



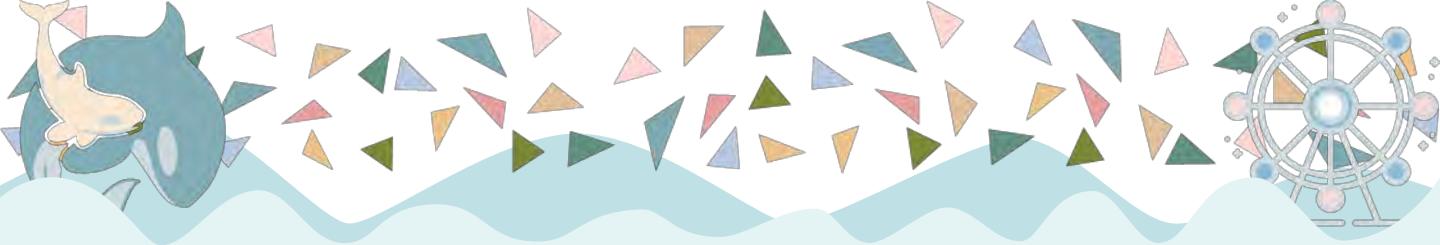
海好有
你你
很
high

三亚海昌
梦幻海洋不夜城
开园活动策划



海昌海洋公园
HAICHANG OCEAN PARK

股票代码：2255.HK



摘要内容

本策划以“海好有你，
有你很high”为主题，依
据调研综合出“陪伴”这
一重点信息。

主要宣传活动由线上线
下两部分相结合进行，开
园时园内设置以科普为主
的主题活动。

01 ABSTRACT



目录

摘要

前言

市场环境分析

市场分析.....1

产品分析.....2

竞争者分析.....2

SWOT分析.....3

广告方案

广告计划.....4

线上.....5

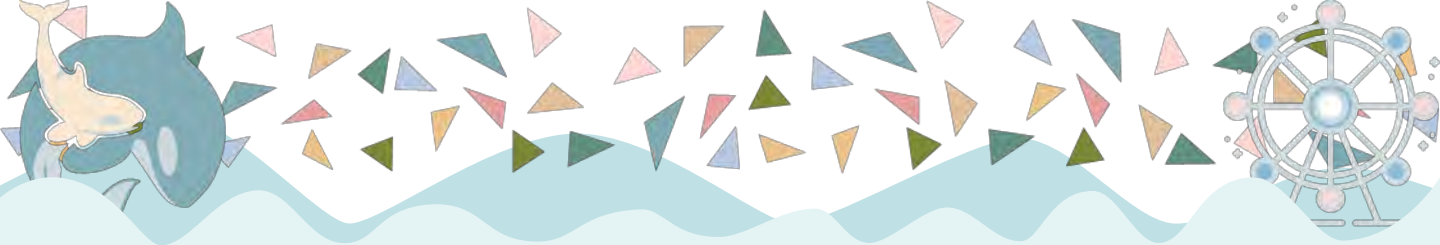
线下.....6

主题活动...8

媒介排期...11

活动预算

12



写
在
前
面
的
话

无论是亲人还是伴侣，
感情都是需要陪伴来相互
维持的。与亲友来一场有
意义的出行，首选三亚呀！

当然是玩H i g h啊！！

三亚海昌梦幻海洋不夜
城和你一起H I G H翻天！！
88米的海上摩天轮、三万
余只海洋生物，国内首个
沉浸式海洋文娱综合体，
它的面纱等待你来揭开！

02 PREFACE



市场环境分析

市场分析

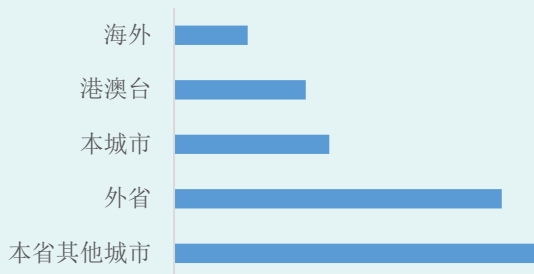
- 政治：国家致力打造国际旅游岛，“21世纪海上丝绸之路”战略支持；
- 经济：据统计，三亚市2017年接待游客人数有所增长，旅游饭店客房开房率71.03%；
- 社会：精神消费需求增加，出游率逐年攀升；
- 科技：移动互联网发展迅猛，广告形式多样化发展。

