

2018：我们一起讲好旅游故事

打造有温度的声量场



By SINA 李峥嵘 2017.11

10年前 刘若英在电视代言乌镇 10年后.....



刘若英 V

7月20日 16:56

看看老友

#刘若英十年归心乌镇# 刘若英：心的乌镇 来过，未曾离开



349万次播放

☆ 收藏

📌 8214

💬 2862

👍 26936

视频发布4小时，阅读量超2400万



#刘若英十年归心乌镇#

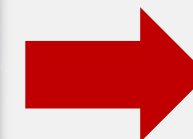
阅读2.5亿 讨论3.4万 粉丝0

主持人：乌镇旅游

话题阅读量突破2.5亿



星空下的长城小镇：古北水镇的“成人礼”



视频发布48小时，阅读量超4200万

差异性在哪？

微博搜索“古北水镇” 我们可以看到最即时的内容，最真实的人……



夜游



建筑



体验



美食

千华古村：乡村旅游的摩登时代

江苏千华古村参与2107年带着微博去旅行项目 微博话题阅读量突破1.1亿

联合旅游卫视《V旅行》栏目和新浪VR、新浪江苏，拍摄了一系列台网联动、强强联合的营销大片。在节目录制阶段，就打造了一场由旅游电视栏目引发的全民关注热点事件



1m短视频
微博播放量220万+



网红直播
直播观看量高达820万



全景VR视频
首次登陆乡村旅游
单条博文阅读量120万

这古村镇故事谁在讲？



还有谁在讲？

古村官镇官博



乌镇旅游👑

乌镇旅游官方围脖
粉丝：12万



古北水镇景区👑

北京古北水镇旅游有限公司
粉丝：3万



南浔古镇官方微博

湖州南浔古镇管理委员会官方微...
粉丝：2万

.....

城市人群



文创笔记👑

作为离家的游子，故乡如果可以触摸，是一种多大的奢侈！远远地看着故乡被高楼大厦，马路工厂，一点点肢解，蚕食，而又无能为力，那种伤痛，是今生永远的伤疤。故乡，是今生只能留在梦里的地方。惟愿时间能走的慢一点，未来可以寻找撤回键，留下更多对自然和过去的想象。

