

# 携程：虚实共生，AI重构10地沉浸式旅游营销

- **品牌名称：**携程
- **所属行业：**旅游服务
- **执行时间：**2025.05.08-05.30
- **参选类别：**AI内容创意类

周周抽 至高 万元双人机票 补贴

# 找搭子 飞世界

## 携程机票 626飞享全球传播创意项目

### 项目背景:

"626飞享全球"作为携程机票2025年综合促销盛典,依托暑期全球出行旺季,通过携程机票精准服务国内用户出境需求,构建出境流量增长引擎。活动以67天超长周期覆盖暑期跨境游高峰,借势暑期全民出行刚需,整合线上线下全球资源,在强化"多人出境上携程"品牌心智的同时,实现国际机票转化率与年轻客群渗透率的双重突破,构建暑期旅游消费市场的标杆营销事件。

### 创意内容:

以AIGC的方式还原10地目的地真实沉浸感,打造10条目的地视频和10地系列海报。以「旅行搭子」为叙事核心,挖掘每个目的地旅行时的独特人文的欢乐体验,构建场景化表达,放大"多人同行"的快乐增量,也为品牌塑造"旅行就要众乐乐"的心智。

### 项目成果:

官方媒体矩阵如微博、小红书、微信等社媒平台同时传播,结合国内机场和集团自有大屏广告资源,如北上广成地铁、上海虹桥机场东西大厅、分众等媒介广告位扩散。形成上亿级曝光量。





成都地铁



广州地铁



深圳万象城



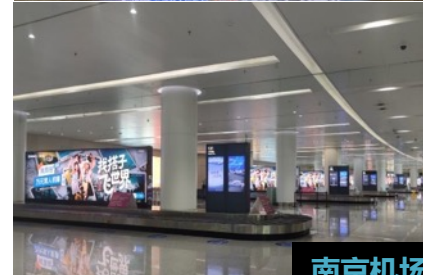
上海地铁



北京地铁



首都机场



南京机场



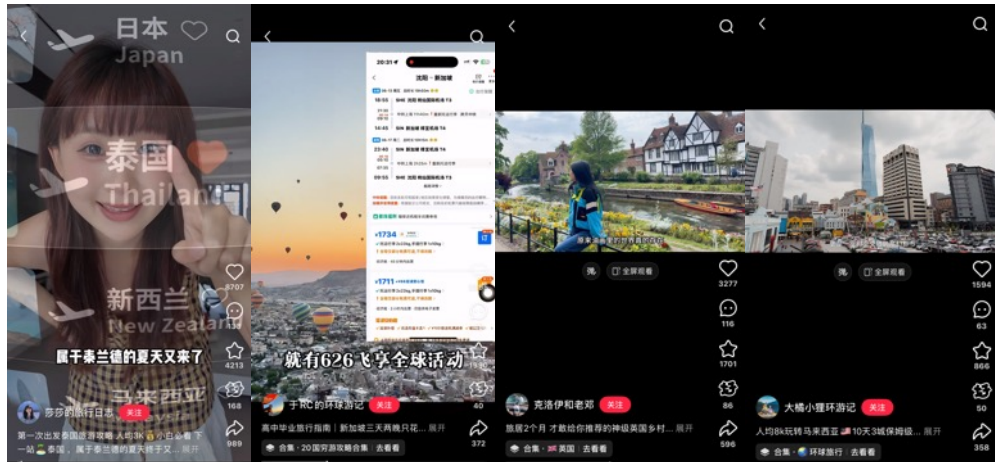
银川机场



广州机场



天府机场



# 案例视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

携程626飞享全球AI视频：<https://v.qq.com/x/page/h30950k4rc4.html>

- **品牌传播及营销背景:**

1. 随着出境游热度持续攀升，携程联合全球10大热门目的地机场/文旅局（如新西兰、香港机场等），推出“飞享全球”的互动营销玩法——依托暑期全球出行旺季，通过携程机票精准服务国内用户出境需求，构建出境流量增长引擎。
2. 活动以71天超长周期覆盖暑期跨境游高峰，整合线上线下全域资源，希望强化“多人出境上携程”品牌心智，同时也实现国际机票转化率与年轻客群渗透率的双重突破，构建暑期旅游消费市场的标杆营销事件。

