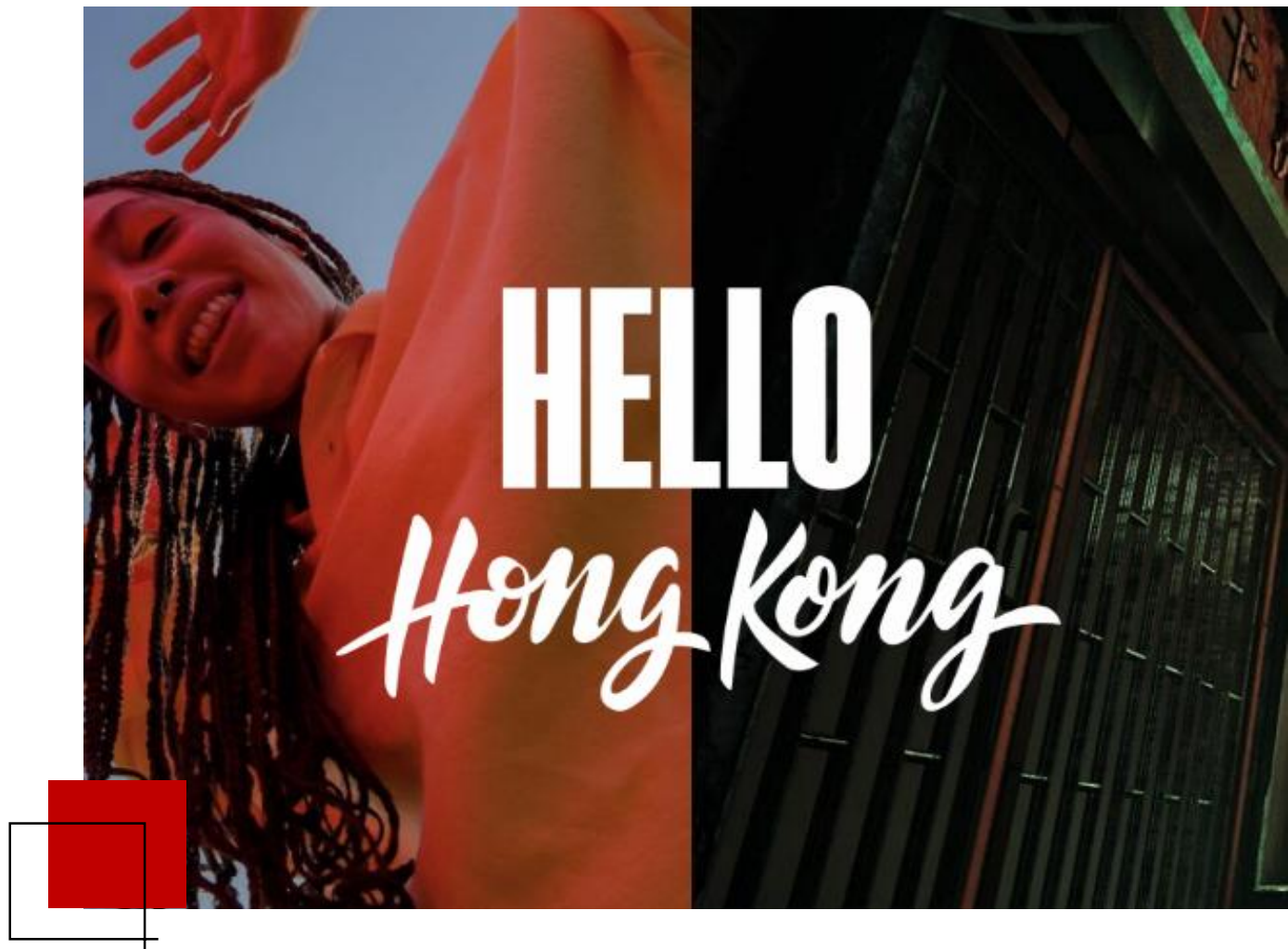


香港旅游发展局#你好香港#话题营销

- **品牌名称:** 香港旅发局 (HKTB)
- **所属行业:** 旅游行业
- **执行时间:** 2023.01.30-12.31
- **参选类别:** 话题营销类

2023年，香港的旅游大门重新敞开，以全新的样貌、全新的玩法欢迎各方游客。

与旅客一别三年，面对旅游消费偏好的变化，以及营销传播环境的日新月异，香港旅游发展局（香港旅发局）特别企划“你好香港”宣传推广活动，向受众有效传达香港旅游开关的重要信息，盛邀国人体验缤纷多彩的香港。



