

影像破圈——香港文旅的焕新实践

- **品牌名称：**香港旅游发展局
- **所属行业：**旅游
- **执行时间：**2024.6.17-2024.11.29
- **参选类别：**跨界联合营销类

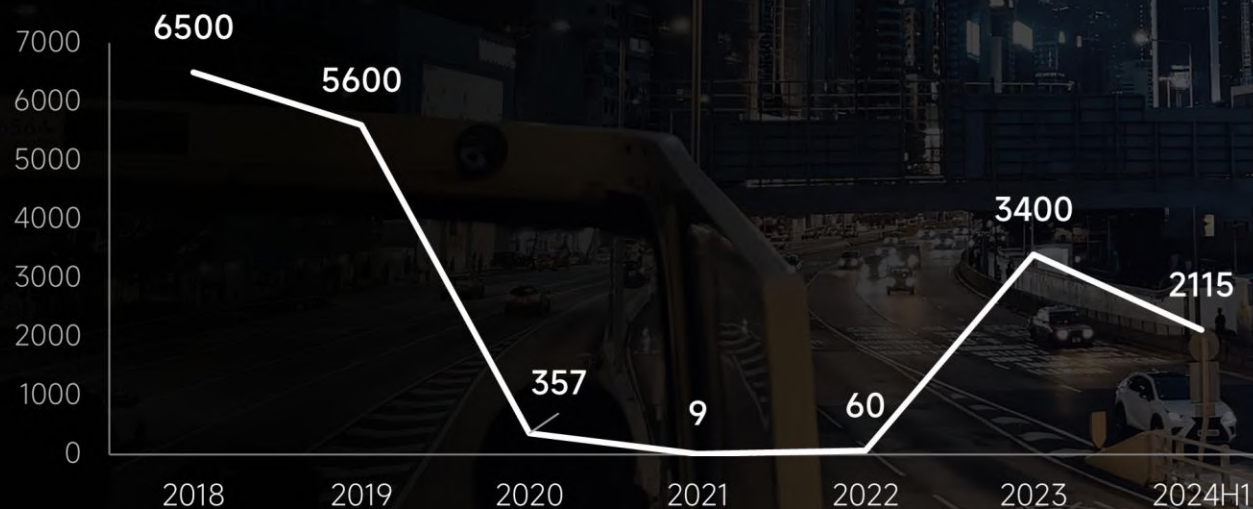
结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://b23.tv/f6PlnZW>

疫情后 香港游客数量接连暴跌 优惠政策持续出台 但依旧发力疲软

2018-2024H1香港游客数量（单位：万）



暴跌3000万

与疫情前游客数量峰值

拨款10.9亿港元

刺激旅游业复苏 效果不理想

营 销 背 景

为什么？

曾经香港“购物天堂”优势不再

“免税光环”褪去 香港亟待建立更多元的旅游吸引力



经济下行 消费回归理性

消费者对未来经济状况预期不乐观，在消费上更加谨慎，减少了更多非必要消费



汇率波动 成本增加

港元汇率受多种因素影响，当前港元兑人民币差距较小，到港购物消费意愿较低



内地多城免税店开放

大陆城市陆续在北京、上海、青岛等多地开设免税店，数量达到27个



跨境电商平台兴起

跨境电商兴起，消费者在家中就能买到全球商品，方式更便捷，无需前往香港

营 销 目 标

塑造全新香港旅游形象 探索香港旅游新标签

聚焦多元城市发展背景下的人文与自然风光，展现多元城市魅力
打破刻板印象，塑造更立体的香港城市旅游形象，建立新的城市旅游价值体系，拉动城市经济增长

疫情后 国民旅游兴致不减 但“购物”不再是人们目的地选择的主要诱因 追求深度文化体验&情绪满足 成为旅行新风向

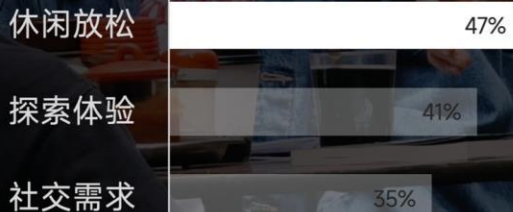
27.25亿+

2024年上半年国内出游人次

14.3%

2024年上半年国内出游人次
同比增长

旅游 动机



目的地 偏好



摄影是当代旅行途中必不可少的一环 同时，旅游照片成为人们新的“社交货币”

