

# 朱家角：一场全民创意征集赛，让客流狂飙210%

- **品牌名称：**上海朱家角
- **所属行业：**旅游服务类
- **执行时间：**2025.03.28-05.08
- **参选类别：**创意传播类

# 朱家角，一个攒满 buff 就等出圈



## 朱家角景区特点



江南风



国际范



数智化



年轻态

“在上海这么一个时尚都市，像(朱家角)这种江南水乡、明清风格已经不多见了，弥足珍贵，要很好地保护”

—习近平

## 景区介绍

朱家角古镇位于上海市青浦区西南部，淀山湖畔，是上海保存最完整的江南水乡古镇之一，有“上海威尼斯”“沪郊好莱坞”和“江南明珠”的美誉

- 👍 习总书记点名
- 👍 上海保存最完整的江南水乡古镇
- 👍 四大历史文化名镇之一
- 👍 国家4A旅游景区
- 👍 中国最值得外国人去的50个地方之一

# 当客户需求遇上国际化风潮，IP设计大赛它来了



上海青浦文旅

## 宣传目的

宣传青浦区形象

提升上海旅游热度

朱家角是上海保存最完整的江南水乡古镇  
是上海的名片  
中国最值得外国人去的50个地方之一

小红书

## 小红书合作契机

#TIKTOK难民话题

掀起小红书国际化风潮

2025年1月15日，大批tiktok国际友人进驻小红书，#tiktokrefugee话题达成41.7亿浏览，4610.5万讨论的现象级爆款

朱家角古镇SLOGAN征集+IP设计大赛在小红书应运而生

# 线下得天独厚，小红书平台宣传还是有亿点点挑战

## 热度不够热

### 热度待提升

全国古镇月搜指数排名	搜索指数
1	南浔古镇 766623
2	喜洲古镇 415347
3	甘坑古镇 411339
4	惠山古镇 390840
5	白沙古镇 315002
6	沙溪古镇 262496
7	双廊古镇 247649
8	束河古镇 234960
9	西塘古镇 190898
10	赤坎古镇 167985
11	瑶里古镇 156290
12	同里古镇 152277
13	青岩古镇 146335
14	周庄古镇 145165
15	安昌古镇 125437
16	沙湾古镇 124936
17	李庄古镇 104401
18	朱家角古镇 102932
19	太湖古镇 101635
20	苏稽古镇 100312
21	洛带古镇 99882