11-14 06:53

📌 💬 👍 3



Chen川子

潮汕古建无论从四点金，驷马拖车，下山虎乃至祠堂，都是一进一进，但也仅限一落厝局，您是把整个乌镇打造成一落大宅似的一进一进延展，这个很神。

11-14 07:37

📌 💬 👍 1

古村镇原住民



冰山上的小黑白

镇在心安。

11-14 20:42

📌 💬 👍 1



乌镇老田埂👑

透露出一股浓浓的乡愁和乡情！

11-14 08:13

📌 💬 👍 1



云中的哭砂

心静不同，所看见的景色也会不同，有幸今年六月去过一次

11-16 23:34

📌 💬 👍



海宁之眼

一往情深🙏

11-14 20:29

📌 💬 👍

媒体演变历程



1.0阅读时代



2.0交互时代



140个字传播革命

3.0社交媒体时代



社交媒体成为流量入口

4.0移动社交时代

移动互联网时代到来

中国互联网用户

7.51 亿

手机互联网用户

7.24 亿

移动互联网用户

占总网民 96.3%



从前，你是
景点产品供应商

现在，你是
异地差异化生活方式提供者



96%网友在移动端通过社交媒体进行内容消费
我们需要改变与消费者之间的沟通方式
讲故事，情感链接与信息传递同等重要

好的
旅游
故事

有温度



与用户产生情感链接

可对话

可参与

可传播

声量场



与用户产生有效链接

吸引用户关注

拥有持续独特声量

近年来有许多国内目的地开始尝试通过社交媒体讲故事

他们的故事

城市故事：现象级旅游大事件，17小时寻找北京

体验故事：客源地体验营销，浪花爱上雪

品牌故事：国际光绘节和龙虎山的品牌之路

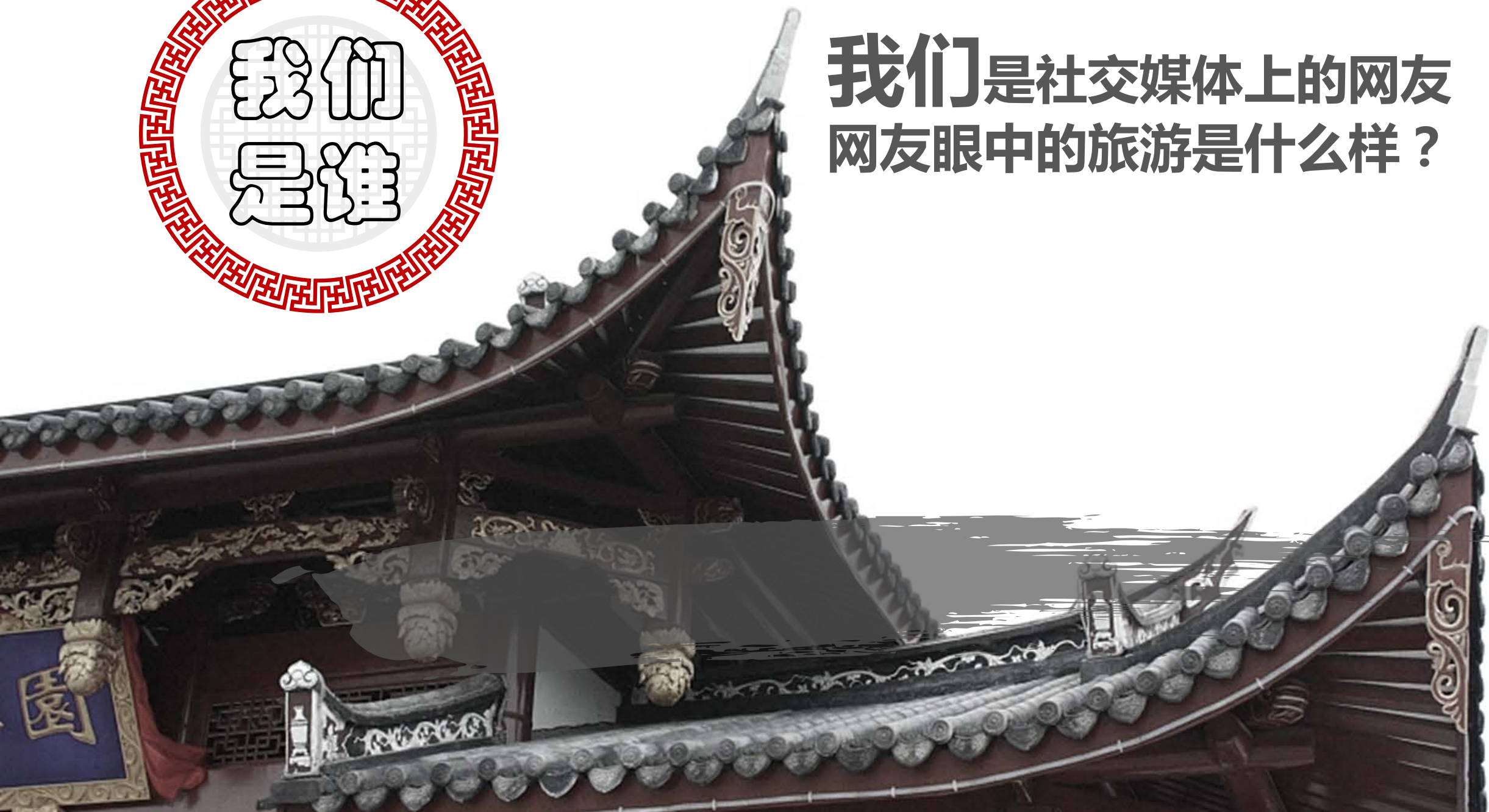
台网故事：海宁味道，嘉兴味道，千华古村V旅行

美食故事：江苏省旅游局打造1.4亿阅读量的美食之旅视频IP

微博是讲旅游故事，不可或缺的平台。



我们是社交媒体上的网友
网友眼中的旅游是什么样？



微博：中国最大的社交媒体平台

月活跃用户

3.76_亿

同比增长26.5%

日活跃用户

1.65_亿

季度增长600万

搜索月活跃用户

近1_亿

博文内容存量突破千亿

短视频成为微博内容消费的趋势，微博日均短视频播放量峰值超过40亿

数据来源：《微博2017年第三季度财报》

微博国内游总体数据

时间维度：2016年11月1日-2017年11月1日（后文同）

旅游微博提及量

15.3_亿

同比增长22%

提及人数

1.06_亿

同比增长11%

旅游微博搜索量

14.2_亿

同比增长152%

搜索人数

6351_万

同比增长67%

旅游微博签到量

3337_万

同比增长33%

签到人数

1249_万

同比增长17%

微博数据中心2017年11月

微博国内游视频数据

旅游视频微博

1.09_亿

占旅游整体博文

7.1%

视频微博发布人数

2517_万

占旅游整体人数

23.5%

旅游视频微博阅读量

694_亿

旅游视频播放量

235_亿

微博数据中心2017年11月

微博国内游头部用户数据

头部用户（10万+博文阅读量） 旅游达人（2.5万+博文阅读量）

旅游类头部用户

3200₊

头部用户月视频发布量

53000_条

头部用户月视频播放量

12.5_亿

旅游类达人 11_万

覆盖粉丝 4.3_亿

旅游类达人
日均发博 2_{万篇+}

日阅读量 143_亿



我们是国内旅游官博

2017旅游官博运营现状



全国省级旅游局官博影响力TOP10

1	福建省旅游发展委员会
2	河北省旅游发展委员会
3	山东省旅游发展委员会
4	乐游上海
5	河南省旅游局官方微博
6	广西旅游发展委员会
7	北京市旅游发展委员会
8	安徽省旅游发展委员会
9	湖南省旅游发展委员会
10	江苏微旅游