111万+

小红书旅游拍照相关笔记数

13.9亿+

抖音#旅行拍照话题讨论度

1000万+

微博旅行拍照相关话题阅读量



人们易被社交媒体上
各种美食风景、人文历史种草城市旅游



营 销 契 机

在过去 香港“人文旅游”长期被“购物旅游”埋没 这里的历史人文积淀 值得被记录 值得被传播 成为香港城市旅游新标签



中西荟萃



地道港风



现代都会



文化传承



青春活力



闲庭漫步

营 销 契 机

Xiaomi Photography Award
in Collaboration with Leica
小米徕卡影像大赛

小米影像主办 | 徕卡技术支持 | 新华网指导

小米徕卡影像大赛

用镜头讲述光阴里的人文故事，定义属于这个时代的影像新层次

以影像为语言，讲述身边故事，让摄影成为米粉日常生活的一部分

专业评审团队



合 作 思 考

小米影像有能力带领香港焕新出发，

捕捉被岁月尘封却依旧熠熠生辉的珍贵瞬间

在光影交织中透视「港岛万象」

借势小米徠卡影像大赛“行业影响力”、“用户影响力”
讲述香港人文故事，塑造全新城市印象

C A M P A I G N B I G I D E A

Xiaomi Photography Award
in Collaboration with Leica
小米徕卡影像大赛

HONG KONG
TOURISM BOARD

用镜头讲述 香港故事

#小米徕卡影像大赛·香港季#

观于眼，摄于心，聚焦香港本土文化，用影像诠释香港城市形象多面性
用影像碎片拼凑出香港全貌



执行亮点1：全网社媒联合官宣

全域媒体矩阵联合官宣 话题共创 破圈扩散 为后续活动声量蓄水



联合官宣#小米徕卡影像大赛·香港季#主题摄影活动，引发全网广泛关注和热议



4大社媒平台

20家外媒PR

引爆

执行亮点2：海量作品主题碰撞

大赛共征集香港影像作品超54,000张

这些照片背后藏着每一位「在港旅人」 用镜头感知的别样香港

照片是静止的，但香港故事是流动的，每一张照片都是值得亲自去看一看的时光标本

青春活力

闲庭漫步

现代都会

文化传承

中西荟萃

地道港风

引爆

执行亮点3：卷入上万名粉投稿

深度卷入上万名粉踊跃参与 他们每个人都是「香港旅游推广大使」

将自己在香港的所见所闻、所思所感，通过影像传递给更多人，引发了更广泛的情感共鸣

引爆

执行亮点4：引发专业摄影师参与

百位「专业摄影师」纷至沓来 独道镜头语言将香港多元魅力展现得淋漓尽致

他们的每一幅作品，都是“小米影像技术”与“香港文化”深度融合的生动例证



ZerrySong



阿博学长



安冉



北山荒秃



奈何



三石摄影



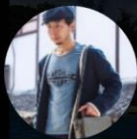
摄影师坤仔



摄影师喜之狼



丁丁旅行



多步



冯蔡年



荒山纪



引爆

执行亮点5：吸引明星主动参与

演员张颂文「自发参与」 发挥明星效应 带动更多明星 全网热度再推热

发现城市背后的人文情怀与烟火气息，借助粉丝效应拉动访港热情

拍摄设备
Xiaomi 14 Ultra

张颂文 24-6-26 来自 Xiaomi 14 Ultra

你应该去参加这个

我和香港，有个约会

张颂文 我要报名。

张颂文提出“报名”

张颂文 港旅微博回应

昨天在香港仔田湾嘉禾街取景，这是一条很有生活气息的街道，菜市场、士多店、茶餐厅都是经营多年的老店。有间小小的店面这两天一直没有开张，不知道它是经营什么的，老板在店铺上方种了很多棵蕨类植物，墙角藏和二歧鹿角蕨。蕨类喜欢湿润的气候环境，适合的生长温度是18-30°C，香港应该很...

