



穷游网H1案例集锦



案例名称：银联国际x穷游网—穿梭星人快闪旅行计划
广告主：银联国际
所属行业：金融

• 需求与背景



最大出境
旅游消费国

中国连续多年成为
世界第一大出境旅游消费国



境外支付
爆发期

境外支付产业迎来了爆发期，信用卡及手机闪付产品成为境外消费支付的首选



银联国际
布局旅行支付

银联国际布局覆盖旅行全程的支付服务：
保证用户持卡在手，玩遍全球

合作目标

通过事件合作，找到与年轻消费群体有效沟通的语言，撬动年轻客群关注。
全面展现银联国际行前、行中、行后全流程支付服务，体现旅行不再需要繁复的规划，说走就走，快速出游。

• 洞察与策略

青年人成为境外自由行重要客群，

中国旅游研究院联合穷游网发布的《2018中国品质旅游发展报告》显示：

青年人

引领

青年人主导的**散客化、去中心化**逐渐成为旅游新需求的创造者和引领者

青年人

消费

约**4亿**中国千禧一代已成为在线旅行平台的主力用户

青年人

出行

年轻一代超过**八成以上**自由行的方式出境旅行。说走就走、喜欢尝试是年轻人旅行的显著特点

银联国际覆盖旅行全程的支付服务，更是锁定这些青年人作为主力客群，有待进一步传播渗透其品牌影响力。

• 洞察与策略

快闪旅行概念打造

输出鲜明的价值观和旅行消费方式

旅行元素内容创意

主题、目的地体验、品牌服务多重感知

撬动引领年轻圈层

趣味社交快闪店网罗年轻人



H5专题互动推广

前期social活动预热

通过与穷游网的跨界合作“穿梭星人穿梭旅行计划”事件，银联国际借穷游网已有的内容资源，将品牌触角从较为枯燥的金融领域主动伸向垂直化、年轻化的快闪旅行，进一步向品牌年轻化靠拢。



定制快闪线下活动

快闪活动引爆



• 创意和执行

五一假期正值国人出行热点时段，
三天小长假即将到来，
还没想好去哪儿玩？
拖延症晚期不想做攻略？

一份特别的快闪旅行穿梭指南送给你！
抛弃冗长复杂的行前预定流程，
由此进入快闪旅行穿梭黑洞，
开启一场72小时环球历险之旅吧！

线上线下共同作用，
打造“**5.1穿梭星人快闪旅行计划**”！



• 创意和执行

【H5专题互动推广】

联合打造的旅行穿梭星人72小时出境攻略计划H5专题，为线下活动预热，并通过丰富有趣的互动给予旅行者小长假出行攻略指导。同时专题打通穷游APP站内POI景点，方便用户查看景点基础信息及银联卡商户优惠信息。



• 创意和执行

【定制快闪线下活动】

借势五一旅游热点，结合“穿梭星人”概念，打造出境游互动快闪店。场景化的体验式营销、孟菲斯风格，极度抓眼球的设计元素、新奇的快闪旅行创意，吸引大批用户围观参与。



穿梭星人技能修炼手册、手环、盖章等小细节贯穿整场活动。银联国际以趣味流程设置联动旅行文化主题，把体验营销做到极致。

穿梭星人旅行主题快闪店 闪现上海人气爆棚

• 创意和执行

【定制快闪线下活动】

网红拍照墙



星球前台



场景化体验式营销 加深用户品牌印象

场景化体验式营销，在互动过程中让用户更加深入了解银联卡和穷游APP在旅行过程中的优势。

• 创意和执行

【定制快闪线下活动】

魔幻娃娃机、扭蛋机



穿梭攻略墙、声音体验墙、旅行结伴墙



丰富多样的互动环节 多维度沟通用户 拉近用户距离

丰富多样的互动游戏环节，从触感、情感、视觉、听觉等多种维度触发用户体验，拉近与用户间的距离。

• 效果与亮点



- **出行攻略优惠信息指导：**

打通穷游APP站内景点，方便用户查看景点及银联卡商户优惠。

- **趣味互动引发二次传播：**

穿梭星人认证卡片，引导用户自发进行二次传播。

- **H5专题集中推广效果好：**

站内点位集中推广，配以social资源软性宣传，吸引用户关注。

- **活动预告线上线下联动：**

特别海报页弹窗，为线下快闪店预热导流。

专题在线推广 **13天**，在线点位累计曝光量：**1600万+**，累计点击量：**27万+**。

• 效果与亮点



活动现场视频：

https://pan.baidu.com/s/1buoyJup5X_vm_p-wGdNdLg?from=singlemessage&isappinstalled=0

• 场景式体验营销实现品牌渗透

给了用户充分的想象空间，视觉、听觉、触感、情感多维度沟通用户，最大限度地提升了用户参与和分享的兴趣，提高了用户对银联和穷游品牌的认同感，实现品牌渗透；

• 刺激用户神经中枢捕获青年人关注

快闪店娱乐至上，用一波又一波的惊喜刺激用户的中枢神经，银联 × 穷游穿梭星人旅行主题快闪店以抓人眼球的设计装置、丰富多样的交互形式捕获了年轻用户的高度关注。

活动人流量超过 **1600+**，特邀网红抖音明星现场表演，仅活动首日吸引 **750+** 人围观参与。

• 效果与亮点



数十家相关媒体关注

场景营销催生新玩法，银联国际联合穷游网开创“快闪旅行”新体验

黑马营销 4月21日

近两年快闪营销异军突起，知乎“不知道诊所”创下6天3万人排队的惊人数据，线下快闪一时成为品牌趋之若鹜的创意手段，谁能突图爆款谁便能在风口上打出新高度。近日，两家品牌联合大胆提出以旅行文化为主题的快闪营销活动，首创“快闪旅行”概念。通过在上海陆家嘴开设线下快闪店给即将在5.1短途出行的你注入灵感。

黑马营销

下午5:57 100%

行业媒体作为营销案例：黑马营销和A4广告门

案例 | 5.1银联玩了一场快闪，告诉你旅行“惠玩”才是会玩

原创：一铭 4A广告门 4月22日

聊到金融业，相信很多人印象中都是一张扑克脸.jpg

但随着年轻一代的消费观

黑马营销

下午5:57 100%

旅途永无穷尽