- 海南居民包括汉、黎、苗、回、彝、侗、瑶等为数30多的民族，其中以黎、苗为最多；
- 禁在家中或公共场合谈论猴子。
- 海南渔民崇拜大海，常到龙王庙中祭海，祈求行船平安，鱼虾满仓；
- 海南人民歌颂海洋，存在许多民间歌谣，如侨乡歌、渔歌和咸水歌等。

宏观市场分析



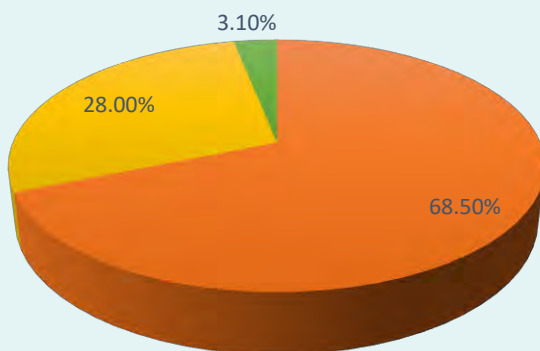
国民旅游目的地情况

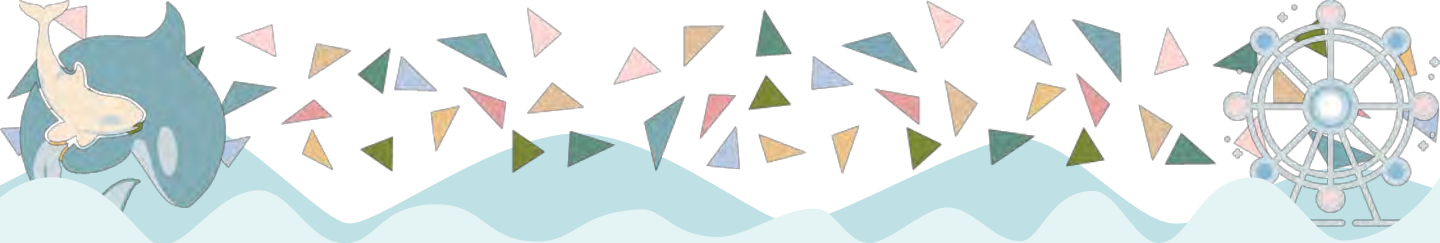


文化分析

家庭旅游已经成为人们对美好生活向好的重要组成部分，中近程家庭旅游占据主流。

家庭出游渴望程度调查





产品分析

综

项目以“海上丝绸之路”为线索，以“开放式海洋异域风情”的休闲模式，打造24小时全天全季候运营，集文化旅游、休闲度假、娱乐体验、创新商业一站式全方位的旅游度假服务。

便

位于市区，可通过飞机、动车、高速路直达三亚市区，有利于外地游客直达园区；

全

拥有欢乐剧场、海上摩天轮、家庭娱乐中心、飞行影院、30余鲸鲨海底主题餐厅、海龟主题餐厅等8大主题餐厅、50余家特色餐饮，全天候游玩，集吃喝玩乐购于一体，服务全面；

