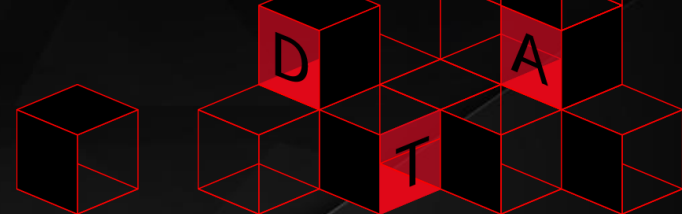




DTA 创新营销奖



ART@武汉——系列城市文化艺术活动

指导单位：湖北省互联网信息办公室 湖北省文化和旅游厅 武汉市委宣传部

武汉市互联网信息办公室 武汉市文化和旅游局 武汉市文学艺术界联合会

主办单位：湖北今日头条科技有限公司 百度app湖北站 二更视频

执行单位：



独家支持单位：华润置地



数字旅游奖

DIGITAL TRAVEL AWARDS



目录



CONTENTS



PART1

背景

PART2

挑战

PART3

目标设置

PART4

整体营销策略制定

PART5

创新/创意

PART6

成本及资源投入

PART7

结果&ROI

PART8

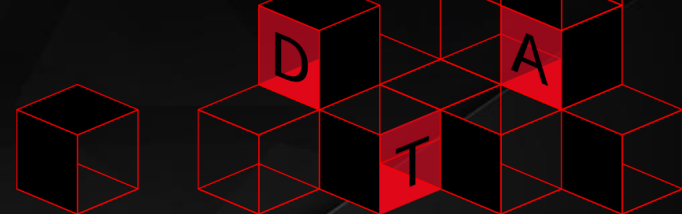
复盘及分析



数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS



背景



ART @ 武汉



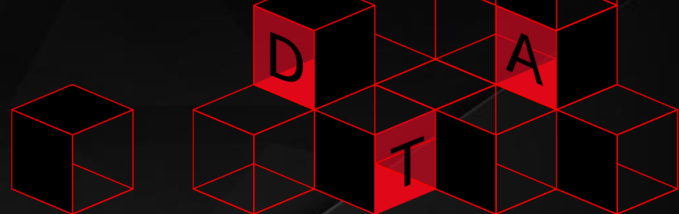
今年1月以来因疫情爆发，武汉这座城市经历了苦难与伤痛。同时受疫情管控等综合因素的影响，武汉文旅及文娱产业受到了较大冲击，行业陷入沉寂，与此同时广大人民群众精神文化生活得不到满足。

进入6月以来，在大部分行业已经复工复产的情况下，武汉市博物馆、美术馆、剧院等文化娱乐场所也相继开门迎客，武汉城市文化生活逐渐复苏。

二更更武汉联合华润置地、武汉各区文化和旅游局，湖北省博物馆、湖北美术馆、武汉美术馆、张之洞与武汉博物馆、长江非遗博物馆打造城市文化艺术活动，通过探寻展览的艺术灵感，助力武汉文化复苏，敬呈艺术生活新方式。



挑战



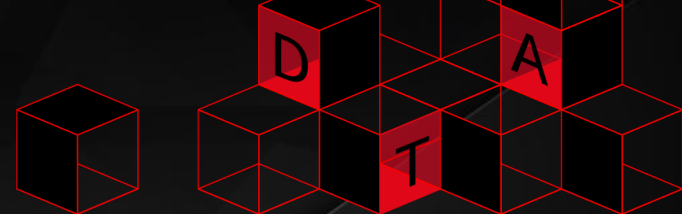
- 在20天内连续撰写拍摄脚本、多方面拍摄、剪辑与后期制作10+条5-15分钟优质视频
正片与各版本预告片
- 联合5家美术馆、博物馆馆长云讲解镇馆之宝，联合武昌、江岸、硚口、东西湖区文化和旅游局局长进行联动battle
- 在推动文化艺术发展的同时，用内容链接品牌，与用户建立情感共振，使项目扩圈传播
- 在长达半年的沉寂后，通过本次线上+线下相结合的活动，唤醒武汉文化艺术，推动武汉旅游业的发展



数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS



目标设置



通过ART@武汉——系列城市文化艺术活动，从多方面唤醒武汉文化艺术发展。让本地、外地人民感受武汉的文化底蕴，了解武汉的民俗特色，认识到武汉的另外一面。在推动武汉市城市文化精神复苏的同时，软性植入华润置地的品牌理念。

