



“释放一夏 尖叫解压” 过山车挑战赛营销传播

融创乐园“释放一夏 尖叫解压”过山车挑战赛，在24天时间内，一举收获**3.7亿**全国关注播放，霸榜抖音热搜48小时，话题火爆全国。融创乐园也一跃成为这个暑期的流量王，频频刷屏，掀起一场全民关注打卡融创乐园过山车的大狂欢。

释放一夏 尖叫解压 过山车挑战赛市场背景

释放一夏 尖叫解压——市场背景



市场背景

每年暑期，针对年轻群体的花式营销，成为各大品牌的必争之地，这个暑期，为了能和年轻人玩在一起，融创乐园独辟蹊径，以过山车PK尖叫为宣传点，全国推出过山车挑战赛，号召众多游客来乐园打卡，体验另类解压方式。

线上线下联动，为乐园带来更多流量

POI + 达人视频 + 线下活动 + 官方视频 + 流量助推

如果你在路上大声尖叫，别人会用异样的眼光看你。但在乐园里，无论你怎么大尖叫大叫，也不会换来别人诧异的目光，也丝毫不会觉得怪异。反而你尖叫的越大声，排解心中的情绪，营造了刺激的氛围，还为他人制造欢乐。

因此，融创乐园围绕“释放一夏尖叫解压”的核心点，为用户带来快乐，让用户的情绪得到释放。

释放一夏 尖叫解压 过山车挑战赛创意策略

“释放一夏 尖叫解压”过山车挑战赛——创意策略

sunac 融创文旅
中国家庭欢乐供应商

尖叫

TOP 2



以抖音平台合作为主

激发客群



打造个性化乐园游乐方式



形成传播和活动声量



“释放一夏 尖叫解压”过山车挑战赛——创意策略

sunac 融创文旅
中国家庭欢乐供应商



尖叫

TOP 3

- **设备为中心**

承接线上话题活动，
通过线下活动及奖励
完成活动实施。

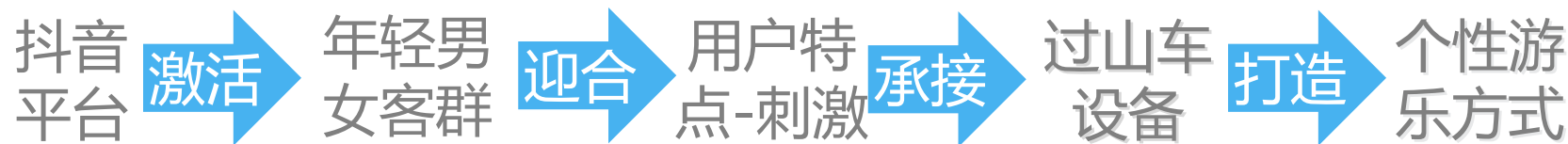
- **乐园全场景**

做活动氛围烘托，各
地乐园根据自身资源
及发展情况结合主活
动延展。



“释放一夏 尖叫解压”过山车挑战赛——创意策略

线上：抖音平台活动为主线



适合目标客群玩法的话题活动

7个乐园-挑战话题方向

围绕大主题#**释放一夏尖叫解压**挑战赛活动共计3周，每周定制一个挑战话题方向，线上线下发布挑战赛主题，邀请用户参与活动。

挑战话题方向	
第一周（7月29日-8月4日）	过山车唱歌挑战（唱出完整版歌曲）
第二周（8月5日-8月11日）	挑战过山车最佳情侣pose（结合七夕节日）
第三周（8月12日-8月18日）	挑战过山车飙海豚音达人（分贝器测试）

过山车挑战话题方向

挑战过山车飙海豚音达人（分贝器测试）

各地乐园第一周挑战赛围绕飙海豚音主题挑战赛展开过山车挑战赛活动，参与挑战过山车用户手持分贝器（手机软件下载），分贝数达到100分贝均可获得纪念奖品一份，并且将视频上传抖音视频添加**#释放一夏尖叫解压#话题**参与活动还有机会获得挑战赛大奖。

现场设有宣传板，介绍挑战赛活动规则，引导用户参与。

活动落地：地方乐园，项目组织专项活动，每周围绕挑战赛话题方向组织一场落地活动。

传播：微博、微信活动发布、招募。



挑战过山车最佳情侣pose（结合七夕节日）

各地乐园第二周挑战赛结合中国传统节日七夕热点，挑战 情侣主题，最佳情侣pose展开过山车挑战赛活动，参与 用户可是两个人也可以是一个人，只要结合爱情关键点均可参与挑战，均可获得纪念奖品一份，并且将视频上传抖 音视频添加 **#释放一夏尖叫解压#话题**参与活动还有机会 获得挑战赛大奖。