全国市级旅游局官博影响力TOP10

1	济南市旅游发展委员会
2	青岛市旅游发展委员会官方微博
3	杭州市旅游委员会
4	烟台旅游官方微博
5	南京市旅游委员会
6	苏州市旅游局
7	无锡市旅游局
8	西安市旅游局
9	威海市旅游发展委员会
10	广州旅游

全国5A景区官博影响力TOP10

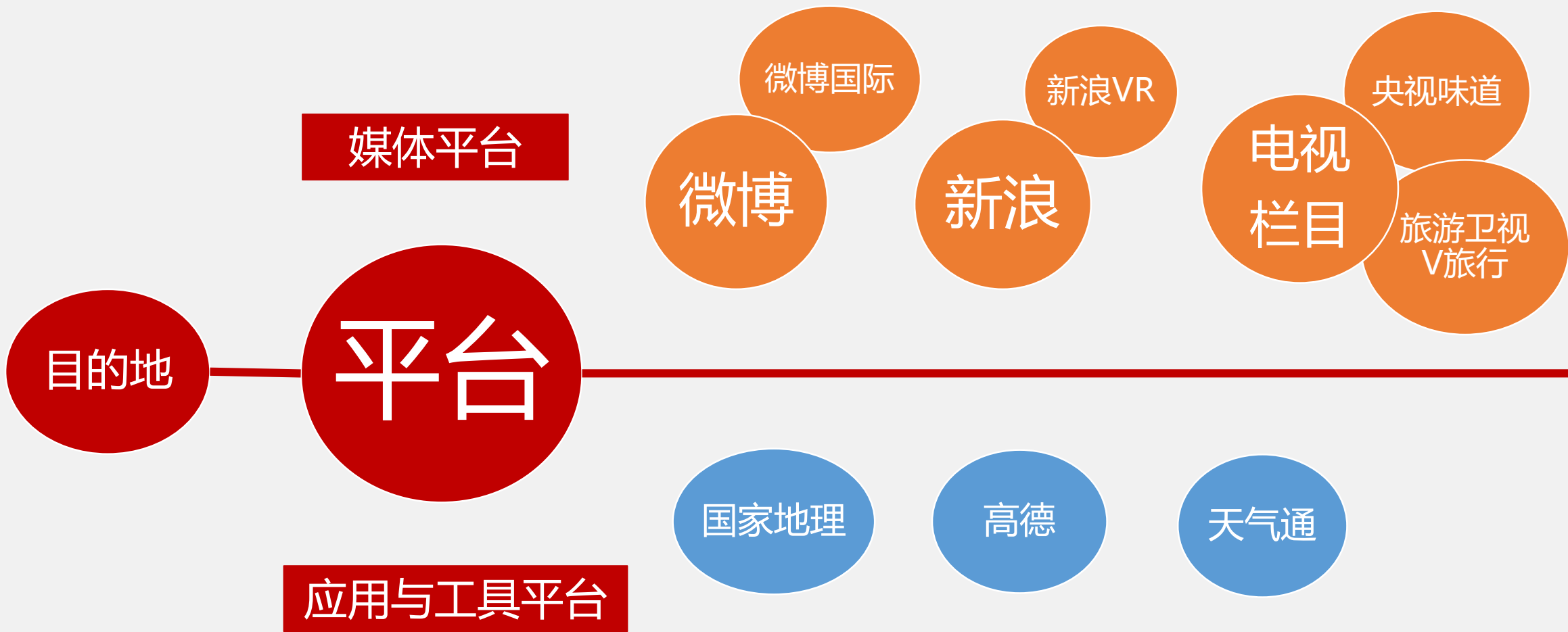
1	故宫博物院
2	横店影视城娱乐频道
3	黄山
4	峨眉山景区
5	崂山风景区官方微博
6	乌镇旅游
7	华山风景名胜区
8	江西龙虎山景区
9	中国最美的乡村婺源
10	千岛湖旅游