竞争者分析

ATLANTIS
SANYA

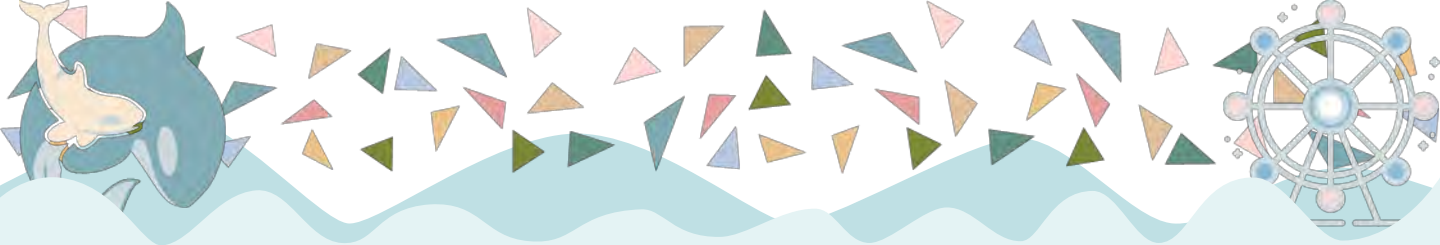
以水上乐园为主，园内配备美食广场，以及潜水项目，旗下还有三亚的七星级酒店，游客能够在娱乐后回到酒店享受高档服务。



以休闲度假为主，有大量海上惊险刺激项目，还有优美的岛上风光，许多网红INS拍摄地。

有洁净的海洋环境和海洋资源，被国际潜水专家认为是“最适宜潜水的胜地之一”，吸引香港、澳门以及国外众多潜水爱好者前来。还是海底婚礼举办圣地。





SWOT分析

S

- 集吃喝玩乐购于一体，综合性强；
- 虎鲸、88米海上摩天轮吸引眼球，是第一大卖点；
- 全天候游玩、梦幻海洋不夜城的亮点引人入胜；
- 海上丝绸之路八大景点气势宏大

SW
OT

W

- 供游客亲身体验的服务缺乏新意，依然以观看、游乐园式玩乐为主；
- 梦幻海洋的特点宣传不够突出、缺乏变换，不足以长期持续招徕顾客；
- 商业气息严重，长时间游玩的旅客易产生疲倦乏味情绪。

T

O

- 自今年5月1日起，海南省实施59国人员入境旅游免签政策，促进外国人来海南旅游；
- 三亚海昌梦幻海洋不夜城开园宣传造势有力，吊足了顾客的胃口，为开园营业打下基础；
- VR、AR等前沿技术迅猛发展，前景可观。

- 同类海洋主题公园竞争激烈，同质化严重；
- 亚特兰蒂斯水族馆拥有触摸池、终极潜行（专业潜水服务）等近距离与海洋生物互动的体验服务；
- 亚龙湾海底世界等纯天然海底景点削弱了海昌梦幻海洋不夜城的吸引力，使如何打造“梦幻海洋”成为难题。

