

城市活力营销计划：黄山青松音乐节

- **品牌名称：**黄山旅游
- **所属行业：**旅游
- **执行时间：**2025.04.28-05.18
- **参选类别：**场景营销类

文旅融合趋势下，黄山通过“音乐+文旅+科技”创新业态，打造年轻化、沉浸式体验，突破传统山水旅游模式。

吸引年轻客群

吸引年轻客群（Z世代及音乐爱好者），拓展旅游新市场

激活创新活力

通过百度生态与科技赋能，实现线上线下联动，激发黄山文旅创新活力，强化黄山旅游品牌的情感认同。

探索新增长机会

以情绪经济（音乐、社交）和体验经济（沉浸式场景）驱动消费增长。

以音乐为媒介，科技为桥梁，让黄山成为年轻人心中“自然与潮流共舞”的必打卡目的地。

通过“音乐+科技+文旅”的创新融合，打造可持续的黄山新体验，借助百度AI技术与全域流量生态，实现黄山文旅品牌年轻化升级，最终提升城市活力。

品牌年轻化

- **客群结构变化**，年轻（18-30岁）游客占比提升幅度，首次到访黄山因音乐活动带来占比
- **社交传播力**，小红书/抖音UGC内容产出量，黄山+音乐节相关搜索量增长率
- **科技渗透率**，AI技术在活动中的形式、数量、带动用户参与量

商业转化力 (经济效益验证)

- **直接收益**
 1. 音乐活动衍生收入（门票/周边/联名产品）
 2. 赞助商ROI（新增）
- **间接拉动**：活动期间全市文旅消费增长率

以音乐+科技焕新城市活力，开启全景场景营销计划

新客群

年轻化与圈层突破

目标人群：以音乐为媒介，吸引18-35岁音乐爱好者、潮流文化追随者、社交分享达人。

流量艺人：明星阵容（刘宪华、李宇春等）吸引粉丝经济

多元曲风：独立摇滚、民谣治愈、电子/嘻哈等触达圈层忠实乐迷

新场景

沉浸式场景与科技融合

•**超级舞台：**以黄山自然景观为背景，多屏互动，打造“视听+游玩+消费”全感官体验。

•**科技赋能：**AI全息仓互动、百度地图导航+购票一站式服务、输入法热词精准触达购票人群。

•**文化融合：**徽州非遗市集、青松DIY周边，强化在地文化符号。

新增长

消费转化与长效IP运营

•**门票绑定半价景区优惠：**将乐迷转化为游客，带动酒店、餐饮、周边消费。

•**数据指标：**

- 现场观众过万，全市文旅消费增长；
- 带动景区游客量周环比增长，酒店入住率提升。

新客群 “流量+多元” 艺人，打造年轻化音乐场

- **吸引年轻及潮流乐迷：**突破传统音乐节阵容组合，以流量艺人阵容为主，核心吸引年轻客群，18-30岁观众占比达90%，Z世代成为绝对主力（刘宪华、李宇春、王栎鑫、希林娜依高）
- **多元阵容实现全覆盖：**多元艺人圈层渗透，如独立摇滚、民谣治愈、电子/嘻哈等自带忠实乐迷艺人，触达不同音乐偏好群体，提升活动调性，形成差异化体验（好妹妹、陆虎、对角巷、王以太、银河快递）

DAY 1

流行于摇滚激情碰撞

刘宪华、颜人中、王以太、希林娜·依高、海龟先生、对角巷、MOCKMOON幻月



DAY 2

多元音乐的温柔治愈

李宇春、王栎鑫、陆虎、好妹妹乐队、银河快递、SING女团、春日玫瑰、刘焯溱



新场景：多屏互动，呈现超级视听音乐舞台

- **自然与科技共生：**以黄山山体为视觉基底，通过多屏联动呈现，舞台机械结构仿照山势起伏，将自然景观，转化为可感知、可互动的音乐化场景
- **环绕式包围体验：**在2024年基础上，新增多舞台联动设计，设置休闲互动区，与主舞台、展区、集市区形成互动呼应，扩大表演范围，营造环绕式氛围