现场设有宣传板，介绍挑战赛活动规则，引导用户参与。

活动落地：地方乐园，项目组织专项活动，每周围绕挑战 赛话题方向组织一场落地活动。

传播：微博、微信活动发布、招募。



过山车唱歌挑战（唱出完整版歌曲）

各地乐园第三周挑战赛，结合很多综艺节目热点，挑战唱歌坐过山车，只要在过山车上唱出融创乐园制定完整版歌曲，均可获得纪念奖品一份，并且将视频上传抖音视频添加**#释放一夏尖叫解压#话题**参与活动还有机会获得挑战赛大奖。

现场设有宣传板：介绍挑战赛活动规则，引导用户参与。

活动落地：地方乐园，项目组织专项活动，每周围绕挑战赛话题方向组织一场落地活动。

传播：微博、微信活动发布、招募。



过山车挑战话题方向

融创乐园微博、微信、自媒体配合传播

地方乐园自媒体官方账号配合活动招募、
全程挑战赛活动亮点直播，选取优质视
频同步传播

西双版纳官方双微

广州官方双微

南昌官方双微

青岛官方双微

哈尔滨官方双微

合肥官方双微

无锡官方双
微





“释放一夏尖叫解压 过山车爱好者挑战 赛专场活动”

过山车爱好者挑战赛——活动规则

SUNAC 融创
至臻 · 致远

活动规则

活动设置：

- 所有用户参与融创乐园过山车挑战赛
- 开启**融创乐园过山车挑战赛**，前往不同地方打卡特色过山车。
- 挑战赛活动共计3周，每周定制一个挑战话题方向
- 定制「过山车表情包挑战赛」系列记录视频，每个视频1分钟
- 将视频添加**#释放一夏尖叫解压#话题**，参与挑战赛，引起话题热度
- 活动时间：7月29日-8月18日（三周）

活动布场：

- 根据过山车挑战赛活动布置线下挑战赛活动区域，引导线下游客参与挑战赛，上传视频到抖音平台参与，并有机会获得大奖。



“释放一夏尖叫解压” 过山车爱好者挑战赛专场活动

7月29日

8月4日

8月7日
8月10日

8月19日

**挑战赛招
募**
双微、抖
音、
RCD 过
山车组
织招募



活动爆发
RCD过山车
组织广州过
山车挑战



活动爆发
抖音达人参与
挑战



活动爆发
RCD过山车
组织无锡过
山车挑战



活动盘点
自媒体
官方平台
新闻稿

过山车爱好者挑战赛——过山车爱好者专题活动

SUNAC 融创
至臻·致远

RCD过山车组织介绍

Roller Coaster Dream

过山车之梦·中国过山车爱好者俱乐部



过山车之梦
Roller Coaster Dream



由国内一群喜欢过山车、游乐设备的年轻人自发组成的交流平台 成立于2010年 百余会员，遍布全国各地，俱乐部成员来自各行各业，多为业余爱好线上交流为主，线下已举办过多次大型乘玩活动（含媒体合作节目），参与各类行业展会 目前拥有微信公众号“过山车”、百度“过山车”贴吧、Q群（一共有6个QQ群）、新浪 微博等平台

俱乐部自有内刊3期纸质杂志和6期电子杂志（内刊仅供实名制会员阅读《游乐界》长期专栏供稿、多本国内外行业内、专业爱好者期刊供稿 RCD团队拥有大量过山车乘坐视频拍摄、剪辑经验，以及NL模拟过山车设计、视频制作经验。