广告计划

线上



官方微博连同旅游博主@一条、@我的旅行小马甲，发布带#海昌要你一起

high#话题的微博，通过转发抽奖送门票互动吸引年轻群体；



官方微信公众号发表广告推文《后来，我发现他们春节都去了…》，并在朋友圈

投放信息流广告，增强微信推广



抖音官方账号不间断发表精美短视频，创造网红打卡点吸引消费者前往打卡；通

过内容吸引消费者



小红书发布旅游笔记并通过热搜推广



去哪儿网站首页、APP开屏广告推广



百度地图、高德地图位置信息推广

线下

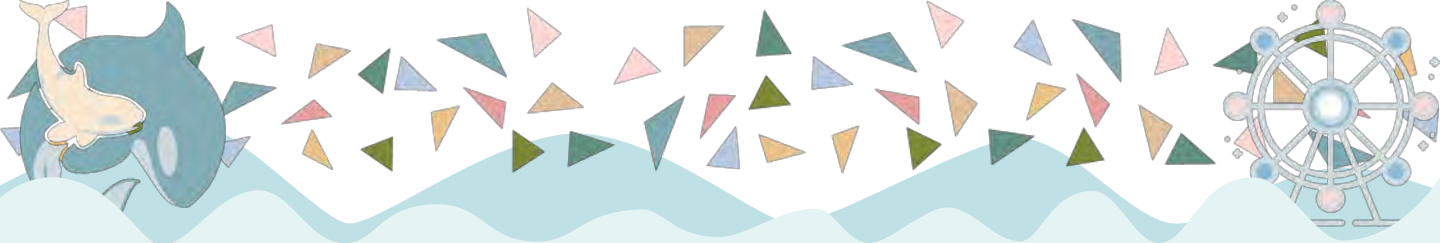
高速公路户外广告牌：在海南的高速路旁的广告牌投放户外广告，吸引驾车出行的消费者前往公园；

专线公交：设专线公交直达公园，专线公交从车体设计至车内陈设、语音播报，全部围绕三亚海昌梦幻海洋不夜城来设置；

公交站牌广告：普通公交车站牌投放海报宣传；专设路线设置路程海报：凤凰机场=>三亚海昌梦幻海洋不夜城，火车站=>三亚海昌梦幻不夜城；

火车站刷屏广告：火车站候车大厅投放刷屏广告

凤凰飞机场LED广告：三亚凤凰飞机场投放户外LED广告，吸引到三亚旅游的游客。



线上



12月15日始

官方微博、一条、我的
旅游小马甲同时带
[#海昌要你一起high#](#)话题发门票抽
奖微博
同时微博热搜进行推广

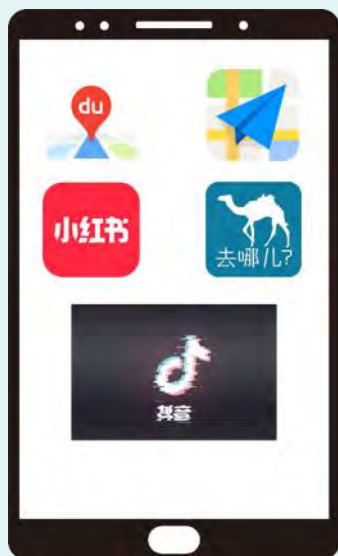
12月15日始

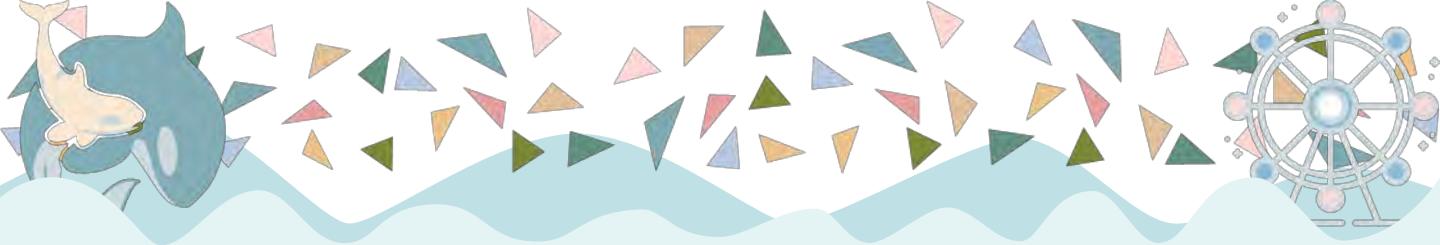
官方微信公众号发表广
告推文，并在三亚地区
投放朋友圈信息流广
告，进行朋友圈宣传