ART@武汉



数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS



整体营销策略制定



活动预热

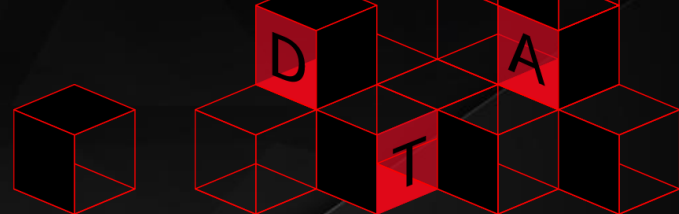
国家宝藏来热场—《千里江山图》云赏析

邀请湖北省博物馆001号讲解员胡昇老师讲解《千里江山图》1:1复刻版，邀请武汉市民来一次艺术珍品的云赏析，通过媒体平台向市民发布《千里江山图》鉴赏活动视频。

视频一经公布得到网友的热烈反响，单条推文视频播放量达到**3.8w+**，成功激起了市民们对于武汉文化底蕴的探寻欲。



整体营销策略制定



▲ 多家蓝V发布宣传片（部分截图）

活动正式上线

拍一拍武汉市民，送你一份活动清单

活动上线，发布Art@武汉—系列城市文化艺术活动官方宣传片，除二更更武汉全网发布外，还联动湖北省网信办、湖北发布、武汉市文化和旅游局、湖北省博物馆等官方媒体共同发布，引起市民关注，宣传活动意义，呼吁武汉市民积极参与，扩大活动影响力。

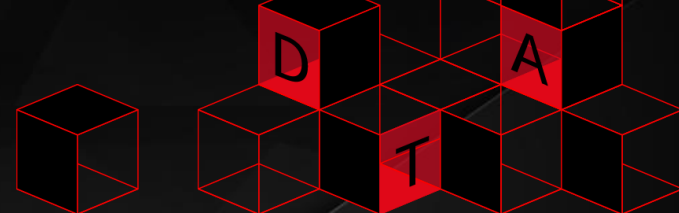
活动首支宣传片上传后线上曝光量达到**73w+**，在主题活动开始前掀起了一波文化热潮。



数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS



整体营销策略制定



主题活动二：

“乘风破浪的馆长们”
——听馆长说宝贝艺术珍品云赏析



嘘，静下心，一起聆听来自2400多年前的声音

ART@武汉第一站
走进省博，看管侯乙编钟



视频 | 武汉这座“资深网红”博物馆究竟藏着哪些彩蛋？

ART@武汉第二站
走进省博，看管侯乙编钟



视频 | 这个展览武汉人看了八年依然不腻，为什么？

ART@武汉第三站
走进省博，看管侯乙编钟



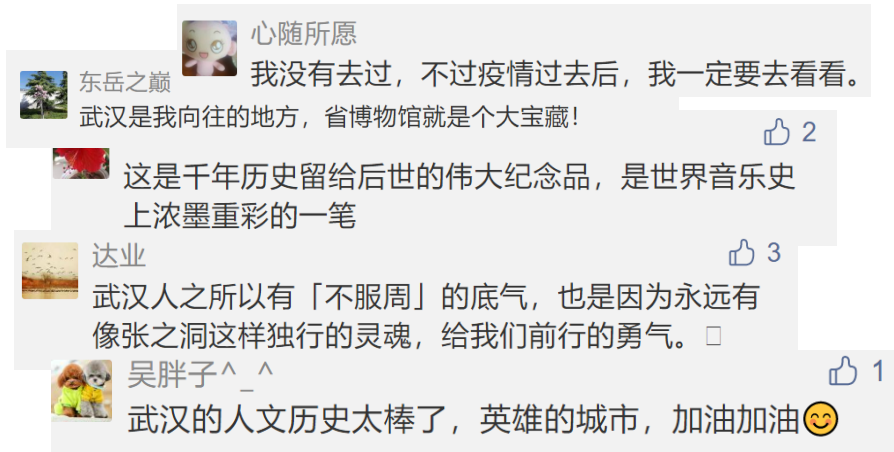
视频 | 颜值超高的武汉美术馆，不仅好看还好逛

ART@武汉第四站
走进武汉美术馆



二更更武汉x华润置地邀请各博物馆馆长为市民推荐讲解镇馆之宝、各美术馆馆长讲解名家佳作，由此探讨宝物作品与武汉城市文化根源与文化精神的联系，邀请武汉市民来一次艺术珍品的云赏析。