我们是多元化平台

2018 我们准备怎样讲旅游故事





讲好旅游故事的三部曲

吸引关注

强化基础认知

提升品牌知名度

它在哪儿？它是谁？
它哪好玩，该如何玩儿？

深层沟通

深度的专业内容解读

形成差异化品牌特质

深层内容解读品牌故事，能
带来怎样的差异化生活方式

促进转化

故事精准传播

影响消费决策

找到最适合听故事的人
用他们喜欢的方式传递故事

目的地如何通过旅游故事
吸引网友关注

吸引关注 | 平台级大项目



带着微博去旅行

国内旅游行业最大规模用户互动活动

活动总阅读量182亿

2017年 视频播放量16亿次 直播观众2443万



让红包飞

网友抢红包总次数超过9亿

抢到红包的用户达1.2亿

超过3万位明星和企业发红包



金足迹旅游峰会

国内旅游行业专业峰会 已举办8届

累计话题总阅读量3.2亿

话题讨论量35万

吸引关注 | 旅游推介会升级

延长推介会传播周期

扩大客源地人群覆盖

精准覆盖
兴趣人群

后续长尾传播推广
沉淀明星线路产品

·线上调研+多平台预热

·视频直播+自媒体联合报道

·数据追踪+持续精准推送



微博直播



#冬季到吉林来玩雪# 话题量4788万，直播累计观看83万，点赞134万，旅游话题榜第2位

吸引关注 | 客源地的精准营销

千岛湖（浙江）向周边省精准营销
微博话题总阅读量6790万
多个平台累计曝光1.4亿次

预热招募

KOL线下体验

持续传播

落地话题页

湖北：
#千湖之省遇见
千岛湖#

河南：
#心游记之豫见
千岛湖#

福建：
#我与千岛湖的十
年之约#



**目的地如何通过旅游故事
深层沟通网友认知**

深层沟通 | 联合KOL打造IP 夜话&七日谈

夜话

以对话场景为切入的深层故事

深度对话

最专业的KOL和行业大咖

地标场景

山巅、河畔、故居、古建...

大咖夜谈

体验、故事、对话、趣闻...

七日谈

以深度主题体验为切入的深层故事

多种主题 最深度体验 最立体呈现



深层沟通 | 台网联动：在央视看《味道》 来微博聊#味道#



电视栏目

权威背书支持
家庭场景口碑传播



社交媒体

延长传播周期
内容延伸 受众交叉



短视频推广

抢夺碎片时间
移动端裂变传播

- 提升目的地品牌**高度**
- 短视频锁定兴趣**精度**
- 保证目的地宣传**广度**
- 社交分享呈现网友**态度**



深层沟通 | 联合传统媒体打造内容IP

中国国家地理 简介

隶属于中国科学院，全国报刊媒体融合创新20强 **NO.1**



专业内容生产

文化梳理与解读：

- 出版图书《风物中国志·××》



事件营销

调研采风+大咖行：

- 风物发现之旅
- 中国国家地理风物摄影大赛
- 风物高峰论坛
- 名人微博直播

商业转化

消费升级场景，：

- 文创开发
- 特产升级售卖（微博橱窗）
- 品牌授权

深层沟通 | 联合视频PGC打造内容IP

微博旅游与畅游新媒、云微星璨等8家MCN机构旗下437个签约账号，以及超过50个PGC账号合作，高频次发布原创高质量旅游短视频微博。



原创旅游短视频阅读量超过152亿次

超3000个旅游头部用户中，视频类原创内容异军突起，平均每月阅读量12.5亿，视频博文转发率是普通博文的18倍。

短视频策略

旅行新势力计划

微博旅游开启“旅行新势力计划”
大力投入数亿资源推动旅游短视频内容制造和传播升级

**目的地如何通过旅游故事
影响消费者决策**

精准触达 | 超级粉丝通

更智能、更精准的信息流广告产品

优质资源，智能投放

多维组合定制化精准推广



用户喜好场景

垂直行业人群

微博搜索记录

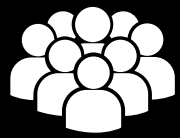
指定商圈用户

立体定向

立体定向

多维人群数据

有效实现精准推送



社交关系

用户行为

用户属性

适用平台

创意管理

千人千面
针对不同喜好人群
展现不一样的创意



系统智能匹配用户兴趣
与设计创意，择优展现

效果数据

互动数据全面细化

人群属性动态分析

传播数据完整呈现



社交互动数据

视频消费数据

转化点击数据

人群属性分析

促进转化 | 微博橱窗

突破传统的社交广告 KOL粉丝经济新玩法 5大特色优势

- 高效资源：微博粉丝头条助推
- 互动玩法：抽奖互动促进传播
- 视频呈现：目的地视频、美图通过原生位置自然呈现
- 电商平台跳转：微博橱窗，同款电商产品同步，一站式促进转化
- 高效曝光：单条推广微博不低于150万+的有效曝光量



2018 我们的核心目标是让更多网友

了解

目的地的
文化底蕴

走进

目的地的
旅游场景

体验

目的地的
生活方式

传播

目的地的
旅行感受



我们邀请旅游目的地一起
讲好旅游故事



感谢聆听

新浪网 李峥嵘 2017.11