以黄山山体为视觉基底，多屏互动



增设多舞台联动设计，营造环绕式氛围



画面制作：根据艺人风格曲风匹配视觉



现场演出氛围营造



新场景：AI科技联动，打破音乐次元壁交互

定制AI全息仓互动空间+青松周边

打造「体验-传播-衍生」闭环

通过「人脸融合+动作捕捉」，生成动态3D虚拟形象，结合黄山元素（迎客松/云海）背景模板，强化在地记忆，同时用户在社交媒体打卡参与抽奖互动，完成音乐节特殊记忆分享。



8000+ 用户参与线下空间互动

AI 全息仓3D人物累计生成12268次

AI造梦机，音乐节黑科技体验

AI绘画+智能发布器，实现“拍-生成-分享”

游客上传照片/视频，自动生成炫酷音乐节MV，适配AI流行乐匠、AI摇滚诗人...多种AI滤镜匹配不同音乐风格，并打开AI发布器一键发布社媒平台。



线上线下的23万+用户参与 活动话题阅读量3158万+

新增长：文旅融合，促进消费转化与长效IP运营

黄山“半价游黄山政策”

提前在Q2市政策中发布音乐节相关优惠政策

发布音乐节官宣海报预热售票

圈定与音乐节门票绑定的景区的优惠政策



黄山风景区



太平湖景区



花山谜窟景区



齐云山风景区

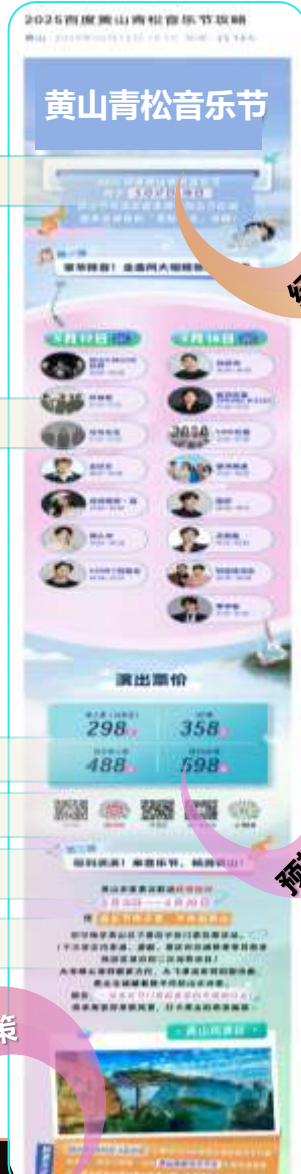


西递村景区



宏村景区

牌坊群鲍家花园等



演出时间

演出阵容

演出票价

售票平台

畅游黄山福利

门票半价景区

优惠政策

经济效应

预热期UGC

音乐节带动黄山旅游业经济增长剧增

➤ **客流激增**：音乐节期间，黄山市5A级景区接待游客量达**18.9万人次**，周环比增长**836.4%**。

住宿消费联动：音乐节带动屯溪区酒店入住率同比提升**14.7%**，全市登记入住人次**16.1万**（同比上周增长**20.1%**）

景区联动增收：持音乐节门票可享部分景区半价优惠，太平湖景区单日游客量**突破6000人**（同比增长**超40%**）

社媒UGC



全平台不完全统计自来水内容**超1.4万条**（全网自来水包括全国多家媒体），传播覆盖全国**超25个地区**。

全场景流量：百度黄山全域资源联动，打造现百亿传播项目

百度全域流量生态助力黄山音乐节实现**99.7亿**曝光，百度APP、百度地图、百度输入法、百度网盘、百度文库全场景赋能音乐+文旅营销IP升级

顶级流量

用户全面渗透

搜索专区
搜索场景氛围营造

百度搜索“黄山音乐节”，直播预约、官方购票、演出日程音乐节资讯一应俱全

搜索场景

明星热点

首页全量引流直播

百度热点
全战资源引流

百度首页信息流明星破框特效、热搜榜单、信息流全量推送，强势引流音乐节直播

资讯场景

超级直播

12小时超长直播

明星现场
连续两天全程直播

百度特色的线下演出+线上主播模式，打破地域限制，影响用户突破4000万

+

直播场景

社交裂变

百度矩阵产品联动

互动打卡
AI活动全媒体裂变

百度APP、百度输入法、百度文库上线AI有奖活动，全矩阵社媒发酵引流

社交场景