本项目以官方账号矩阵为锚点，在中文主流社媒平台进行持续一年的推广宣传，重新建立与游客的联系，刷新人们对香港的认知，展示丰富多彩的旅游体验，欢迎旅客再次光临。

01

重建链接

应对游客对香港旅游环境、服务体验的顾虑，需恢复受众信心及好感

02

刷新认知

旅客对香港认知停留在3年前，需传递新的旅游吸引力

03

传递精彩

洞察内地受众旅游偏好及消费意识变化，从受众兴趣切入呈现香港多元精彩

#你好香港# 核心创意

本项目以#你好香港#为营销主题，结合大部分目标客群对香港旅游从犹豫观望-产生兴趣-一触即发的心智演变，循序渐进进行营销铺排。

Phase1

Hello Greetings

明星助阵引爆话题



Phase2

Hello Big Bang

加强释放“香港欢迎你”信号



Phase3

Hello Takes You To More

展现精彩全景玩法





营销策略

亲和沟通：释放友好安全印象，便捷利益点，传递香港旅游温度；

刷新印象：全年营销周期，串联香港全年新鲜旅游旗舰盛事，让核心传播主题在不同时期多样社媒平台持续焕发吸引力，精彩络绎不绝。

热点出圈：结合受众旅游新喜好，推出香港City Walk深度游创意营销内容，同时联动异业、名人及多平台，触达更多受众圈层，达成跨界共振，营销出圈。

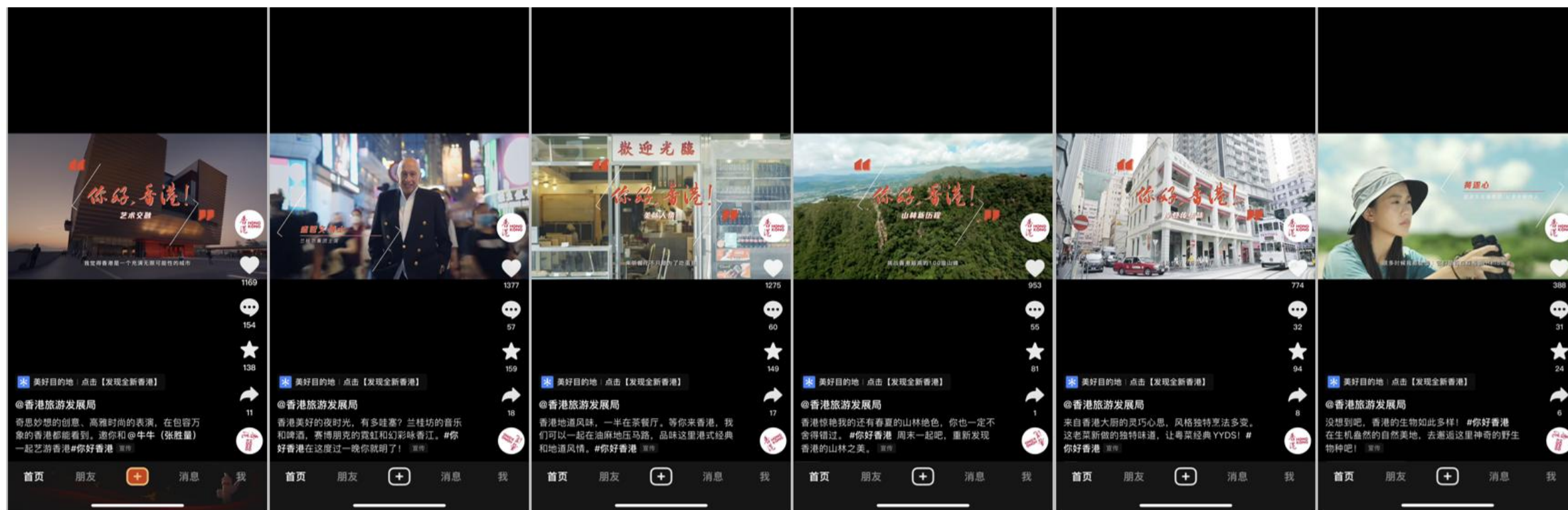