## 人群不够广

### 人群待渗透



朱家角古镇  
兴趣人群12万

上海旅游  
兴趣人群320万

江浙沪旅游  
兴趣人群7100万

国内旅游  
兴趣人群1.5亿

## 还有点小舆情

### 舆情待管理



# 小红书从0起步，客户要的却一点也不少

客户说：帮景区在小红书办好一场设计大赛

要  
参赛作品

短期内如何激发更多人参与？

要  
吸引游客

如何以比赛契机吸引更多游客？

要  
品牌声量

如何获取更大曝光？

客户还说：是办IP设计大赛，又不仅仅是设计大赛

景区  
要国际化

景区  
要年轻化

景区  
要冲刺5A

以**赛事**为抓手，线下景区系列活动+线上多元内容铺设，实现**口碑+流量双爆发**

## 日常布局

## 大赛活动

## 节点引爆

景区的  
**活动热度**  
+  
**文化**  
种草力

文化基因挖掘

启发设计灵感

**朱家角IP**  
**设计大赛**

打卡点宣传

年轻化态度

达人的  
**多元组合**  
+  
**内容**  
口碑力

优质内容打通，信息流投放打造爆文

STEP1

STEP2

STEP3

STEP4

STEP5

官号征集

灵感激发

活动发酵

博主种草

人群投放

03.28-04.06

### 征集预热期

## Step 01

官号征集

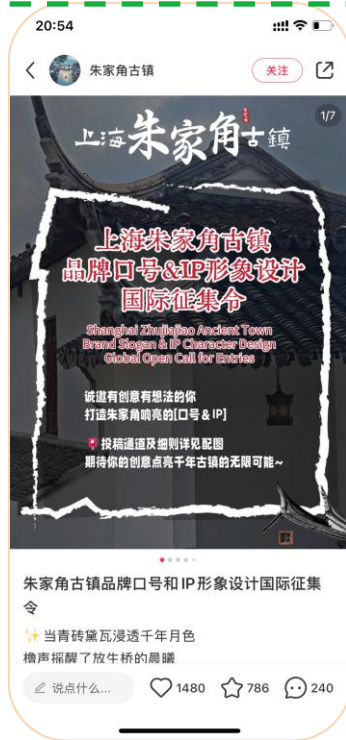
# 建立官方品牌形象，品效合一，沉淀品牌资产



赛制规则



奖金预告



中英文征集笔记发布，投放覆盖全球



中文笔记采用全站+信息流投放覆盖，主要目标是为了**增加曝光和点击，增加参赛作品数量**

英文笔记通过全球投放，重要覆盖了马来西亚、美国、加拿大等海外地区，**海外地区展现量45万+**

### 活动热度打爆期

## Step 02

### 灵感激发

# 景区旅游攻略输出，为IP设计提供灵感，为大赛引流

打卡点



情绪化/代入感



深度文化连接



实用旅游攻略



热点话题

放生桥\课植园\圆津禅院

逃离/吹爆/美到窒息  
出发就是最诗意的抵达  
我找到了答案

前世今生\历史背景\历史背景

特色美食\交通出行/路线攻略\特色项目与服务

结合五一旅游提前发布节点笔记



热点+情感共鸣+干货



行动号召+诗意叙事



身份代入+寺庙营销



夸张语气+文化深度



五一下江南，偷得浮生半日闲~  
坐标：上海朱家角古镇  
门票：免费！部分景点需买票  
交通：地铁17号线直达朱家角站，出站后步行或坐景区直通车到达景区，自驾有停车位  
还想怎么玩？去哪玩？不如看看这个宝藏江南地——  
说点什么... 5144 570 39



总要去趟朱家角吧，坐摇橹船荡进水墨画里！  
朱家角古镇作为上海保存zui完整的枕水人家，青瓦白墙、小桥流水的模样，简直是宋词里走出来的——一起来看看值得一去的文化景点吧！  
城隍庙  
始建于1341年的圆津禅院，不仅是供奉周尊母的“镇...  
说点什么... 3534 474 21



在香火缭绕中，我找到了答案  
想短暂逃离快节奏？来这座藏着江南浪漫的元代古刹吧！  
红墙映古树，青烟绕回廊，抄经品茗、焚香祈福……让心在禅意里慢下来，或许答案就在这袅袅香火中。  
始建于1341年的圆津禅院，不仅是供奉周尊母的“镇...  
说点什么... 2260 129 61



吹爆！这座古镇中式园林美到窒息~  
评朱家角课植园，坐落于古镇西井街，是上海地区罕见的庄园式园林建筑，其文化价值深植于明清至民国时期的江南士绅文化与耕读传统。  
园名“课植”取自对联“课经书学千偈万，植稻麦耕九余三”，寓意“耕读并重”，既强调儒家治学精神，又重视农耕实践，体现了传统文人“耕读传家”的理想。  
说点什么... 3115 572 42

热门话题排行

最新话题排行

排名	话题信息
8	民俗文化 简介：暂无
9	先出发再说 简介：【官方活动】2025年「先出发再说」...
10	五一假期 简介：暂无
11	旅游 简介：暂无
12	人生的意义 简介：暂无

官方号累积发布笔记41篇，干互动笔记26篇

04.07-04.26

Step 03

活动热度打爆期

活动发酵

持续发布征集笔记及设计灵感笔记

活动期间发布笔记28篇+, 打造千互动笔记15篇



封面

- 1、地域特色+画面视觉冲击
- 2、活动主题+征集内容+活动时间 (投流适用)