俱乐部拍摄授权人员:傅星（会长），奚湃（技术顾问），廖宏峰（技术总监），李楠（北京地区负责人）

过山车爱好者挑战赛——过山车爱好者专题活动

SUNAC 融创
至臻 · 致远

过山车玩家特权

为吸引更多过山车玩家参与，增加对挑战赛周边的权益，制造过山车挑战赛传播噱头，号召更多游客参与到挑战赛中，在全国提供**140个**名额的融创乐园免排队特权益。

权益描述:凭借过山车挑战赛的专属徽章，前往全国7大融创乐园尊享过山车免排队特权。（权益期限1年内，徽章在7个融创乐园通用）



过山车爱好者挑战赛——专场挑战

SUNAC 融创
至臻 · 致远

线下落地

活动落地规则：

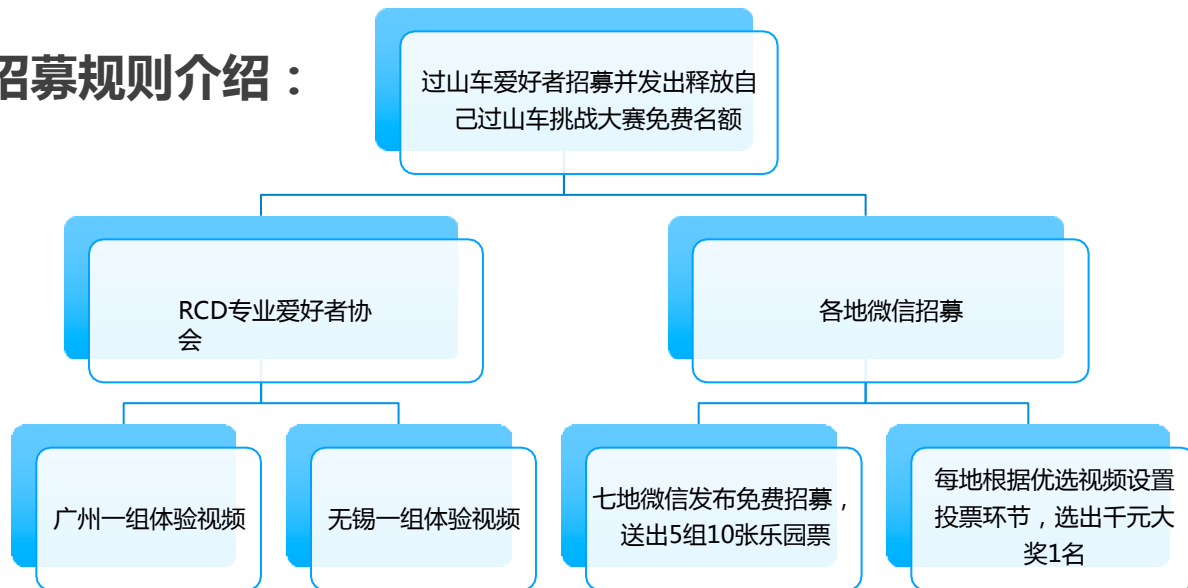
广州、无锡地方乐园每周一个挑战赛主题方向，每周通过手持活动板，线下更新每周挑战赛主题方向，参与用户可将视频添加**#释放一夏尖叫解压#**话题，上传抖音平台参与挑战赛，点赞量获得10个以上的粉丝不仅可参与抖音话题挑战赛赢取大奖，还可以获得融创乐园提供的小礼物一份。



过山车爱好者挑战赛——活动招募

微信、过山车组织线上招募

线上招募规则介绍：



过山车爱好者挑战赛——活动招募

微信招募-当地客群微信招募推文： 免费送票，解压还能赢大奖，挑战过山车之星等你来！

- 创意阐释：
- 在抖音平台开设挑战赛通路同时，聚拢当地粉丝群体，在微博微信同步用#过山车挑战大赛#话题进行推广招募，用送10张五对门票和赢取抖音微信过山车之星双重大奖的刺激下，吸引目标游客参与其中。

■ 核心信息：

- 1、抖音#释放一夏 尖叫解压#挑战赛玩法及奖品推介
- 2、招募游客送票线下线上互动优惠阐释；
- 3、评选规则阐释，只要评论留言喊出解压宣言，点赞最高5名获得双人门票入场券，官网购票同样可以参加抖音挑战赛。
- 4、公布评奖规则开奖时间，届时除了抖音，我们将在各乐园拍摄上传玩过山车视频游客里甄选播放创意最好的
- 视频进行投票，投票最高的人获得千元大奖及全国融创乐园折扣卡一张。

过山车爱好者挑战赛——活动招募

SUNAC 融创
至臻 · 致远

RCD过山车组织线上招募

招募令-RCD过山车组织微信公众号“过山车”、百度“过山车”贴吧、Q群（一共有6个QQ群）、新浪微博等平台发起招募令，邀请组织人员参与过山车挑战赛活动。



过山车爱好者挑战赛——活动招募

SUNAC 融创
至臻 · 致远

微博+抖音线上招募

线上招募规则介绍：

- 融创乐园联合抖音，发起线上线下过山车爱好者招募活动。
- 品牌通过发起#释放一夏尖叫解压 线上话题，拍摄官方视频&达人示范视频，利用活动声量及达人号召力，线上征集过山车爱好者，号召用户拍摄关于过山车真实乘坐体验视频，同时为了扩大参与量级，号召用户使用贴纸演绎乘坐过山车场景也可。
- 品牌选出优质内容参与用户，线下组成过山车爱好者联盟，前往融创乐园七大园区挑战7中各具特色的过山车。最终获得超级奖励。

融创中国控股有限公司



释放一夏 尖叫解压 过山车挑战赛创意实施

过山车爱好者挑战赛——广州挑战赛专场

SUNAC 融创
至臻 · 致远

RCD过山车组织广州过山车挑战

RCD过山车组织参与线下广州过山车挑战赛，预计人数8-15人，每人参与过山车表情包挑战赛活动，每人不少于1支抖音视频产出发布，**将视频添加#释放一夏尖叫解压#话题**，参与挑战赛，引起第二波话题热度。

