

A nighttime photograph of a city skyline, likely Guangzhou, China. The Canton Tower is the most prominent feature on the right side, illuminated with blue and white lights. The rest of the city is filled with numerous lit-up buildings, creating a dense pattern of lights against the dark sky. The overall tone is blue and dark, typical of a night cityscape.

第二十届哈尔滨冰雪大世界

整合营销项目

■ 项目背景

- 哈尔滨冰雪大世界是全球最大的冰雪主题乐园；
- 但偏居一隅的地方属性，和国有资产的身段包袱，导致冰雪大世界运营推广手段过于传统，急需通过创新运营与整合营销打破瓶颈。



传播目标

营销目标

针对第二十届哈尔滨冰雪大世界进行创新营销和整合推广，**打造超级冰雪IP，有效拉动游客入园量，提升哈尔滨文化和旅游产业美誉度。**

促进入园

提升游客入园量，突破此前日均1.5万人的瓶颈。

提升品牌

利用权威媒体（如央视）及外媒力量，重塑哈尔滨冰雪大世界权威、值得信赖的品牌形象。

转变营销

利用年轻化、娱乐化的营销活动，为冰雪大世界这一传统型景点打造现代化营销基础。

消费者洞察



年轻群体

当前社会年轻一代成为消费主力，但普遍对传统景区关注度不高，因而需要拥抱短视频风口，扶植园区自有爆款子IP，贴合年轻人兴趣领域。

本地人群

冰雪大世界虽然在省外知名，但本地人群由于缺乏新鲜感，入园热情不足，需要利用省内优质媒体密集曝光，同时园区活动向本地年轻人倾斜，以新理念重新激发本地游客的游园热情。

全球旅游爱好者

针对全球冰雪爱好者，则需借助CCTV、新华社、BBC等海内外头部媒体，打造全球冰雪旅游首选目的地。

策略方法



内容规划

借力大环境，巩固自身区域优势

哈尔滨现代冰雪文化已进入了快速发展时期，此时城市在区划策略上对哈尔滨冰雪大世界更加重视，是冰雪大世界巩固区域优势地位的良好时机，我们也正借此机会利用省内优质媒体，进一步吸纳东三省本地游客。

头部平台密集报道，塑造权威形象

在央视平台、海外权威媒体、央级媒体等头部媒体上实现了高频曝光，在全国乃至世界范围内深度传递了哈尔滨冰雪大世界作为冰雪文旅龙头品牌的领先地位。

深化IP打造，形成独树一帜冰雪IP

运营推广中以冰雪景观为平台，综合冰雪演艺、冰雪娱乐项目、冰雪互动活动有效融合，通过数百场精彩营销活动，进一步深化了游客体验，强化了游客黏性，锐化了冰雪IP和品牌打造。

借力新型媒体，激活品牌热度

在个体社群互动能力全面爆发的环境下，触电“抖音”、“微视”等新型媒体，并有效利用自有媒体进行传播，场内场外全面激活热度。



执行过程

携手抖音打造爆款话题 总阅读破**3.7亿**



3.7亿话题量

合作官方话题#dou趣冰雪大世界#，当前**总点击量达3.7亿**，成当前地方景点类合作话题流量最高。

位居全国前列

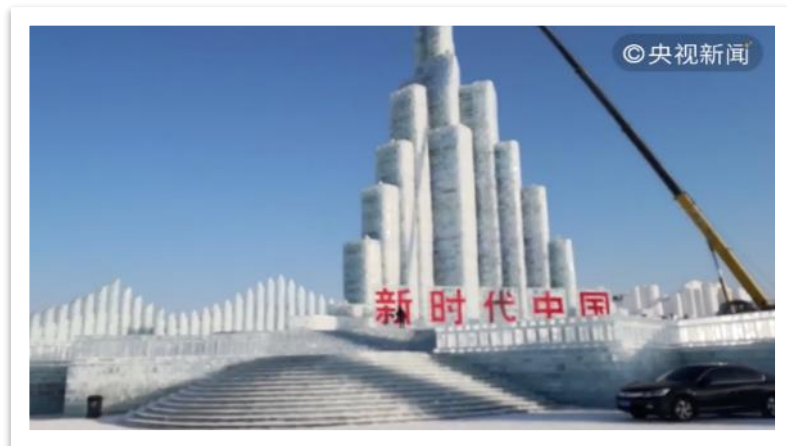
“2019抖音春节数据报告”显示，哈尔滨冰雪大世界**在全国景点打卡量中位居第4。**

孵化自有网红

园区自有节目“梦想大舞台”在抖音霸屏，**多次登上推荐位**，并**捧红自有网红大舞台主持人左右哥**（粉丝从2万增长至50万）。

官方和抖音合作邀请7位本地网红入园拍摄，并有小白街坊、吃喝玩乐哈尔滨等本地自媒体大号合作，**吸引到多位百万级网红自发入园传播。**

电视直播/专题报道 配合活动曝光



哈尔滨国际冰雪节开幕
1月5日 HNBT



新春新气象 欢度幸福年
2月3日 HNBT



冰雪大世界 精彩纷呈迎宾客
12月25日 HRB都市零距离 19:15



冰雪大世界试开园 与您相约冰雪嘉年华
12月24日 HRB都市零距离 20:15

■ 外媒报道 拔高品牌形象



电台/综艺

China's ice and snow sculpture festival starts Saturday
CNN (美国有线电台)