1月15日始

百度地图、高德地图信息
推广
抖音官方账号发布短视频
造新的网红打卡地；
小红书发布旅游笔记并通
过热搜推广；
去哪儿首页广告





线下

高速公路

在海南的高速路旁的广告牌投放户外广告，吸引消费者前往公园

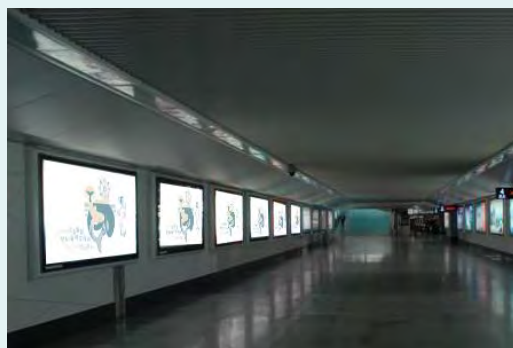


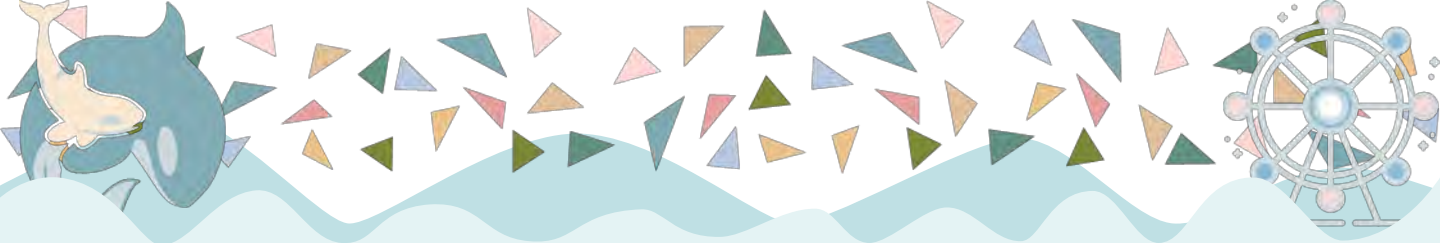
公交站牌

公交站牌投放海报宣传广告：路线一：凤凰机场—三亚海昌梦幻海洋不夜城、路线二：火车站—三亚海昌梦幻海洋不夜城

火车站 凤凰机场

火车站候车大厅投放刷屏广告，三亚凤凰飞机场投放户外LED广告，吸引到三亚旅游的游客。





线下

路线一：凤凰机场——三亚海昌梦幻海洋不夜城

35路 友谊路>>海棠湾广场 每隔两个站点设立一张路程倒计时海报

1. 市总工会



2. 吉阳区政



3. 林旺市场



路线二：火车站——三亚海昌梦幻海洋不夜城

(1) 35路 火车站>>海棠湾广场 每隔三个站设置海报

1. 农垦医院



2. 东岸假日



3. 林旺中学



(2) 33路 火车站>>海棠湾广场 每隔四个站设站牌广告

1. 荔枝沟市场



2. 亚龙湾火车

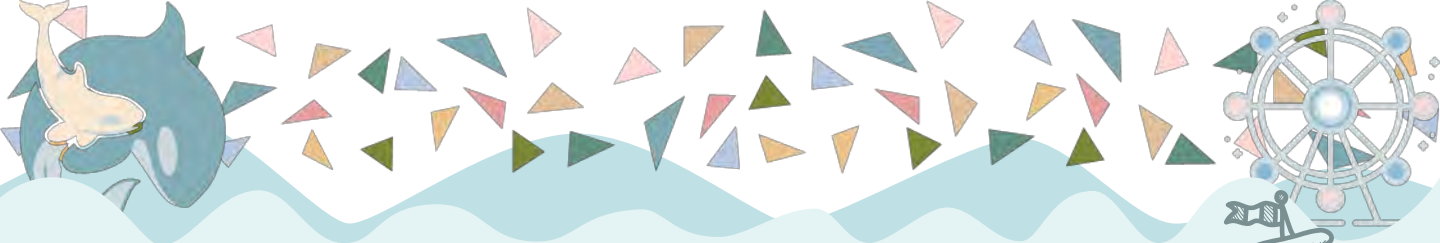


3. 林旺中学

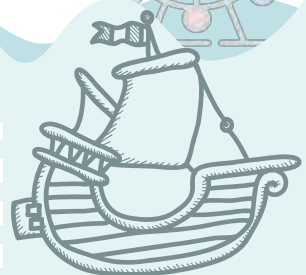


4. 301医院





海有一位老船长



(一)