- **行业背景:**

旅游营销面临内容同质化、用户期待视觉与体验双重创新的挑战。**跨国实拍成本高昂、周期长，制约内容规模化与快速迭代。**

- **营销困境及挑战:**

如何高效、低成本地同时推广多个全球目的地——**传统制作模式难以在品牌要求的有限预算和时间内（3周），实现多国场景的高质量、沉浸式视觉呈现。**

- **执行突破及解决方案:**

1. 高质量商业视频中，**动态人物与AI生成场景的自然融合是行业普遍技术难点**，限制了AI在高端营销内容中的规模化应用。
2. 通过AIGC技术（深度参与60%）与创意流程的深度整合，高效输出了有情感共鸣的沉浸式内容，为行业提供了AI视频生产的新范式。

**【AI技术应用】**

1. 场景量化生成：用Veo模型预演并生成10地目的地场景，高效构建沉浸式背景，取代传统跨国实拍。
2. 动态融合：解决真人实拍与AI生成场景的动态匹配难题，确保人物动作、光影与虚拟环境透视自然融合。

- **营销传播的预期目标:**

1. 将强化“多人出境上携程”品牌心智的营销目标，转化为创意层面为携程平台塑造“旅行就要众乐乐”的消费者心智，打造多人旅行话题热度，以创意场景化内容为平台引流，参与目的地抽奖和转化机票购买。
2. 携程“626飞享全球”项目营销以文化共鸣驱动增长，为行业提供了“小预算、大声量、强转化”的成功范式。

- **执行核心目标:**

在3周极限周期内，高效产出具有**情感共鸣与视觉冲击力**的全球目的地推广内容。

- **执行效率目标:**

大幅降低制作成本，实现**从创意到成品的快速规模化生产**。

- **执行创新目标:**

突破AI视频生产瓶颈，验证“**真人实拍+AI生成场景**”动态融合技术在高质量商业项目中的可行性，树立行业新范式。

- **执行体验目标:**

通过**沉浸式、电影感的视听内容**，激发用户旅行灵感，强化携程“全球旅行伙伴”的创新品牌形象。

### • 营销策略：

携程机票，让“一起出发”这件事，在TA们眼中变得更加充满期待。

旅行中“和谁同行”的分量，已经超越了“去哪里”本身。我们捕捉到年轻客群一个清晰的信号：多人同行的快乐与体验，比单人旅行简直不要多太多！用“结伴的快乐”这一微小情绪锚点、「旅行搭子」为叙事核心，挖掘每个目的地旅行时的独特人文的欢乐体验。通过构建场景化表达，放大“多人同行”的快乐增量。

### • 创意亮点：

以AIGC方式还原10个目的地真实沉浸感，打造10条目的地视频和系列海报——创意故事设计了多人旅行的目的地独特体验，比如在香港抢一起刷茶餐厅菜单的热闹，在东京合拍发朋友圈的欢乐，是在泰国泼水节嗨爆的尖叫——旅途中的小确幸，在与同伴们共享中被加倍放大，凝结成独一无二的群体鲜活记忆。

TVC打造的内容沟通，将机票预订大促优惠的功能性需求，转变为与用户情感连接的沉浸式、可视化体验。



## 创意落地执行

### 第一阶段：AI场景量化生成与预演。

运用Veo等模型，快速生成超50组/日的场景素材库，供创意团队高效筛选、确定10地视觉风格。AI完成LED屏幕虚拟置景，确保美术风格统一，极大降低后期合成难度与成本。