线下连接

百度地图线上线下

本地联动
精准投放长三角客群

百度地图push、导航+本地资源精准引流长三角，推送音乐节活动信息

出行场景

全网热搜

19.2亿热搜曝光

热搜冲榜
百度+全媒体热搜

百度+黄山+艺人+粉丝+达人，两天全网24个热搜，热搜总曝光19.2亿

娱乐场景

百度首页超级流量音乐节官宣 + 直播强势引流

百度开屏



开屏音乐节资讯一键了解

搜索热点会场



定制背景大图

音乐节相关资讯一键了解

百度首页破框动效



定制破框动效

直播间快捷入口

曝光强化

开屏一键跳转
首页资源强推
动效视觉冲击

热索引爆

音乐节艺人热搜
音乐节直播热搜

搜索收口

聚合活动信息
全方位品牌曝光

热榜直达直播间

百度热榜、信息流



信息流引流导流

直播场景：百度全天候直播，打造全民共享的音乐盛宴

百度直播间

本次音乐节采取“全域联动+科技赋能+热点引爆”的模式，利用百度全生态体系以及社媒全域联动

直播全链路升级

直播功能升级

直播互动升级

营销传播全方案升级



直播
累计观看
4574w

演出
内容分发
3342w

直播场景：全链路精准触达用户，实现直播间人数爆发增长

直播全链路：预约——观看——互动——分享

直播预约



直播观看界面



直播红包互动



看直播抽福袋



福袋中打赏礼品增加互动感，增加用户在直播间的活性



点击显示

社交场景：百度输入法明星互动任务，放大粉丝效应

用年轻化的内容+精准导流资源，锁定音乐节目标用户，以青松人为概念，衍生线上H5活动+线下空间，让#放青松 的生活态度成为黄山旅游新标签。

热词直推全场景触达粉丝群体

精准覆盖高兴趣用户，建立活动用户基础

激励分享+自发分享 双重buff助力活动破圈

活动和内容持续裂变，扩大黄山音乐节影响面



激励分享

任务制互动+门票抽奖，引导朋友圈熟人传播



自发分享

联动ai玄学热点+谷子文化，激发社媒讨论



出行场景，百度地图LBS精准引流长三角音乐客群

地图核心资源导流品牌活动页及投放策略

活动出行前首页-周边-打车等全场景全覆盖

点击核心曝光资源
或直接搜索“关键词”进入



*关键词：品牌词“黄山”、“黄山音乐节”

预热期

精准地域定向
南京、杭州、苏州、上海

引爆期

全量投放
明星官宣，音乐节开票

活动期

黄山本地投放
黄山×百度青松音乐节氛
围宣传



户外场景：安徽线下广告矩阵，为音乐节强势引流造势

合肥核心政务区，多个大学线下大屏资源联动

合肥市 联合大厦大屏



合肥市 天鹅湖万达广场大屏



安徽省内大学共计13所



联合大厦是合肥最繁华的区域之一，百大中心、市府广场最大LED大屏
天鹅湖万达广场是合肥政务区的核心主干道交口，政府人员经常路过之地
背靠万达广场，覆盖天鹅湖商圈，是合肥政治、经济、文化中心

精准触达年轻群体：通过高校广告牌直接覆盖大学生这一音乐节核心受众，强化品牌年轻化形象。
场景化引流转化：结合“音乐节+旅游”福利，刺激学生群体从观演到消费的全链路参与。