标题公式

- 1、征集内容+情感号召
- 2、人群+奖励+时间节点

人群

- 1、青少年用童真彩绘——家长关心荣誉与背书
- 2、成人用现代感设计——关心奖品

正文

使用年轻化表达+传递关键活动信息+行动号召

评论区

- 1、评论区置顶: 参赛行动号召
- 2、回复优质评论
- 3、负面评论处理: 删除或回复引导

04.27-05.08

# Step 04

## 五一热度收割期

博主种草

### 征集倒计时+五一打卡声量引爆与品牌破圈，放大景区声量

#### KOL笔记投放打造爆文，放大景区声量

摄影类

颜值类

旅游类



### 3位合作达人均产出千互动爆文

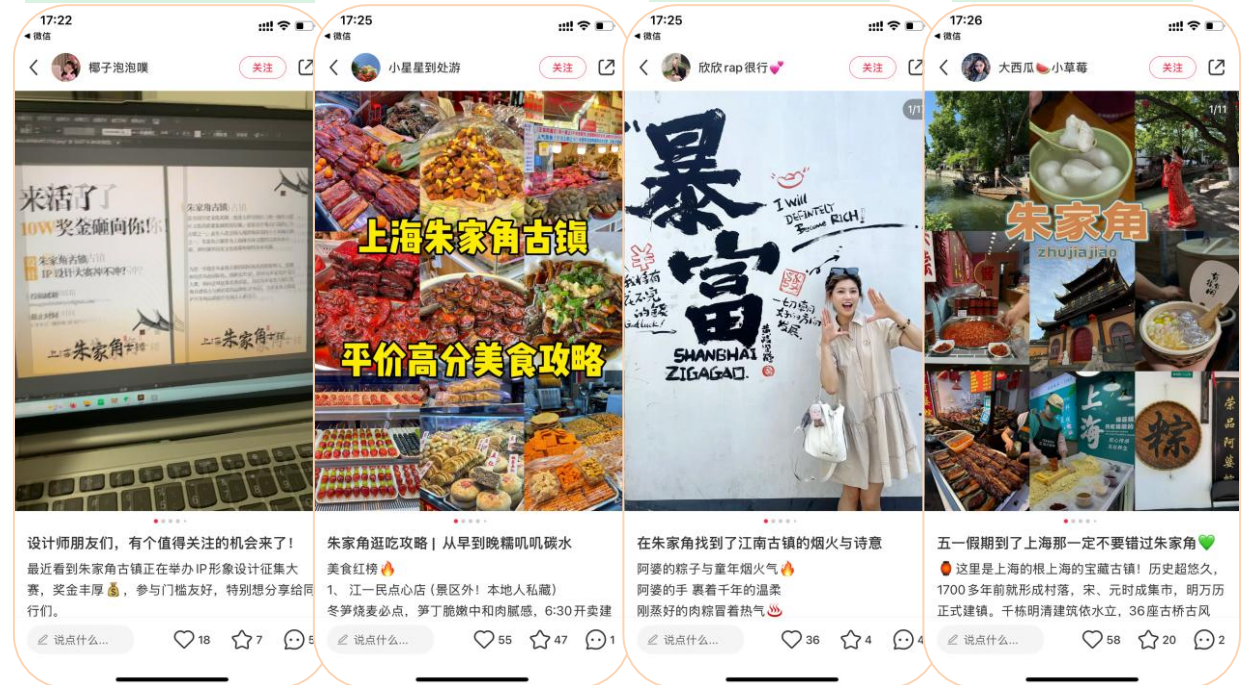
#### KOC笔记合作码投放，进一步放大大口碑

设计师分享

美食探店

颜值打卡

旅游攻略



# Step 05

## 五一热度收割期

人群投放

# 国际化大赛的自我修养——双语笔记布局+人群分层投放

### 人群反漏斗-由区域向全球

#### 核心人群

- 上海旅游人群
- 江浙沪区域人群
- 江南古镇兴趣人群

#### 潜力人群

- 国内旅游人群 (国内)
- 中国旅游兴趣人群 (全球)

#### 兴趣人群

- 旅游兴趣人群
- IP创作兴趣人群
- 亲子户外人群
- .....

### 中英文征集笔记发布，投放覆盖全球



#### 中文笔记

采用**全站+信息流**投放覆盖，主要目标是为了增加**曝光和点击**，增加参赛作品数量



#### 英文笔记

通过**全球投放**，重要覆盖了**马来西亚、美国、加拿大**等海外地区，海外地区展现量**45万+**



## 整体节奏回顾

# 缘起一场赛事，实则是对景区全方位多维度种草

从品牌主阵地出发，形成“品牌发声+头部引爆+长尾渗透”的传播结构

营销节奏

征集预热期

3.28 - 4.6

热度打爆期

4.7-4.26

五一热度收割期

4.27-5.8

营销目标

节点活动内容储备，爆文打造

优质内容放大，形成爆文矩阵

结合五一节点提升曝光量和参与度

投放策略

信息流低价拉新及测试，进行社区强刮风，投放初期以信息流+全站，低价拉新拓客为主，低成本攻占用户心智

信息流+全站，持续铺量进行爆文打造

节点冲刺期信息流优质笔记深度种草

整体预算

累计70万 (投流30万、达人5万、内容产出2万、奖金评审等其他费用33万)

投放预算

4W

官号：4000/天

20W

官号：10000/天

6W

官号：5000/天

目标KPI

曝光量500W+、点击量50W+

# 以小红书设计+旅游兴趣圈层为支点

撬动全世界文旅爱好者的关注



# 影响力MAX

覆盖全球，收集投稿**2390+**

IP形象投稿  
**130+**



### 【最佳口号奖】

梁起平 | “见一角，知江南”

### 【优秀口号奖】

马鑫 | “In 角里，Enjoy”

陈征兵 | “入境第一站，角里最江南”

周康荣 | “海上最江南，自在朱家角”

宣传口号投稿**2260+**

# 种草力MAX

曝光量 **634w** + 互动量 **5.3w** +

官方号+达人产出

千互动爆文数 **38 篇** 爆文率 **65%+**  
其中官号爆文率81%

互动量表现远优于大盘水平



# 转化力MAX

活动期间景区客流量 **279w** + 人次

增量 **210%+**

其中接待外国游客 **36w** + 人次

增量 **80%+**

### 朱家角&小红书携手共进

收获客户好评