融创乐园为RCD过山车组织申请免费门票及差旅费，及线下物料权益。

活动线下物料权益包含：体恤、帽子、条幅等，RCD过山车组织身穿本次活动定制服装参与活动。

活动时间：8月4日



过山车爱好者挑战赛——无锡挑战赛专场

SUNAC 融创
至臻 · 致远

RCD过山车组织无锡过山车挑战

RCD过山车组织参与线下广州过山车挑战赛，预计人数5-10人，每人参与过山车表情包挑战赛活动，每人不少于1支抖音视频产出发布，**将视频添加#释放一夏尖叫解压#话题**，参与挑战赛，引起第二波话题热度。融创乐园为RCD过山车组织申请免费门票及差旅费，及线下物料权益。

活动线下物料权益包含：体恤、帽子、条幅等

活动时间：8月9日或12日（**待定**）



过山车爱好者挑战赛——达人挑战赛参与

过山车爱好者抖音达人参与表情包话题挑战赛

通过抖音话题及达人创意视频结合过山车爱好者组织线下参与活动及七夕中国传统节日，带动七大乐园全民参与过山车挑战大赛热度。

·活动阐述：

邀请各地方抖音达人，前往融创园区坐过山车挑战赛创意视频参与话题，将视频添加**#释放一夏尖叫解压#话题**，参与挑战赛，引起第二波话题热度。

活动时间：8月7日



抖音达人拍摄流程

拍摄内容主题：

达人视频内容拍摄及达人文案围绕尖叫解压创意表情包这个点展开内容延展

1

脚本设计沟通

2

官方线下拍摄

3

后期剪辑制作

4

视频正式上线

5

抖+流量推广

过山车爱好者挑战赛——活动传播

SUNAC 融创
至臻 · 致远

融创乐园自媒体配合传播

地方乐园自媒体官方账号配合全程挑战赛活动，选取优质视频同步传播

西双版纳官方双微

广州官方双微

南昌官方双微

青岛官方双微

哈尔滨官方双微

合肥官方双微

无锡官方双
微



SUNAC CHINA HOLDINGS LIMITED 融创中国控股有限公司

过山车爱好者挑战赛——活动盘点

过山车爱好者挑战赛活动盘点

发布渠道：七大乐园微博微信
七地14家网媒发布 自媒体账号传播

发布内容形式：整合短视频 + 长图文 + 亮点照片 + 新闻稿件

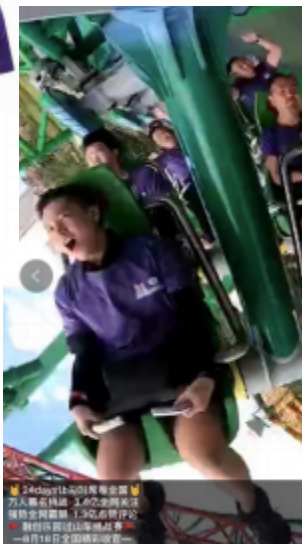
■核心信息：

- 1、整体挑战赛曝光量参与量亮点展示
- 2、盘点获得参与性和网红、过山车爱好者和官方视频亮点

专业过山车玩家慕名打卡



声势浩大的过山车挑战赛，还吸引了国内知名过山车组织——RCD过山车俱乐部的关注，40名专业玩家慕名前往打卡广州融创乐园和无锡融创乐园。PK广州“双龙飞舞”和无锡“雄鹰飞翔”，专业玩家们赞不绝口，意犹未尽，纷纷预订无锡即将开放的“蒸汽飞车”等各地新的试乘旅程。



视频

SUNAC 融创



专业过山车挑战赛线下执行亮点

SUNAC 融创
至臻 · 致远

- 在园区内布置**引导牌及地图桁架**等物料对活动进行解析
- 指派工作人员于7大融创乐园入口宣导活动详情，同时园区广播积极引导游客参与活动
- 抖音挑战赛活动期间，每日客流**日均近万人**，有效提高了活动参与率。



2019

www.sunac.com.cn

7大融创乐园重点美陈展示

SUNAC 融创
至臻 · 致远

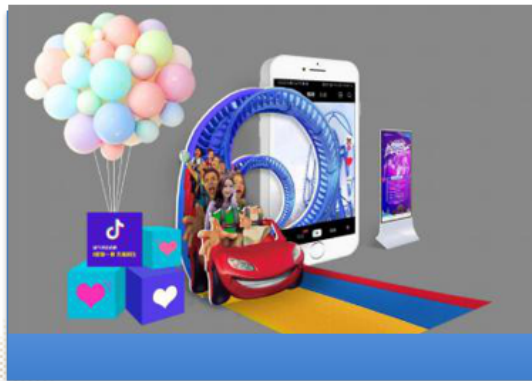


7大融创乐园重点美陈展示

SUNAC 融创
至臻 · 致远



效果图





sunac 融创
至臻 · 致远



释放一夏 尖叫解压 过山车挑战赛实施效果

挑战赛抖音传播亮点

最终收获了**1.2亿**播放量
单支创意视频在微博、微信、腾讯新闻等平台
及千万级大V主动加推并转发
单支视频获得**3.5亿**关注讨论
有超过**2万**名游客前往7大融创乐园参与挑战