张颂文评论分享

和大家分享一张在鲤鱼门度假村，一栋百年建筑内拍到的夜景。

香港旅游发展局：哇！超棒！我们会让大家看到老师的精彩作品，谢谢颂文老师支持！~希望老师在香港工作顺利、玩得开心~

多位明星互动

王心 真好，想起2000去交流，那你会给大家普及香港的知识，讲解香港的文化，还有购物的注意事项，那时的你就很细心很懂生活

陈法蓉 欢迎来港

张颂文 法蓉好，有时间欢迎你来探班。

张颂文“狂飙”香港
发布香港图文作品近10条
与港旅官微互动，报名投稿，分享“烟火香港”

小米生态联合香港旅游局 共建「双端云影展」 突破时间与空间限制 沉浸式感受香港多元魅力

随时随地欣赏香港美好，每一张都是一扇窗，引领用户领略香港独特人文与自然风光



小米OTT-创意开机



小米OTT-待机画报



“小米徕卡影像大赛·香港季”大屏H5
(OTT端)



“小米徕卡影像大赛·香港季”H5
(移动端)



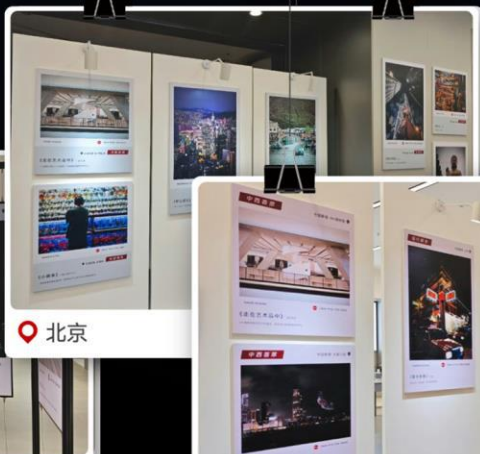
小米手机-系统级APP
开屏联投



扫码开启
香港独特视觉之旅

收官

执行亮点7：小米之家门店巡展



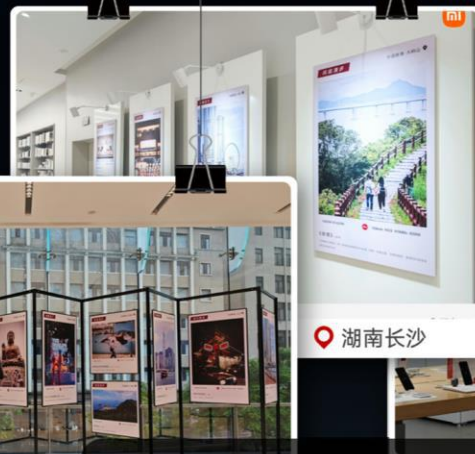
北京



福建厦门



四川成都



湖南长沙



广东广州

多城小米之家

门店客流超百万

「全国小米之家旗舰店联合巡展」 以影像为语言 让更多人近距离感知光影下的万象香港

真实影像质感配合现场交流氛围，让观众在光影交错间感知港风魅力，使更多人了解香港、爱上香港

搭配手柄

收官

执行亮点 8 : 香港摄影分享会

邀请参赛摄影师开设「香港摄影分享会」 讲述香港摄影技巧及所见所闻 激发用户赴港兴趣

在收获摄影技巧的同时，建立与香港之间难以忘怀的情感羁绊，刺激到港旅游



唐河标(Anlee)

小米、REDMI等品牌合作摄影师
手机品牌发布会样张摄影师、摄影博主



C A M P A I G N R E S U L T

Xiaomi Photography Award
in Collaboration with Leica
小米徠卡影像大赛



以“心动”触发“行动”