Phase1 Hello Greetings

01. 老牌香港艺人@郭富城 @陈慧琳 @郑秀文 合作主题TVC，致以祝福，引爆话题；



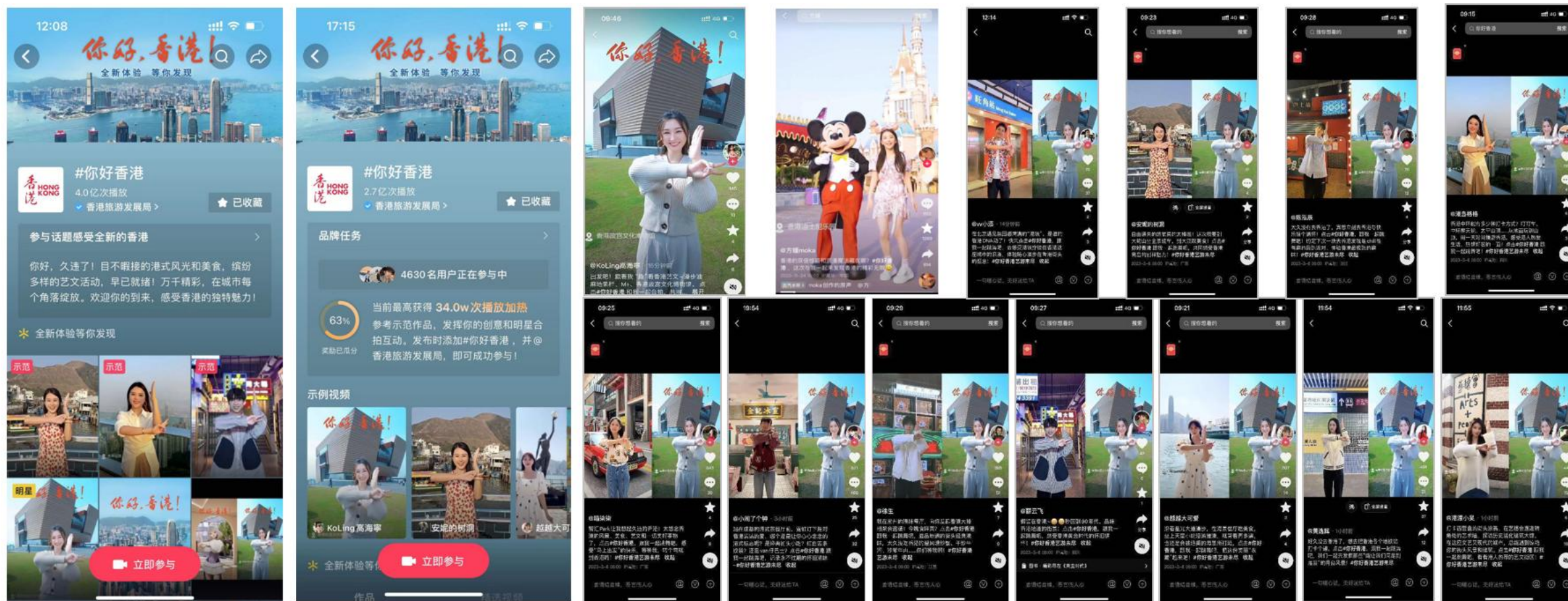
Phase1 Hello Greetings

02. 香港各行业代表以『Welcoming Stories』系列视频对游客致以诚挚欢迎；



Phase2 Hello Big Bang

03. 发起抖音主题挑战赛，人气艺人@高海宁 @方媛 领舞抖音全民任务，撬动受众互动和UGC传播；



Phase2 Hello Big Bang

04. 微博话题页上线，新浪官方/KOL/KOC带动参与，话题征集分享香港美好体验；



The image displays a series of screenshots from the Weibo platform, illustrating the execution and media performance of the #你好香港# (Hello Hong Kong) topic page. The screenshots are arranged in a grid-like fashion, showing various aspects of the campaign:

- Search Results (Top Left):** Shows the topic page layout with a search bar, navigation icons, and a featured video titled "你好香港!".
- Topic Page (Middle Left):** A detailed view of the #你好香港# topic page, featuring a banner with the slogan "你好香港!" and a "发现全新香港" (Discover New Hong Kong) section.
- Official Post (Top Right):** A post from 新浪旅游 (Sina Travel) announcing the topic page launch, mentioning the goal of sharing Hong Kong's charm and inviting users to participate.
- Official Post (Middle Right):** A post from 新浪旅游 detailing the campaign's theme, "主题自拟自选, 共话香港温度" (Theme self-proposed, self-selected, sharing the temperature of Hong Kong), and listing prizes like a camera and a smartwatch.
- Official Post (Bottom Right):** A post from 新浪旅游 providing the competition rules, including the evaluation criteria (reading volume, interaction, and volume) and the prize list (camera, smartwatch, and wireless mouse).
- User-Generated Content (Bottom Left):** A post from a user named 伊宜宜 (Iyiyi) sharing their experience of visiting Hong Kong, accompanied by a video of a night view of the city.
- User-Generated Content (Bottom Middle):** A post from a user named 微博旅游 (Weibo Travel) sharing their experience of visiting Hong Kong, accompanied by a video of a night view of the city.
- User-Generated Content (Bottom Right):** A post from a user named 新浪旅游 (Sina Travel) announcing the topic page launch, mentioning the goal of sharing Hong Kong's charm and inviting users to participate.

Phase2 Hello Big Bang

05. 粤港澳大湾区地铁广告铺开，线下目标受众高频消费场景，引流线上营销阵地；

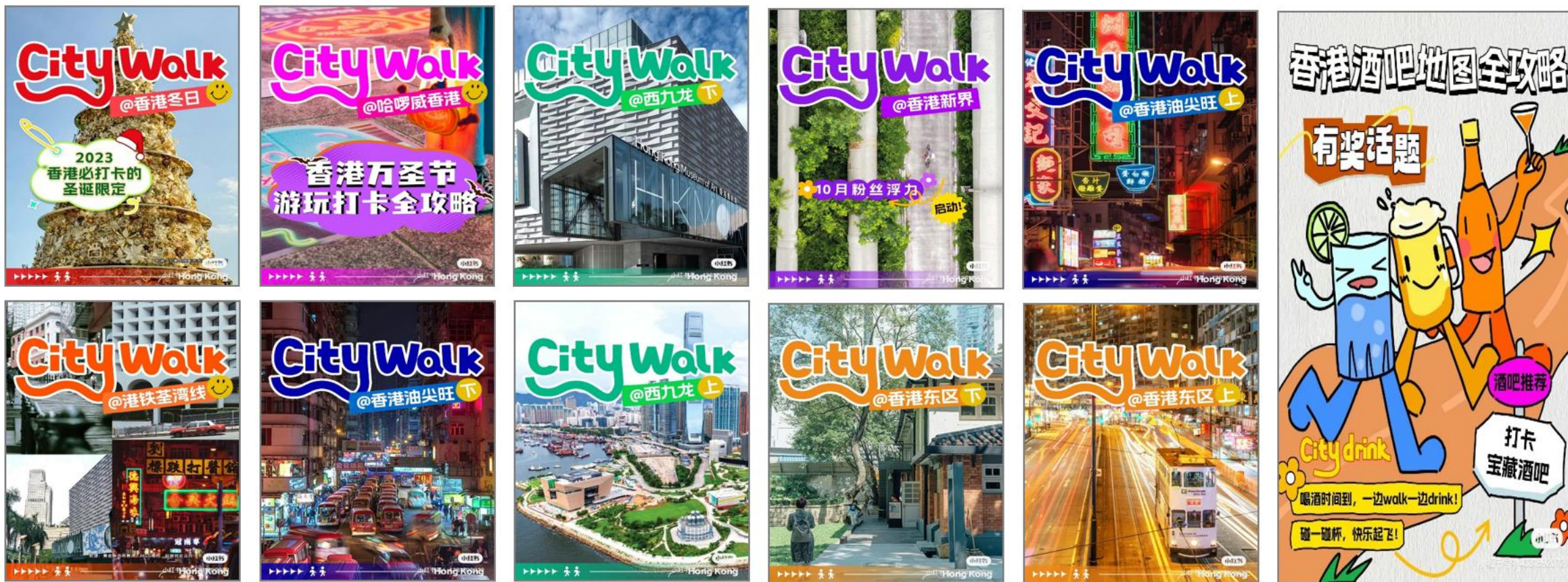


扫描二维码跳转#你好香港#抖音挑战赛主页



Phase3 Hello Takes You To More

06. 抓住社媒受众兴趣点，结合下半年中秋、国庆、美酒佳肴巡礼、单车节、夜飨乐、万圣节等香港旅游盛事，于社媒全矩阵推出8大香港Citywalk漫游路线；



Phase3 Hello Takes You To More

07. 支付宝跨界合作#坐着高铁去香港Citywalk, 广州、长沙、南昌、深圳四城线下硬广强曝光, 辅以赠送高铁票、出行大礼包等利益激励, 触达香港5小高铁时圈地区年轻受众;



