

# 广州长隆|全球唯一大熊猫三胞胎9周岁生日会

- **品牌名称:** 广州长隆
- **所属行业:** 文旅行业
- **执行时间:** 2023.07.01-07.31
- **参选类别:** 跨媒体整合类

# 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://www.bilibili.com/video/BV1mZ42117BJ/>

<https://www.bilibili.com/video/BV1tu4m1A7Ca/>

## 营销背景与挑战

- 随着旅游产业不断升级，各品牌进一步释放“大熊猫”IP的巨大潜力，“熊猫+”涌现出更多新玩法，各品牌文创周边、跨界联名层出不穷，熊猫IP对品牌的赋能作用毋庸置疑。然而每一轮“熊猫热”的背后，仍存在着缺少深层次文化内涵、缺少“出圈”代表作等**营销同质化问题**。
- 广州长隆作为全球唯一拥有大熊猫三胞胎的国民旅游品牌，2023年迎来了**大熊猫三胞胎出生的第九个年头**，其生日会常规活动也持续了八年之久。因此，如何借势“熊猫热”，**以差异化手段打造一场大熊猫三胞胎年度生日盛会大事件**，进一步强化大熊猫三胞胎与广州长隆的深度绑定，并从各旅游品牌中脱颖而出，是本次729大熊猫三胞胎生日会活动亟待解决的课题。



## 营销目标

### 短期目标

抓住熊猫营销的热度和机遇，借助熊猫三胞胎729生日会，撩动目标客群长隆出游需求，强势激发品牌曝光、提升品牌认知。



### 长期目标

向五湖四海传递熊猫三胞胎名片，加深大众对于熊猫三胞胎的认识度和喜爱度，打响长隆动物世界的声量，提升长隆品牌美誉度。

## 营销策略

线上一平面、视频等资源内容全渠道多管齐下，实现**口碑发酵**与**营销转化**双爆发  
线下一针对熊猫三胞胎9周岁生日会，差异化注入**广府文化特色符号**

### 立熊设

萌趣形象  
直抵大众心智

### 创玩法

广府特色  
激活游客热情

### 竖口碑

渠道广铺  
拉动声量曝光

## 营销策略

### 1、抓住萌点立“熊设”，依托国宝三胞胎影响力渗透用户心智

- 挖掘熊猫三胞胎卧龙基因血脉，并将品牌所在地的广府文化与大熊猫个性与特色相结合，打造别出心裁的熊猫三胞胎形象——大家闺秀西关小姐萌萌、热爱美食的广府靓仔帅帅及爱动的东山少爷酷酷。
- 迅速拉近国宝与游客的心理距离，达到触发客群痒点，激发游玩兴趣的目的。



## 营销策略

### 2、打造广府特色生日会，构建品牌传播“记忆锚”

- 随着熊猫热度走高带动全国各地动物丰容内卷，独具地域特色的丰容吸引电视媒体争相报道，更带来熊猫粉的趣味话题互动。
- 线上同步输出符合主题调性的宣传物料，线下搭建强辨识度老广风生日会场景及特色丰容道具，全方位凝聚游客认知“视觉锤”，打造出729熊猫三胞胎生日盛会的记忆锚点，使游客真正被来长隆与熊猫三胞胎一起过生日的活动吸引。



## 营销策略

### 3、豪华嘉宾阵容撬动出圈，强势曝光拉动品牌流量

- 邀请众多专家、明星大咖、KOL汇聚长隆共庆盛事，在豪华嘉宾的加持下，增加活动互动性，吸引粉丝及媒体的关注度，以欢乐熊猫三胞胎生日氛围高垒品牌热度。
- 在媒介策略上，通过微博媒体蓝V联动参与话题讨论，抖音、快手等社交媒体平台助推热度提升，通过权威新闻媒体报道，为这场席卷熊猫界的年度盛事投出“信任状”，以此扩大长隆品牌的号召力和影响力。





## 执行过程

### 1、多平台输出系列宣传物料，扩大活动声量为生日会造势

- 围绕熊猫三胞胎及广府文化主题，在微博、抖音、视频号、小红书等平台释出KV、IP形象、邀请函、招募海报、倒计时海报、趣味配音TVC、祝福ID等平面、视频海量传播内容，直观预告729熊猫三胞胎生日会的主题、亮点和氛围，在将信息有效触达目标客群的同时，增强大众对活动的期待和兴趣，为线下活动的开展增加热度，形成全民欢庆生日的热潮。