Харбин, 4 января /Синьхуа/ — Начало года — лучшее время, чтобы посетить Мир льда и снега в Харбине /провинция Хэйлунцзян, Северо-Восточный Китай/. Летние и весенние скульптуры, разноцветные огни, причудливые ледяные дворцы — все это не оставляет равнодушными туристов со всего мира. Фотографии Синьхуа/Ван Цзиншуй

图文

Мир льда и снега ждет гостей со всего мира



Харбин, 4 января /Синьхуа/ — В парке "Мир льда и снега" в Харбине /провинция Хэйлунцзян, Северо-Восточный Китай/ сегодня завершился 8-й Китайский /Харбинский/ международный конкурс ледяных скульптур. Лучшей работой конкурса была названа скульптура российской команды из Калужской области, посвященная футболу. Фотографии Синьхуа/Ван Цзиншуй

В Харбине завершился международный конкурс ледяных скульптур

王者荣耀×北方冰雪第一×跨年营销



内容撬动运营 | 中心大事件+视频内容制作（艺人统筹、创意制作、名人营销、传播视频剪辑、后期包装）媒体投放导流 | 景区宣发（大世界景区传播、合作资源谈判、外围传播造势、新媒体运营）新媒体运营 | 优质短产出内容+微博互动进行粉丝沉淀+日常传播持续提视频内容输出+制造热点话题+ IP深度拉动+优质达人升热度活动营销 | 品牌植入（景区权益沟通与效果把关\品牌整合营销：Social，PR，硬广，线下整合活动）。

OTA导流
五大平台

前期调研咨询
代理机制探讨

传播覆盖人口
2亿+

双微话题
新媒体互动运营

Zaker H5游戏带动线上热度



Zaker联盟8家媒体以《12城主播潜伏雪人阵! 行行摄摄大妹冰城第二季来啦》为题, 穿越冰城12处景点, 冰雪大世界位列其中, 超470W观看, 全网曝光**1500W+**。

■ 微博直播、话题打榜，热搜不断



哈尔滨冰雪大世界开园及采冰节活动期间，通过微博开机报头实现强曝光，跨年夜和冰雪大世界荣登**微博热搜榜单第三名**。

精彩视频——记录园区上百场活动



运营期间共举办了16大项精彩活动，有梦幻的圣诞巡游、激情的电音派对、紧张的冰雪王者电竞赛、前卫的冰雪动漫节、浪漫的情人节告白等活动。紧跟节庆打造活动的同时，哈尔滨冰雪大世界也使自己紧跟潮流与时俱进，首创了许多特色冰雪节目，赢得年轻游客的喜爱。

观看视频：

<https://v.qq.com/x/page/j0886jgpqoe.html>

第二十八届哈尔滨冰雪大世界宣传总结视频

16大项，数百场精彩活动



■ 创新应用

全媒体 整合营销

- **触电新媒体**：与抖音深度合作，打造园内爆款节目，孵化自有网红，全面激活品牌热度。
- **覆盖头部媒体**：CCTV、BBC等海内外头部媒体集中报导，全方位曝光。
- **立体化投放**：高铁、机场、户外大流量场景拦截到地游客，提高游客转化率。

- **线上创意**：Zaker H5游戏、微博直播增强互动，话题打榜提升品牌声量。
- **线下创意**：洞察游客偏好，针对性打造冰雪电音节、冰雪动漫节、冰雪军婚等数百场特色活动，传播冰雪文化；携手王者荣耀，打造“coser神还原冰雪王者峡谷”等系列活动，推动消费模式转变。

海量内容 撬动创新运营

■ 效果评估

总曝光量：94亿+

总入园人次：105.23W

项目效果——游客

- 营业57天，接待游客**105.23万人**次；
- 12月31日创造单日游客接待最高峰**5.57万人**；
- 日均游客量从往届的1.5万人次，提升至**1.8万人次**，同比增长21%；

项目效果 – 影响力

- 央视平台累计报道达**18次**；
- 获得BBC、CNN、路透社等全球知名媒体报道，全球**1034家**媒体使用冰雪大世界画面素材；
- 室外广告LED及车体广告投放近万个；
- 2019人气冰雪乐园TOP10景区榜单榜首等奖项；

项目效果——活动

- 园内共举办16大项、数百场精彩活动，堪称历年活动数量之最；
- 创新举办冰雪电音派对，5.57万人入园狂欢；
- 首次触电短视频领域，抖音合作话题点击量高达**3.7亿**；自媒体阅读总量达千万。

T H A N K S