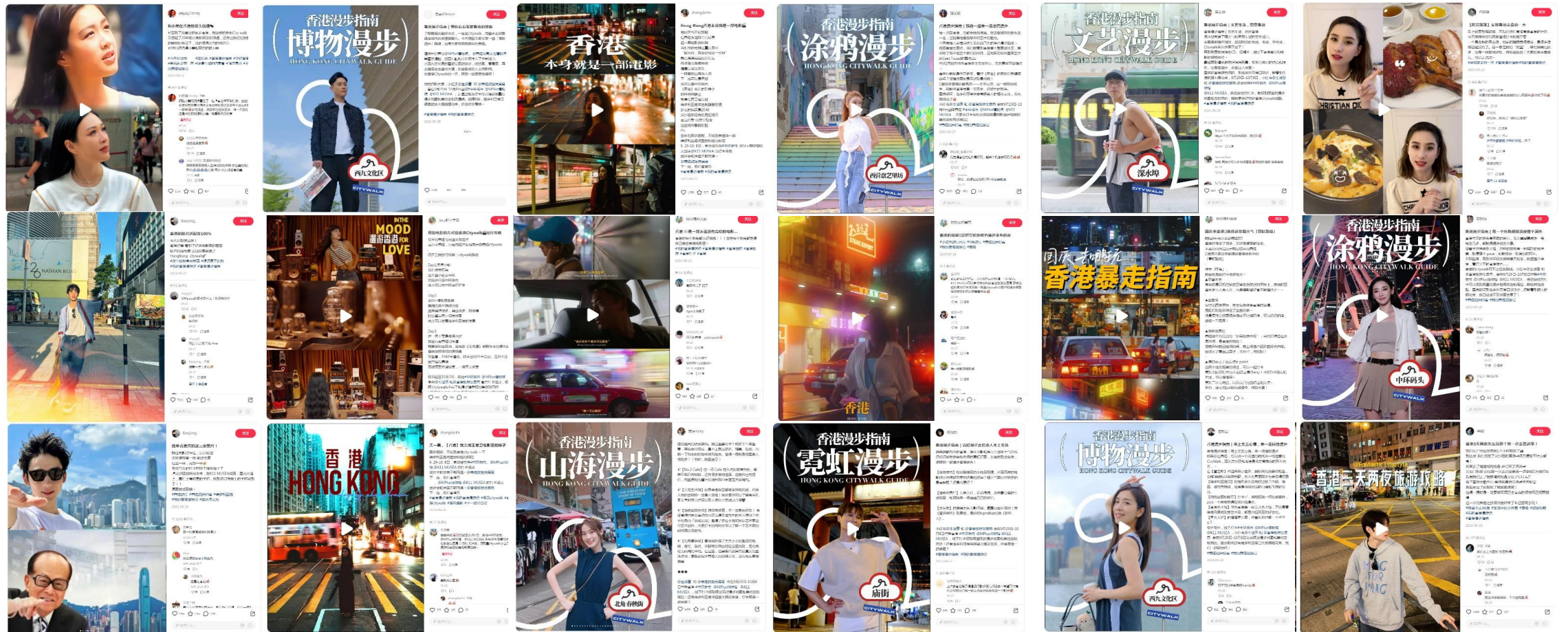
Phase3 Hello Takes You To More

08. 新生代明星@林明祯 @费启鸣 @此沙 合作香港深度游主题内容获社媒年轻受众热烈反响;



Phase3 Hello Takes You To More

09. 携手小红书官方，号召@钟丽淇 @黄宗泽 @薛凯琪 @何超莲等众多明星/KOL账号参与话题种草，展现香港精彩全景玩法，吸引更广泛受众赴港体验美好旅程。



项目曝光量 1,250,000,000+	核心视频播放量 100,000,000+	抖音话题页播放量 1,470,000,000+ times
抖音互动量 5,000,000+	营销成果	挑战赛话题页投稿量 30,000+
微博发布媒体 156	微博话题阅读量 980,000,000+	明星/KOL合作 40+

项目带动了巨大社媒声量，促发内地旅客赴港意愿，实现全年访港内地旅客近2700w人次，成为内地旅客出境游最受欢迎目的地，长居内地OTA出境游热门目的地榜首