

平安银行信用卡境外游×安可港你听

- **品牌名称：**平安银行信用卡
- **所属行业：**金融
- **执行时间：**2024.12.02-2024.01.20
- **参选类别：**种草营销类

洞察分析

小红书已成为大众的“生活宝典”和“消费指南”，超过八成用户表示在小红书上曾经被成功种草

近两年出行势头增长迅猛



4.23亿人

2022在线旅行预订用户



1.35万亿元

2022在线旅行市场规模



+272%

2023上半年在线旅游
产品和景点门票销售



Top1

Z世代在线旅行渗透率

数据来源：公开资料整理

小红书已成重要的旅行攻略阵地

旅行前先问问小红书

82% 出游者会在线上研究攻略
*各平台 花费时间精 分布



数据来源：2023旅游消费内容研究报告，克劳锐

用户在小红书分享旅行体验

#野到家门口

#吃地道风味

#出个远门

128%

2023年9月旅游
搜索人群同比增长

250%

2023上半年
旅游出行类笔记发布
同比增长

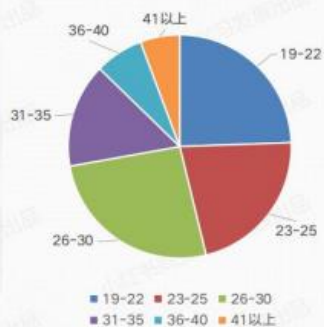
数据来源：小红书灵犀

洞察分析

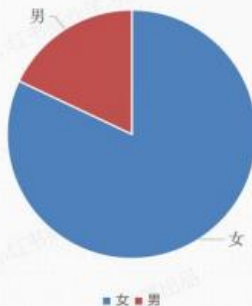
19-35岁的一二线城市的未婚女性是小红书文旅行业的主要用户，她们更愿意在小红书上查旅行攻略，且用户消费水平集中在中高档位，高净值特征明显

女性为主，男性持续增长

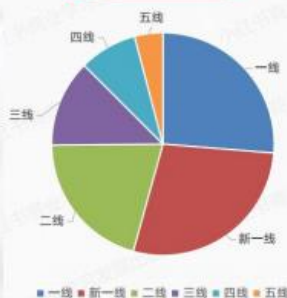
文旅用户年龄分布



文旅用户性别分布



文旅用户城市分布

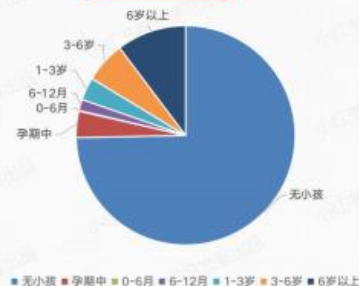


未婚孕女性占比近7成

文旅用户婚姻情况

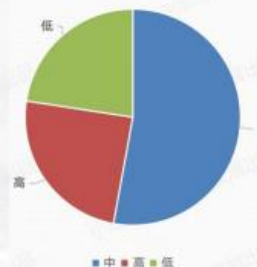


文旅用户孕育情况



高净值用户特征明显

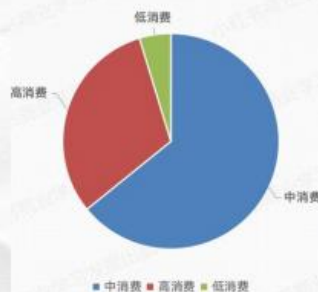
文旅用户小区档次



文旅用户固定资产占比



文旅用户消费水平



传播触点建议

无论在哪个平台上，一个好的攻略是能陪伴用户走完旅行全程，并实现口碑回流，持续被用户安利给其他人。



专栏策划包装

以安可分享的第一视角，分享攻略并植入业务产品内容

栏目名

- ① 安可「港」游记
- ② 安可带你“趣”游境

备选：安可“港”你听、安可“搵嘢”记、安港漫旅、安可出境带你玩、吃喝玩乐in境外

专栏故事包装

- 背景设定：以“安可”作为品牌福利官，带领用户沉浸式探索香港的各种旅行故事。
- 主线内容：围绕旅行生命旅程的时间线、结合出行“8大维度”进行内容种草，并在种草过程中通过**平安银行信用卡**的植入，强调其在境外游中的便利和优惠。
- 情感共鸣：通过“安可”的视角，在分享与种草过程中，与年轻群体产生情感共鸣，增加用户的代入感和品牌认同。

内容策略

第一视角种草

全方位的内容攻略

港风拼贴PLOG手账

最本土的旅行攻略

《安可港你听》最本土的旅行攻略——先行官安可带你体验最本土的旅行计划；



被文化入侵的港风安可

通过安可港风形象、表情包、粤语趣味梗等形式，将安可IP×在地化形成栏目的记忆点



●值得一试的香港点心餐厅
为你推荐9个在香港享用点心的好去处，从最闹烘烘的小贩摊到豪华的星级餐厅。

最官方的本土推荐+本土市民的宝藏tips

最具本土代表性的香港旅游局路线体验
(全方位/熊猫经济) + 本地市民的宝藏tips
(小众化体验/冷知识) 打造全方位攻略内容



最本土化的呈现形式

PLOG：港风设计+手账，
图文：.....

内容铺排

活动节点

12.19-1.2 双旦节点传播

1.3-1.14 香港线下事件预热

1.15-1.26 线下事件落地

内容主线

聚焦双旦出行需求，圣诞装限定皮肤安可带领粉丝游香港

聚焦港澳线下事件，结合#安可港你知 #安可带你Panda Walk两个话题，输出网红景点打卡路线及业务信息

官号铺排

视频*1
PLOG*10
图文*20

10篇

【双旦内容】

12.23 圣诞港澳攻略游Plog/长图
12.26 元旦港澳攻略游Plog/长图
12.20-1.2 行前攻略 图文*10

60篇

【线下联动事件】

1.6 全攻略福利释放视频*1
1.6 吃喝主题攻略plog*2/图文*16
1.8 住行主题攻略plog*2/图文*16
1.10 玩购主题攻略plog*2/图文*16

10篇

【春节活动持续种草】

1.16 春节香港攻略plog*1/图文*10



- 小红书平台播放量达53.4W，互动量达2.6W，互动效果较佳，用较低的预算占比，达到较好的传播的效果；
- 通过粤语标题、复古视觉设计、港乐/港片元素强化了栏目IP，并通过境外88业务点植入，助力品牌营销转化；
- 实现了场景化的种草营销，以“港澳游”为切入点，结合元旦、春节等节日热点以及安可IP的二次元、真人形象的露出，营造陪伴感。