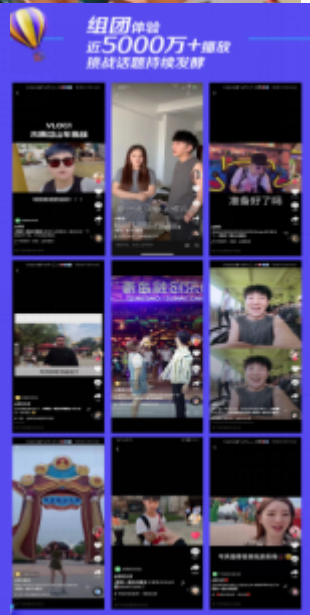
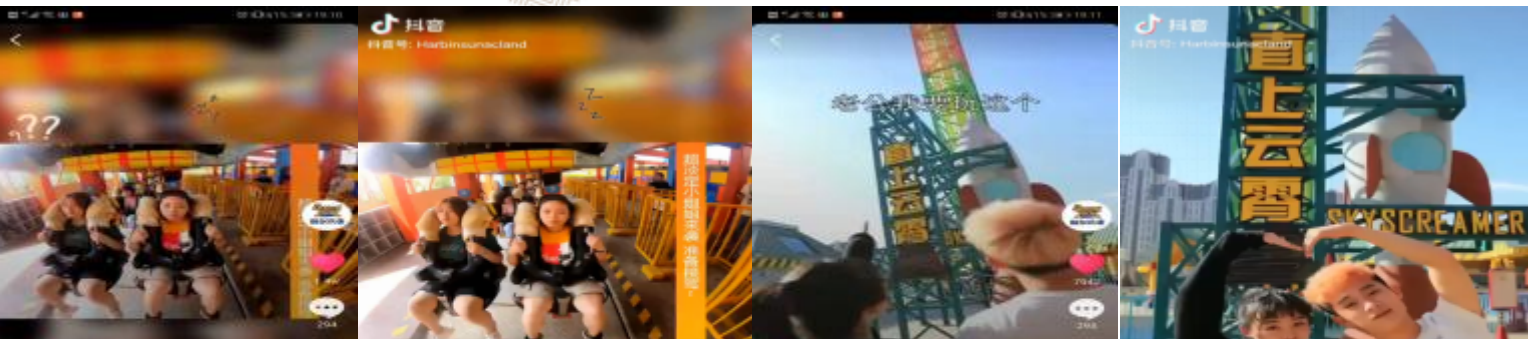
自媒体传播亮点

收获**3.6亿**全国关注播放
霸榜抖音热搜48小时
24天活动期共收获了近2万份创意作品
3500万曝光表现
单日全国抖音热搜榜第**12**名
全国话题热搜霸榜**48**小时



上万支过山车挑战抖音刷屏

SUNAC 融创
至臻 · 致远



达人视频 + 线下活动

官方视频 + 流量助推

[返回](#) [微博正](#)

 南昌融创乐园

昨天录到一位因坐过山车而昏迷的

南昌·竹林

掉掉不high心！过山车尖叫之旅，当代年轻人解压利器，花式撒野~

福利剧透 无惧惊悚乐园 7月21日



过山车挑战赛

挑战行每列至1道时！
每天新挑战至第5道挑战
自行来为大家总结一下
各种五花八门的参赛情况

过山车百态

01 连续失足坠车

合肥融创乐园 8-10月10日 来合肥融创乐园
#释放一夏 尖叫解压# #过山车表
注意# 合肥#梁小宝# 梁感哭
天的魅力..... 合肥融创乐园

利奇马再强，也挡不住这些专业过山车的脚步！
机器的陪伴 无趣的乐园 6天记


 随今天要跟大家炫耀炫耀👉
 “**释放一重谈判解围“过山车”挑战者活动**”
 一轻发愿非常火爆🔥🔥🔥
 还吸引了过山车的梦想乐园专业玩家周末前来打卡
 但是周末的排队时间**“秒变”“疯狂排队”**👉


 模仿运途


 炸回炸回 炸炸炸回 这可炸炸回

炸炸炸回为东运道能让人家来白一抽

于是炸炸炸回

我们在水炸炸炸回有东运道能让人家来白一抽


 BAI 99%

523次观看

The screenshot shows a mobile application interface. At the top, there's a status bar with the time '上午10:15' and battery level '92%'. Below the status bar, there's a navigation bar with a back arrow, a search icon, and a user profile icon. The main content area displays a roller coaster track with a blue car. Below the track, there's a splash screen with a blue background and a white splash. The text '过山车' (Roller Coaster) is visible in the top right corner of the app interface.