创新沟通 焕新香港城市形象 种草香港旅游
激发访港兴趣 助推到港行为转化 赋能香港旅游向好发展

项目周期执行效果：整体超预期

亿量曝光 百万互动 带动香港旅游经济增长

5万+摄影作品投稿

1万+米粉用户深度参与

100位+专业摄影师投稿

海量明星自发互动传播

双端“云上展厅”亿量曝光

多城线下影展 百万客流

10亿+

项目总曝光

600万+

项目总互动量

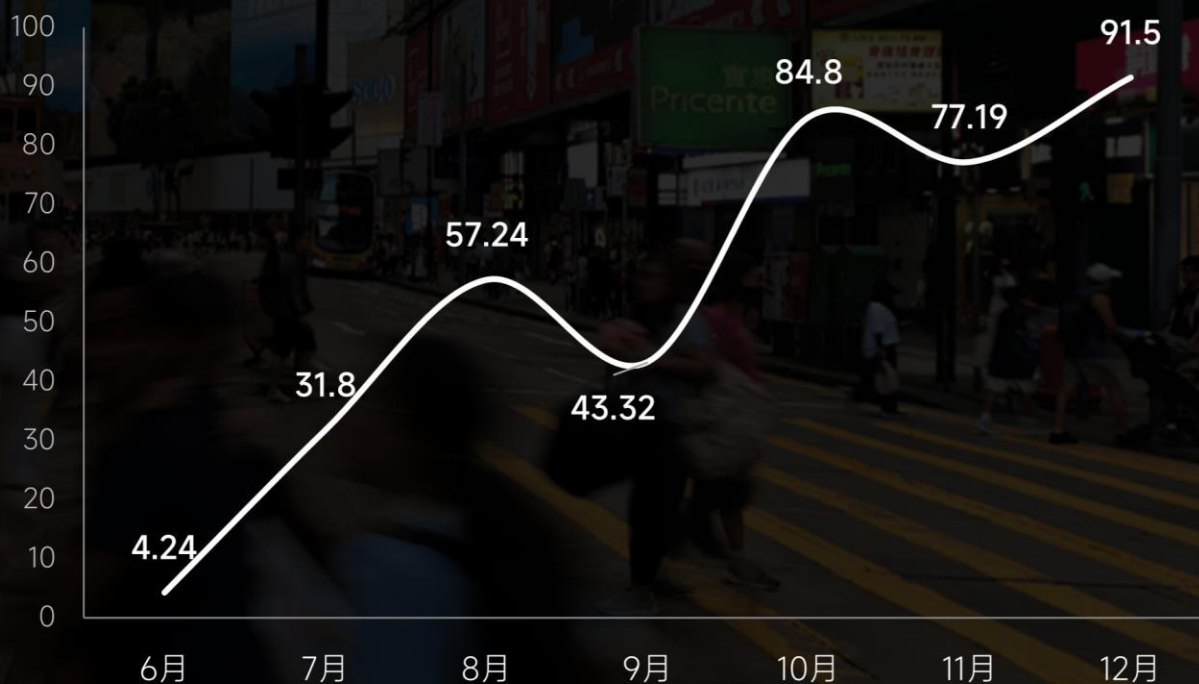
728.8%

周期搜索指数增长率

390万+

触达UV实际到港数

投放周期月度域内米粉到港人群总量（单位：万）



数据来源：小米DMP大数据平台；到港人数基于小米LBS信息等综合信息交叉判定得出（8月暑期亲子出游高峰、中秋国庆假期年轻人出游高峰）

项 目 价 值 综 述

商业价值与社会价值双赢

「香港文旅的成功焕新实践」

直面“购物天堂”光环褪去的核心问题，以“深度体验”替代“购物驱动”，赋予香港“有温度的故事感”。
同时，对小米徕卡全民话题性与影像专业性的借势，快速撬动大众关注，实现活动冷启动即破圈。

「融合香港情怀体现品牌价值」

以“香港情怀”为支点，巧妙融合品牌势能与香港城市文化，让更多人看到新香港
在商业价值与社会价值间实现双赢，具备极高的行业借鉴意义。

「全球旅游目的地焕新创新样板」

不仅是短期流量引爆的营销事件，通过影像重构城市价值、影像驱动情感连接、
生态赋能长效增长，为全球旅游目的地焕新提供了创新样板。

Xiaomi Photography Award
in Collaboration with Leica
小米徠卡影像大赛



HONG KONG
TOURISM BOARD

用镜头讲述香港故事

#小米徠卡影像大赛·香港季#