活动目的：

海洋污染日趋严重，越来越多的人开始保护珍贵的海洋生物。关于海洋知识、海洋生物的知识科普亦是十分重要。在娱乐的同时，以动画、视频的形式向游客进行海洋生物知识的科普。

活动内容：

游客可以使用微信扫一扫，扫描对象为园内的海洋生物。设置特殊的动物，扫到特殊动物的游客即可根据扫描结果进行礼品领取，只要扫描动物都会获得精美动物壁纸。

奖励设置：

特别动物①号：虎鲸

- (1) 前20名 园内商品88元抵用券一张
- (2) 前21-200名 园内商品50元抵用券一张
- (3) 前201-1000名 公园限量纪念品一份

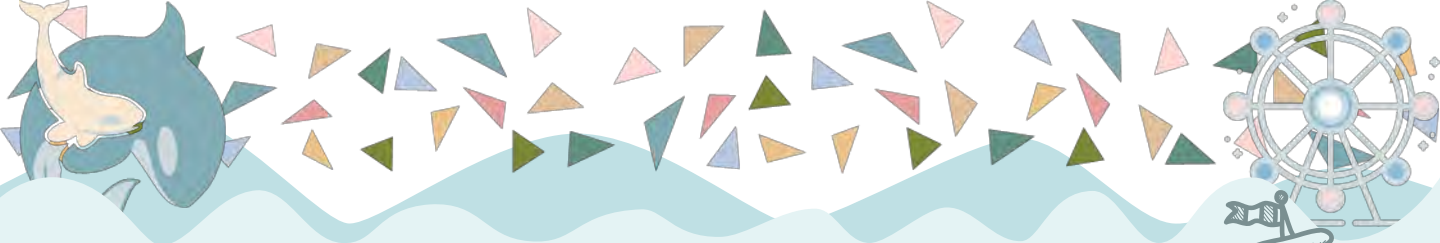
特殊动物②号：北极熊

- (1) 前20名 园内商品88元抵用券一张
- (2) 前21-200名 园内商品50元抵用券一张
- (3) 前201-1000名 公园限量纪念品一份

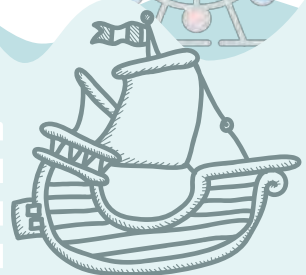
特殊动物③号：海龟

- (1) 前20名 园内商品88元抵用券一张
- (2) 前21-200名 园内商品50元抵用券一张
- (3) 前201-1000名 公园限量纪念品一份





海 有一群小海龟



(二)