世界最长过山车漂流项目
幸运选择那个项目
很多人一定会选择刺激惊险的过山车

1

[illegible]


☐ 封面
 ☐ 目录
 ☐ 评论

尖叫解压嗨动一夏 融创乐园过山车挑战赛激情开启!

无惧融创乐园 7月20日



今年夏天
你有没有为过山车
胶蹄尖叫过？



七步法对传统音乐进行改造，黄岛市大剧院副院长王四喜说：“传统音乐是七步法，黄岛市大剧院副院长王四喜说：‘传统音乐是七步法，黄岛市大剧院副院长王四喜说：’”

下一个抖音网红就是你！更有壕礼等你来挑战！你还不来？

先睹为快！ 7月24日

尽情畅玩

嗨翻夏日

全园畅玩 畅玩过山车

四十个个体生命的影响力

过山车挑战赛即将开
解压逼你抖起来

初因说、恨挂帅冲、能骑飞猪、耳
畔响的轰鸣声和响彻云霄的尖叫，
是怎样的体验？这个暑假，融创乐

的特色解法主题本站“解法一夏”
过山车挑战赛，将于7月25日

网络主流媒体刷屏传播

SUNAC 融创
至臻 · 致远



- I. 国内多个知名资讯平台同步发布新闻稿
- II. 带图
- III. 领域传播覆盖面广：发布在新闻、商业、旅游、体育、科学等各个领域板框
- IV. 地域传播覆盖面广：从广州、广东、中国、国际等平台皆有发布

亮点传播效果展示——丰富传播形式发声炒作

SUNAC 融创
至臻·致远



围绕#尖叫一夏 释放解压#过山车抖音挑战赛，针对活动主题、参赛攻略、游客现场体验等内容，利用主题海报、表情包、长图、小视频、H5等丰形式，丰富传播形式，双微一抖联合发声炒作。

亮点传播效果展示——借势七夕情侣招募助力

SUNAC 融创
至臻 · 致远



七夕节前夕，融创乐园各地官微发起情侣招募——七夕节当天策划品宣海报，植入情侣过山车挑战——微博发布线下情侣挑战现场——采访挖掘情侣故事抖音发布，整个策划官微发起招募，抖音采访收尾，整个主题挑战形成闭环，为情侣打卡爱心过山车口碑宣传发力。

千万级粉丝大V纷纷加持

大V名称：更火视频

发布时间：8月5日

视频播放量：28.8万

费用：无（媒体自发）

大V名称：我的前任是个极品

发布时间：8月5日

视频播放量：16.3万

费用：无（媒体自发）

大V名称：虎扑的步行街

发布时间：8月7日

视频播放量：9.2万

费用：无（媒体自发）

大V名称：神奇的甲方

发布时间：8月5日

视频播放量：4.7万

费用：无（媒体自发）

大V名称：最牛段子手

发布时间：8月5日

视频播放量：1.7万

费用：无（媒体自发）



网络达人齐发声

网络达人齐发声 组团体验融创乐园

各路达人、专业人士的体验视频，也助力融创乐园在各大品牌的暑期“杀”出重围，赚足了用户眼球。

创意十足的过山车挑战赛，吸引了冒险兄弟、暴躁兄妹、威猛等近**50**名来自全国各地的抖音达人主动参与创作互动视频，创造了破5000万的视频播放量效果，仅冒险兄弟创作视频播放量高达**1700**万。

强大的名人效应自然带动了大量粉丝用户的参与度，充分扩大了品牌活动声量和游园热情。



冒险兄弟



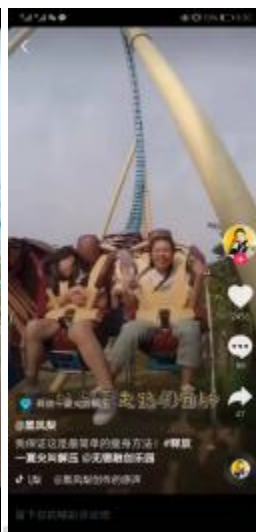
铁头娃tt
(铁头品普)



跟我一起吃遍无锡



这里是无锡



黑凤梨



拜托了小桃

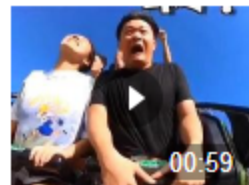


Cindy雯雯

单支过山车晕倒视频 新闻源被各网站转发

南昌融创乐园爆款视频成为新闻源

- 1、被**腾讯新闻**采集为新闻源全国推送
- 2、好看视频、爱奇艺、火锅酱等app大号主动转发



小伙第一次坐过山车
竟然晕过...
好看视频



小伙坐过山车,直接!
晕过去了....



小伙坐过山车,直接吓!