### 第二阶段：真人实拍与动态融合。

演员在AI生成的LED背景前进行情绪化表演。

核心技术解决真人动作、光影与虚拟环境的透视、动态匹配问题，实现“虚实无缝共生”。

### 第三阶段：内容规模化生产与分发。

基于同一套AI素材与拍摄资源，快速衍生出1支主视频、10支目的地视频、10国海报及MR素材。

媒介组合：以高质量主视频与目的地系列短视频为核心，在社交、视频平台进行沉浸式内容投放；海报用于品牌曝光；MR素材拓展线下或互动体验场景，形成立体传播矩阵。

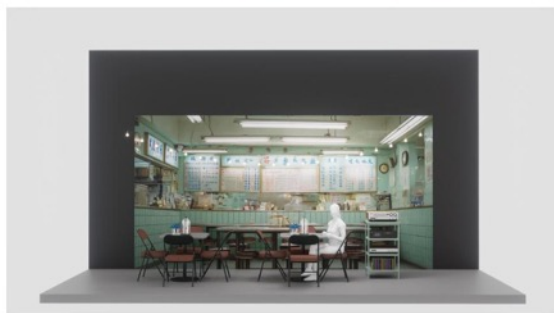


/ ART REFERENCE / 美术参考

15镜：茶餐厅内  
\*香港篇\*



镜头模拟焦距45mm



素材在LED屏中的实际占比



在香港

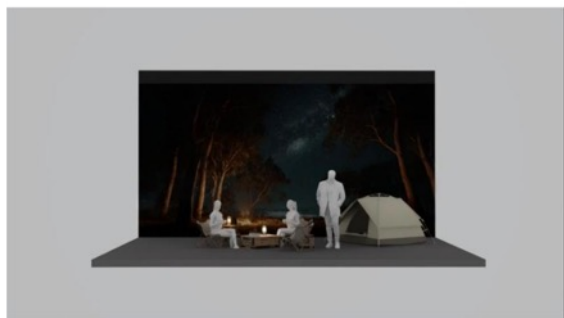


一桌人却可以勾完茶餐厅整张菜单

/ ART REFERENCE /

美术参考

25镜：澳洲星空下露营  
\*澳大利亚篇\*



素材在LED屏中的实际占比



镜头模拟焦距45mm



携程“626飞享全球”项目营销以文化共鸣驱动增长，为行业提供了“小预算、大声量、强转化”的成功范式。

- 达人共创小红书、抖音内容——273位。

累计曝光超554w，总阅读73.9w+，爆款笔记占比10%，单篇笔记曝光TOP达30w+。

- 55个矩阵账号在活动期间——发布429篇笔记。

累计曝光超500w，总阅读达65w+，#携程机票626元立减券 话题阅读达到273.8w

- 携程微信矩阵推送626活动内容——61篇。

阅读量200w+，近10篇阅读量破10W+，累计曝光6亿。微博联动多个旅游局官号宣发，发布共18篇相关内容，

曝光达 3000w+，阅读达10w+

- 携程微信垂类KOL带货矩阵——推送130+篇。机票内容。

阅读量总计53.3w+，累计曝光1亿+。

- 626期间官号发布小红书笔记——35篇。

总曝光276w+，单篇笔记曝光Top达30w+；UGC话题#找搭子飞世界 小红书上线后，互动量超5w次，相关曝光量达1300w+

- 626期间官方制作发布官方tvc短片、爆品推荐短片、目的地攻略短片以及线下主题航班活动短片等15条视频，并同步分发了10位合作达人的旅行攻略视频，作品总播放量61w+，互动9w+；活动期间，用户参与官方话题并发布视频超过1700+条。

携程“626飞享全球”项目营销以文化共鸣驱动增长，为行业提供了“小预算、大声量、强转化”的成功范式。

### 整体活动效果效果：

- **降本增效成果显著：** 总制作成本降低**60%**。**3周内**高效交付全套活动素材（1主视频+10目的地视频+10海报+MR）。
- **创意生产效率飞跃：** AIGC赋能下，制作团队**日均生成超50组场景素材**，人力重点投入创意优化与情感表达。
- **行业突破与认可：** 作为**Veo模型首批商业应用案例**，成功验证了“动态人物+AI场景”融合在高端商业视频中的可行性，具行业范式价值。
- **反馈与点评：**
  - 广告主（携程）： 盛赞项目以创新技术实现了前所未有的效率与视觉表现，在极限周期内高品质完成全球目的地营销。
  - 业界与媒体： 评价其为“**AI重构旅游营销的标杆案例**”，为行业提供了可复制的“虚实融合”高效内容解决方案，引领了AIGC在视频营销领域的新方向。