活动目的：

小海龟出生之后遭受着巨大的生存考验，使得海龟的数量在减少。近年来有组织开始收集海龟蛋，人工孵化饲养小海龟到合适的时间再放回海里，以保护珍惜的海龟。

小朋友在游戏的同时会身临其境地学习到小海龟的生存考验，只有克服困难、拒绝了诱惑才能很好地保护小海龟。

活动内容：

活动适合对象：3-10岁的小朋友

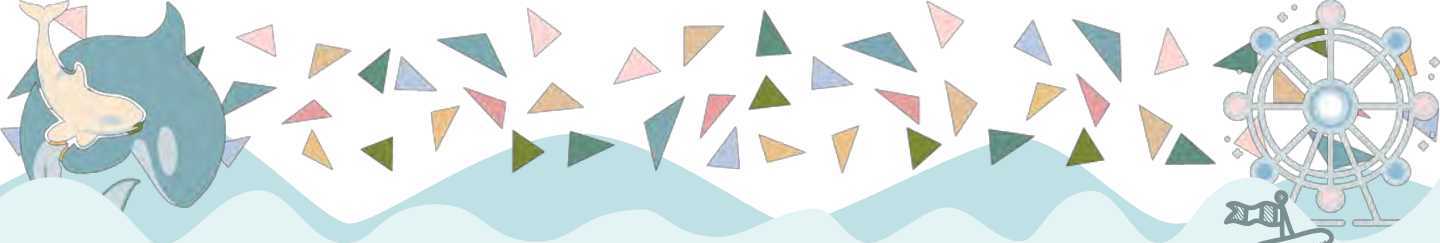
具体规则：a. 小朋友进入游戏场地前会获得10枚道具“海龟蛋”，必须保护好所有的海龟蛋才算成功闯关。b. 设障碍关卡，若不能成功通过要用海龟蛋进行兑换才能继续游戏。c. 最后一关用小朋友感兴趣的物品与他们手里的海龟蛋进行交换。

奖励设置：

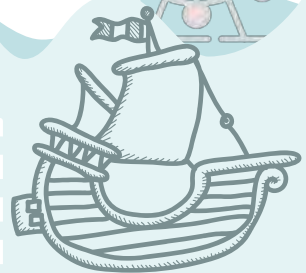
带着10枚海龟蛋完成所有关卡考验的小朋友即可在礼品区挑选自己喜欢的礼品一份。

礼品设置：

海龟玩偶2000只、公园限量纪念品2000份、园内商品50元抵用券1000张、各种动物玩偶2000份。



海有很多快闪店



白天的忙碌与喧嚣已过
夜晚故事仍在继续
只在周末深夜9点后营业，早上6点打烊
深夜快闪店，
给你不一样的体验

(1) 海洋酒馆

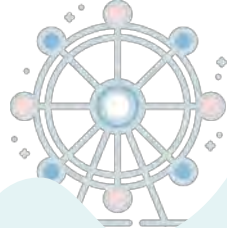
掺过酒的故事最美，
你在南或在北，
在这里，
漂泊的你有酒喝，
孤独的你海洋作伴，

(2) 梦幻不夜食堂

世界上最治愈的东西第一是美食，第二才是文字。享受美食的时间是快乐的，
每个人都有专属于自己的美食，在这里只要你想我们就有，在你最需要的时候，随时给你一份最暖胃的陪伴。



媒 介 排 期



线上预热

(12月15日-2月15日)

12月15日

官方微博、@我的旅游小马甲、
@一条
发起话题#三亚海昌要你一起玩
high# 转发并@最想陪伴的人，
抽奖送门票
同时微博热搜上榜

12月15日—1月30日

官方微信公众号广告推文
《后来，我发现他们春节都去了》
三亚地区朋友圈信息流广告

1月15日-2月15日

抖音账号拍摄场馆视频并发布，
发布节奏为场馆一场馆核心产
品

1月15日-2月5日

去哪儿网站PC端首页、APP
开屏广告投放

1月28日

小红书发布旅游笔记，并
购买热搜进行配合宣传。

1月28日—2月5日

百度地图、高德地图进行
位置信息推广

线下引流

(1月15日—2月15日)

海南高速公路户
外广告牌宣传

火车站到公园专线
公交站牌广告宣传

三亚凤凰机场户
外LED广告宣传

三亚火车站候车大
厅刷屏机广告



活动预算



线上预热		
平台	方式	金额(万)
微博	@一条	35
	@我的旅行小马甲	1.26
	热搜	8
	门票（12）	0.2388
微信	朋友圈信息流	3
小红书	热搜+笔记推广	2
去哪儿	首页全屏	160
线下引流		
类别	形式	金额(万)
高速公路户外广告牌	海报广告	6
专线公交	车体广告	20
公交站牌广告	海报广告	22.4
三亚凤凰机场	户外LED	10
合计：267.9万元		



海好
有有
你你
很
high

即刻共欢
Everyday's
holiday 乐