快乐当夏，打开海洋王国的100种新方式

珠海长隆海洋王国暑期营销

- **品牌名称：**长隆集团
- **所属行业：**旅游及出行
- **执行时间：**2024.08
- **参选类别：**场景营销类

新消费时代，层出不穷的营销花样不断刷新着大众的眼球，相比产品的功能适配，消费者更偏爱场景上的精神刺激。为场景买单，为情绪复购，成为当下消费市场的新风向。

在暑期这个文旅品牌必争之际，作为世界级民族文化旅游品牌，长隆希望更进一步加强品牌与游客的交互，从情绪出发，以独一无二的情绪场景构建消费者的体验动机，赢得暑期关键一局。

抢占暑期客流 塑造口碑体验

面向暑期两大消费客群，拿捏亲子、年轻人、情侣的不同情绪价值需求

亲子家庭客群

情绪场景钩子：陪伴

年轻情侣客群

情绪场景钩子：浪漫

核心洞察

『情绪』打法，根据情绪匹配场景并精准推送至目标人群

洞察不同客群消费者的需求，通过定制互动场景，传递长隆特定情绪价值，直击消费者心智。

场景1：FOR亲子家庭

情绪场景钩子：陪伴

孩子们想要“好玩”
家长们想要“玩好”

搭建一个健康的游戏场景

让家长可以陪孩子一起玩，做不扫兴家长

场景2：FOR年轻情侣

情绪场景钩子：独一无二

基于年轻情侣对于
“幸运”与“独一无二”的需求

搭建一个专属的浪漫助攻场景

为情侣提供来长隆放烟花的专属仪式感

核心创意1

让游戏IP流量变文旅客流增量，亲子陪伴玩游戏做不扫兴家长

- 首发**联动爆款IP蛋仔派对**，结合玩家亲子客群与海洋王国动物科普等重点产品，拿捏孩子好玩与家长玩好的情绪需求，打造海洋王国x蛋仔岛的闯关游戏；
- 除此之外，长隆联合少儿模特机构与少儿舞团举办**海洋多巴胺儿童时装秀**，通过亲子走秀等互动体验拉近亲子关系，为家长晒娃与孩子释放天性提供舞台，持续拉升亲子陪伴的幸福感。

核心创意2

推出为TA放烟花的『幸运烟花主理人』长线产品，放大专属感

- **强化推杆启动全园烟花的仪式感**，打造由游客放烟花的全新浪漫场景。让年轻游客变身“长隆幸运烟花主理人”，为游客提供来长隆放烟花的专属仪式感，营造长隆烟花让运气加码的“幸运体验“。
- **结合七夕大热节点，制造七夕烟花求婚大事件**。海洋王国演艺人员、卡卡琦琦快闪助力变身气氛组，为情侣求婚提供优质服务，创造珠海长隆特定幸福感。

线下：蛋仔IP场景落地

携手网易《蛋仔派对》，蛋仔岛IP场景落地园区

爆款IP蛋仔派对落地长隆海洋王国，撬动更多自然流量注入，引爆暑期第一波客流。

线上：UGC话题发布

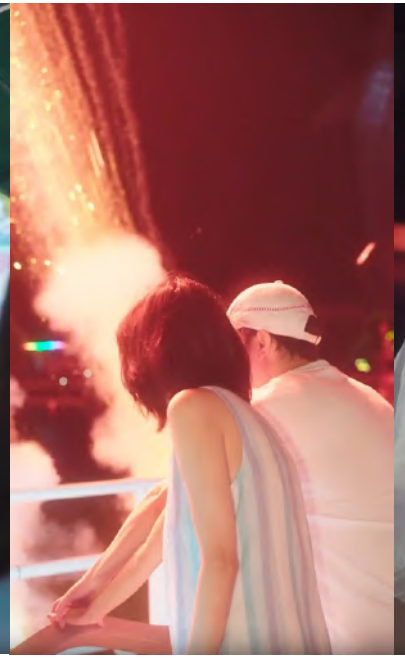
发布UGC话题活动#蛋仔岛海洋王国分岛#，提升品牌讨论度

发起小红书UGC打卡活动，结合海洋王国x蛋仔岛的闯关游戏

线下：求婚大事件落地

求婚场景种草-长隆全员助攻七夕浪漫告白

紧抓七夕大热节点，邀请情侣CP入园，园区商品演艺人员助攻，制造七夕烟花求婚的浪漫事件



线上：达人内容共创

恋爱场景演绎-短剧《七夕下的乌龙网恋》

锚定短剧热潮，以短剧形式种草海洋王国情绪化场景体验与互动，凸显#我在长隆为 ta放烟花#的专属仪式感！

项目营销总曝光破1亿+

- 抖音总话题#珠海长隆海洋王国烟花# **破七千五百万次播放**
- #珠海七夕约会这么过才够浪漫 **登抖音珠海榜榜TOP1**
- #用珠海的方式解锁海洋秀场 #夏天就得来珠海 **登微博珠海热搜榜单TOP2、3**
- UGC活动期间在园内兑换点位兑换蛋仔周边8521次，派发蛋仔周边及定制礼品8700份。拉动小红书抖音投稿量5000+，浏览量500w+