“坐过山车晕倒”视频 火爆全网

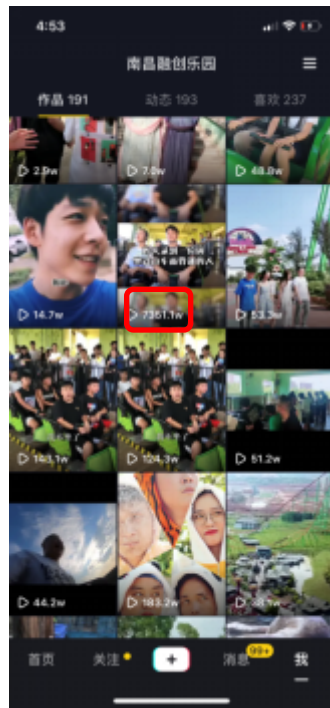
SUNAC 融创
至臻 · 致远

南昌融创乐园官方号最火一条视频曝光量达到**1000.5w**，点赞量达到**324.5w**，评论量达到**12.1w**，获得抖音**全国热搜12名**。此视频带动官方抖音号整体流量预估上涨**400w+**的曝光量不等，一周**涨粉10w+**，点赞评论量的数据上万。

融创乐园抓拍的“坐过山车昏倒”视频，因其真实记录游客坐过山车不同常人的搞笑状态，一经推出就火爆抖音，得到众多网友的好评和转发，并入围单日全国抖音热搜榜第**12名**，话题热搜霸榜**48小时**，最终收获了**1.2亿**的惊人播放量。

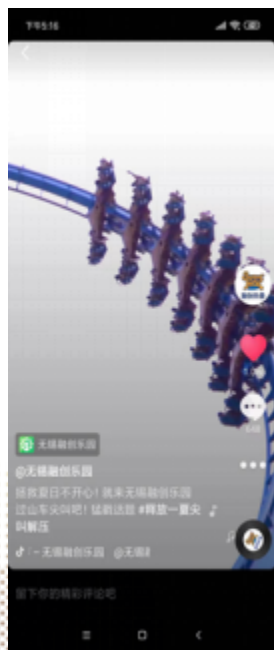


www.sunac.com.cn



融创乐园亮点传播展示

SUNAC 融创
至臻 · 致远



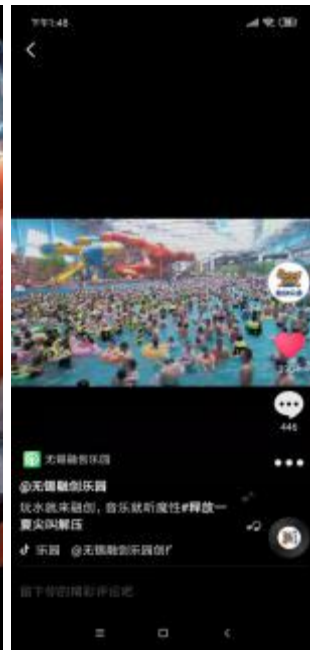
播放 468.3w
点赞 10,000
评论 648



播放 138.1w
点赞 8,532
评论 832



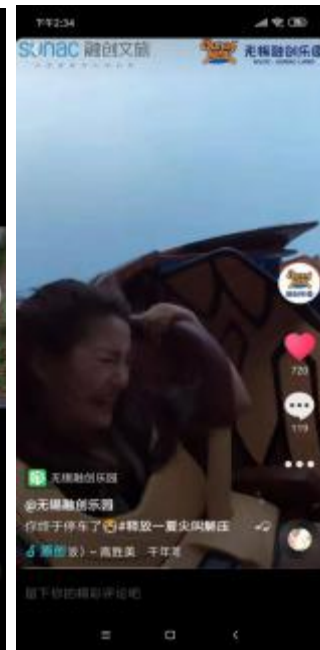
播放 66.1w
点赞 8,317
评论 1,068



播放 23w
点赞 3,904
评论 446



播放 17.2w
点赞 1,690
评论 26



播放 8.2w
点赞 720
评论 119

#尖叫#系列海报、倒计时海报 出街

SUNAC 融创



同期进行朋友圈、海报、推文、微博等宣传；尖叫系列预热海报，刷屏朋友圈，火热引爆话题

#尖叫#系列海报、倒计时海报 出街

SUNAC 融创
至臻·致远



线上传播亮点展示

SUNAC 融创
至臻 · 致远



七夕节前夕，官微发起情侣招募——七夕节当天策划品宣海报，植入情侣过山车挑战——微博发布线下情侣挑战现场——采访挖掘情侣故事抖音发布，整个策划官微发起招募，抖音采访收尾，整个主题挑战形成闭环，为情侣打卡爱心过山车口碑宣传发力。

线上传播亮点展示

SUNAC 融创
至臻 · 致远



落地唱歌主题制作趣味主题和表情包在双微一抖上释放，单条抖音的播放量达35W，点赞量近1.5W，合肥融创乐园官方抖音号连续三周入选安徽旅游榜单TOP10，连续攀升，最后一周上升至TOP1。