#### 预热庆生ID



明星&主持人  
&人类三胞胎&动管同贺生

#### 生日会倒计时海报



729生日会倒计时海报

#### recap视频



回顾全球唯一大熊猫三胞胎9周岁生日会精彩瞬间  
展现活动亮点传播

## 执行过程

### 2、锚定广府文化，震撼亮相天花板级别的特色丰荣

- 729生日会上对熊猫酒店、熊猫村广场、萌帅酷熊猫馆进行氛围布置，并定制豪华丰荣生日礼——姐姐萌萌广府闺房直播躺吃，弟弟帅帅龙船上开茶楼，老么酷酷坐周游各地的遥控小火车。首次亮相的生日丰容不仅符合三胞胎“熊设”且独具地域文化特色，能有效快速地引爆话题出圈，在展现长隆对国宝精心守护的同时，也突出其为呵护中国之美和全球生物多样性保护所做的贡献，从而有效提升了长隆品牌的美誉度。



萌萌馆西关豪华闺房升级



帅帅馆老广茶楼隆重开业



酷酷馆首款遥控火车发车

## 执行过程

### 3、四重惊喜轮番上演，点燃庆生派对氛围

- 少儿乐队改编三胞胎主题曲，粤式舞狮登台表演，主持天团揭秘9周年惊喜蛋糕，萌帅酷小火车改造升级首发入园，生日会活动当日的四重惊喜给游客带来了浓厚的生日氛围。全球各地的亲子家庭集结共庆，在活动体验上做到了真正地与熊猫三胞胎玩在一起，游客粘性得到增强，大众对长隆品牌的好感度进一步提升。

少儿乐队改编三胞胎主题曲



少儿舞狮粤式贺生



主持天团揭秘9周年生日蛋糕



熊猫酒店小火车专属接送入园



## 执行过程

### 4、凝聚大咖及主流媒体力量，引爆话题流量池

- 主持人天团、混血三胞胎家庭、NBA球星巴特勒、世界各地不同肤色的人们为萌帅酷线上送生日祝福，歌手白举纲、各地电视台主持人、熊猫三胞胎老朋友村长李锐等各界明星大咖线下汇集长隆。在豪华嘉宾阵容的加持下，长隆成功打造出了一场席卷熊猫界的年度盛会，吸引人民日报、人民网等央媒、省级媒体争相报道，社交平台上相关话题也刷屏不断，各类二创视频得到广泛传播，长隆成功实现口碑发酵与消费转化双爆发。

李锐等全国各地主持人送祝福



混血三胞胎领衔全球小朋友



世界各地肤色不同肤色的人们同祝贺



白举纲等明星送祝福



## 效果反馈

**微博：整体曝光量 5,785w+**

**抖音：热点同城榜 TOP1&TOP2**

**直播：30+平台同步直播，全网在线观看人数 150w+**

截至8月2日17时，共计传播3893篇内容。其中视频网站1672篇，社媒1203篇，APP491篇，平媒407篇，资讯网站102篇，知识问答18篇，持牌媒体报道683篇，占比18%。

## 效果反馈

# 主流媒体争相报道，社交平台热搜频登

人民网、人民日报等数十家央媒、省级媒体重点报道，相关话题霸屏微博、抖音、快手等社媒平台同城热搜榜



## 效果反馈

# 网友热评讨论，全网强势出圈

抖音、小红书、B站、微博全网热议，网友齐打call，话题持续发酵

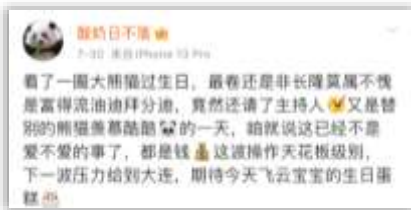
小红书：如何投胎做长隆熊猫



抖音：长隆这次已是生日圈顶端



B站：执行力强



微博：长隆奶爸奶妈的脑洞仿佛没有瓶颈