生度MAX。

剧情设计：主角因获得香港国际机场见习生身份，结识伙伴、解决危机、自我成长，凸显“香港转机=机遇起点”的隐喻。

场景植入：通过“帮助旅客处理疑难”“帮助顾客解决跨境物流协作”等情节，传递“高效中转”与“全球连接”价值。



全域传播组合拳，精准击穿圈层

差异化运营抖音、小红书、微博内容，打造“人文纪录片+短剧花絮+攻略彩蛋”传播矩阵，用户互动率MAX。

● 微博

联动张艾嘉发起#这就是转机的人生故事#话题，邀请高海宁、吴千语、马家辉等香港明星共同为香港国际机场发声，激发UGC分享。微博话题总阅读量：1亿3657.2万。



● 小红书

与小红书官方惊喜联动“人生海海 机场有流动的爱”、“晒出我的机场人生照片”活动，吸引年轻旅行者种草。小红书话题总浏览量：983万。



● 抖音

侧重于纪录片的高光瞬间及金句剪辑，主打“沉浸式职业体验”。短剧的高燃片段及男女主发展剧情，满足用户喜欢在抖音上刷短剧的心理。单个话题最高达到1203.1w播放量。



超级场景+生态协同，闭环转化

联合飞猪推出“经港飞”福利，线下覆盖25城商圈大屏，实现“内容曝光-兴趣激发-消费行动”全链路，转化效率MAX。

● 线下霸屏

春运及春节期间全国131块商圈大屏全覆盖，触达通勤、娱乐、购物等精准高净值人群。

● 飞猪联动

定制“中转免签游香港”“机票酒店优惠券”专区，直接拉动预订量。



案例分析

1、声量破圈：

- 全网曝光量**4.43亿**，微博阅读量**1.36亿**，抖音播放量**8340万**，**热搜热榜9次**。
- 短视频单条最高点赞**11万**
- 小红书单个话题最高达到**1203.1w**播放量，攻略帖收藏量超**20.2万次**。

2、心智占位：

- 调研显示，节目观众对香港机场“中转效率”“服务体验”认知度大幅提升。
- “这就是转机”成为社交平台关联香港机场的高频关键词。

通过《这就是转机》，香港国际机场成功从“交通枢纽”升级为“机遇与温度的象征”，为国际枢纽品牌年轻化与本土化营销提供了新范式。