公关稿件

环球网、人民网、中国日报网、央广网等全国150+家主流媒体媒体发布
超过300家网络媒体转发报道

官方双微

官微发布52篇，阅读量100万+
官博发布180篇，阅读量74万+

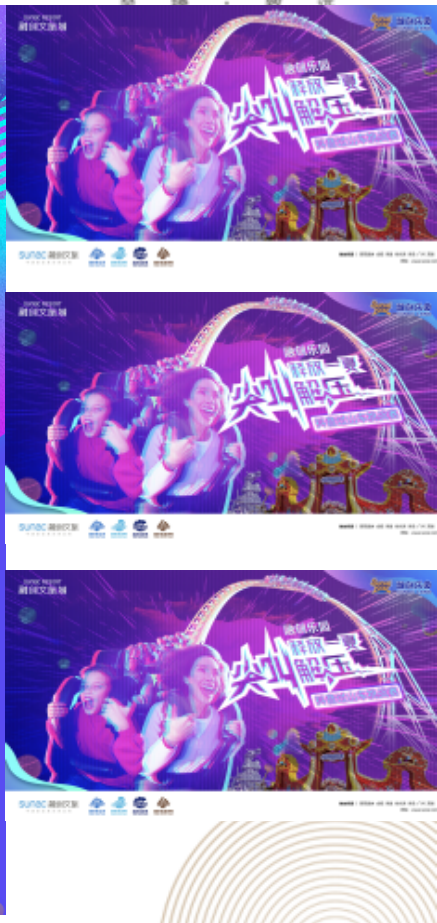
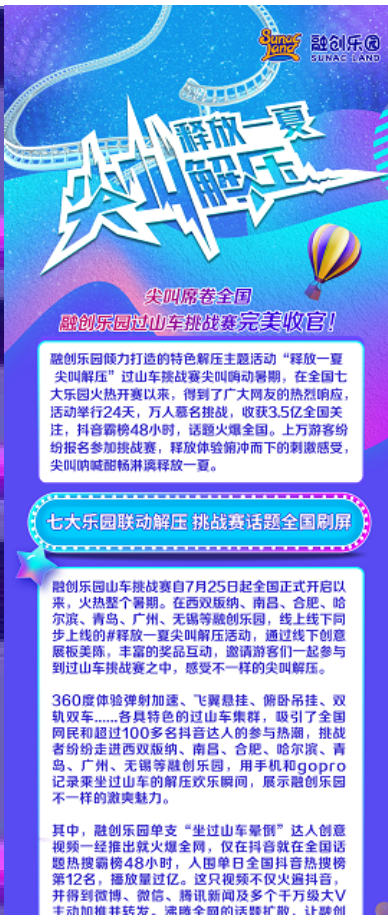
抖音发布

官方抖音发布134条
挑战赛话题阅读量3.6亿+
近2万份创意作品
3500万曝光表现
1500万赞评转
7地官方抖音点赞量：890万+

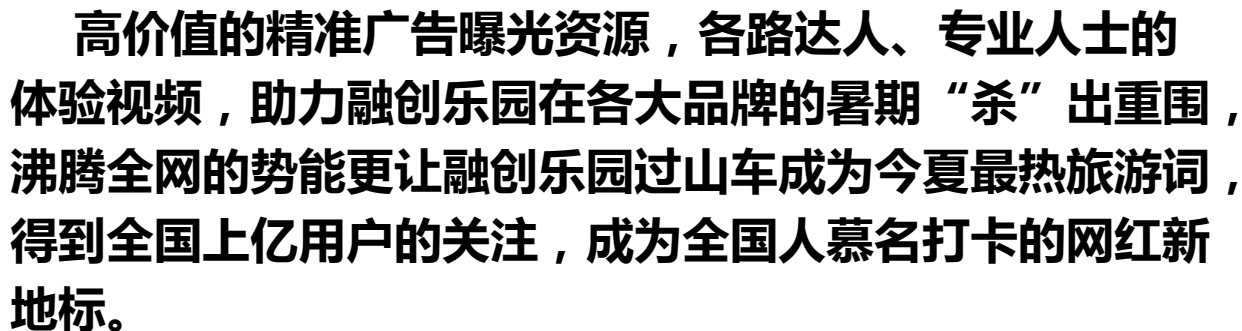
线下活动

超过2万名游客参与挑战赛
近50名抖音达人主动参与创作互动视频
创造了破5000万的视频播放量效果
单支达人创作视频播放量高达1700万

AT 城



SUNAC 融创
至臻 · 致远



融创乐园以其独特的过山车挑战赛，在24天内，一举收获**3.7亿**全国关注，霸榜抖音热搜48小时，收获了近**2万**份创意作品，**1500万**赞评转，全国超过**150家**媒体纷纷报道，高效拉动**109万**人流入园。

谢谢观看