户外场景：黄山线下广告矩阵，为音乐节强势引流造势

黄山核心政务区，公司、银行、营业厅资源

黄山核心政务区超“31”处

公司、银行、营业厅超“37”处



黄山市
公积金中心



黄山市检察院



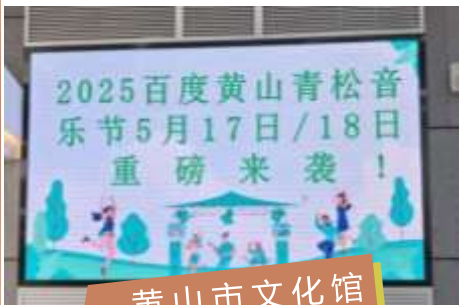
黄山市
消防救援局



黄山国际
大酒店



邮政黄山营业厅



黄山市文化馆



黄山市海关



中国徽州文化
博物馆



黟县联通、
移动公司



黟县碧阳大道

- 精准触达核心人群：政务区、企业及银行场景覆盖中高收入白领及决策者群体，有效吸引具备消费力的年轻客群。
- 强化政企协同效应：通过政务场景展示政府背书，提升公众信任度；银行/营业厅联动消费券等政策，将广告流量直接转化为在地消费（如住宿、餐饮预订）。

话题热度：百度官方矩阵站外话题打造引发网友热议

2025黄山百度青松音乐节

19.2亿+
总曝光

3.76亿+
总话题阅读量

24.5w+
讨论量

#2025黄山百度青松音乐节#

#黄山百度音乐节官宣#

#黄山百度音乐节#

#去过安徽黄山的人嘴可真严啊#

#刘宪华你的兵来了#

#安徽黄山音乐节偶遇徐霞客#

#刘宪华行走的CD机#

百度生态传播体系



话题热度：明星微博打榜黄山音乐节，粉丝互动助推话题热度

般若_lau :燃爆黄山

激哩zuzu源_第一排见过wy版 :呜呜呜黄山

程萌央 :**下次还来我们黄山!**

一笙 :**你在黄山登上热搜啦! @刘宪华**

不是粉丝_不追星 :老板,你在黄山登上主榜热搜喽@刘宪华Henry-Lau #刘宪华你的兵来了#

揪一撮羊毛 :**燃爆黄山!**

栖息之樾 :啊啊啊,宝贝来了! K.A in 黄山!!! @王栎鑫

兔子想养老 :K.A in Huangshan!

兔子想养老 等人 共1条回复

19.2亿+
总曝光

3.76亿+
总话题阅读量

24.5w+
讨论量

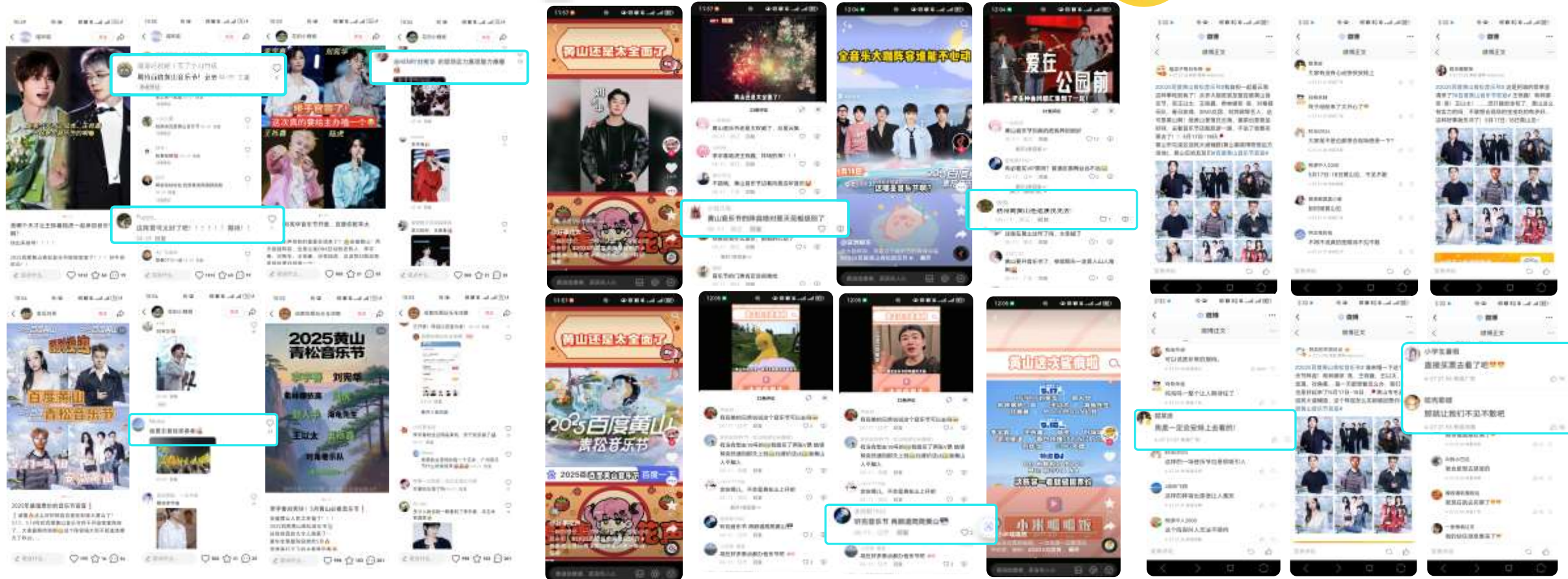
Collage of Weibo posts and media content related to the Huangshan Music Festival. Key elements include:

- Post by 刘宪华Henry-Lau: "黄山太美了! 台下的你们超级给力! 下次见~"
- Post by 王栎鑫: "K.A IN HUANGSHAN"
- Post by 希林娜依高CurleyG工作室: "希林娜依高 璀璨的音符让黄山云更高更加游。#2025西霞黄山音乐节"
- Post by 程萌央: "下次还来我们黄山!"
- Post by 一笙: "你在黄山登上热搜啦! @刘宪华"
- Post by 不是粉丝_不追星: "老板,你在黄山登上主榜热搜喽@刘宪华Henry-Lau #刘宪华你的兵来了#"
- Post by 揪一撮羊毛: "燃爆黄山!"
- Post by 栖息之樾: "啊啊啊,宝贝来了! K.A in 黄山!!! @王栎鑫"
- Post by 兔子想养老: "K.A in Huangshan!"
- Post by 兔子想养老 等人: "共1条回复"
- Post by 程萌央: "下次还来我们黄山!"
- Post by 一笙: "你在黄山登上热搜啦! @刘宪华"
- Post by 不是粉丝_不追星: "老板,你在黄山登上主榜热搜喽@刘宪华Henry-Lau #刘宪华你的兵来了#"
- Post by 揪一撮羊毛: "燃爆黄山!"
- Post by 栖息之樾: "啊啊啊,宝贝来了! K.A in 黄山!!! @王栎鑫"
- Post by 兔子想养老: "K.A in Huangshan!"
- Post by 兔子想养老 等人: "共1条回复"

话题热度：全阵容歌迷花式出动，搅动线上UGC自然热度

音乐节歌迷UGC互动，全阵容热点引爆黄山青松音乐节，歌迷在小红书晒出绝美现场照，抖音短视频刷屏狂欢瞬间，微博超话引爆万人互动热潮。

笔记曝光127w+，总互动5750+
 视频曝光302w+，总互动2.2w+
 微博发文曝光1100w+



百度 X 黄山 战略联动 全域资源融合引爆多场景传播

百度提供AI技术+全域流量矩阵，黄山注入在地文化IP+实体场景，通过‘科技赋能文旅+内容裂变传播’双轮驱动，打造全网曝光99.6亿现象级音乐节IP。”

客群结构：年轻（18-30岁）占比**90%**，首次到访黄山因音乐活动带来占比**60%**

社交传播力：全网曝光99.6亿，直播观看4574万，社交媒体热度19.21亿，UGC自发内容1.4万条+

科技渗透率：百度4大AI互动活动，涉及线上线下，带动音乐节科技创新潮流

文旅增长：现场观众3.5万人，周边酒店、餐饮等服务业的营收增长。