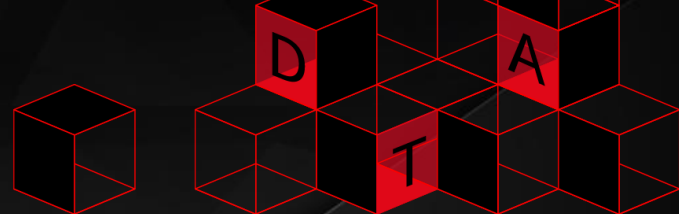
以讲解镇馆之宝的方式，展现博物馆、美术馆的亮点，获得了177w+的视频播放量。



▲ 部分公众号、微博截图



整体营销策略制定



主题活动二：局长battle大秀

二更更武汉x华润置地特邀请武汉各区文旅局局长推介本区有代表性的文化艺术形式，非遗作品、表演艺术或者美食等。

用各区文化艺术的碰撞、文旅局长互动battle的形式，引发了网友热烈讨论。



视频 | 登黄鹤楼、逛户部巷，老武昌比你想象中更好逛

ART@武汉第六站
打开不一样的武昌城



视频 | 武汉这些“绝版”手艺，在硚口都能找到

ART@武汉第七站



视频 | 不夸张，看了今天这条视频，你一定会想打卡东西湖

ART@武汉第八站
走进东西湖



视频 | 百米长街看尽武汉江湖，你的吉庆街已上线！



二更更武汉 9月4日 01:50 来自 纪录片综合 视频社区
提到武汉老字号地标，你会想到哪里？更武汉一个想到吉庆街！一条街逛遍汉派民俗集市、会逛百年老字号美食、听遍吹拉弹唱民间艺术……ART@武汉 一系列城市文化活动第九站吉庆街，让我们一起走进这条极具特色的文化古街吧~
@大江金岸 @武汉市文化和旅游局 二更更武汉的微博视频



二更更武汉 8月28日 11:07 来自 日常 视频社区
七夕当天，是什么活动引得大家纷纷去打卡？东西湖和牛郎织女又有什么联系？一个视频带你一览东西湖非遗技艺，了解东西湖美丽传说！ART@武汉 第八站，让我们跟着东西湖区文化馆副馆长董迪的脚步，一起重新认识东西湖！话不多说，看视频！
@东西湖发布 @武汉市文化和旅游局 二更更武汉的微博视频



因为面塑历史也比较悠久



6425次播放

16:36

部分公众号、微博截图

与卿相送 不诉离殇

4

文旅局局长都出来推介旅游了，大家一起为武汉加油啊！👊👊👊



@原味小仙女

这个非遗油展中心在哪点啊，想去看



一吐清泉

东西湖真是一个唯美浪漫的地方，值得去看看。

哎哟喂rabbit婷

美女馆长棒棒的



永不服输

这一系列的视频真的太棒了



看完更武汉，真想去看看

吉庆街现在越来越年轻，也越来越时尚了

姚玉

总有一天，我也要登上黄鹤楼！👊👊

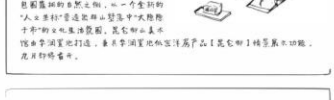
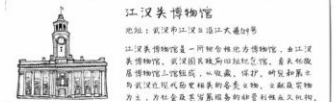
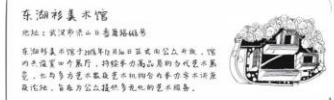
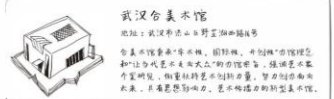
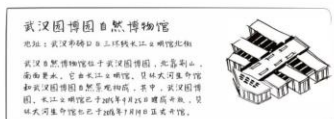
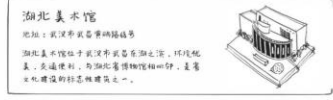
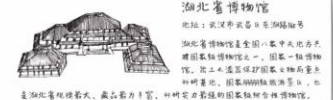
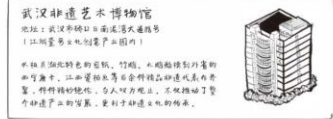
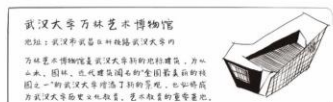
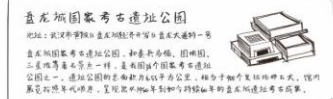
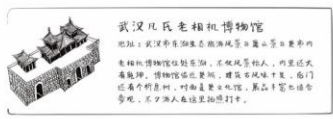
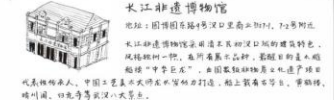
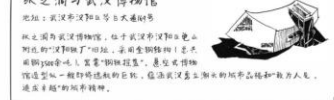
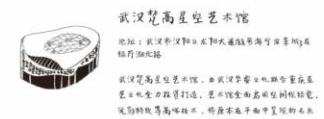
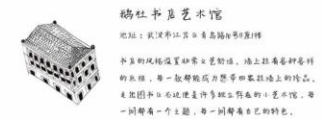
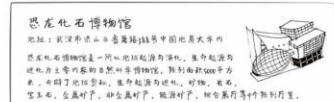
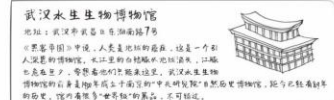
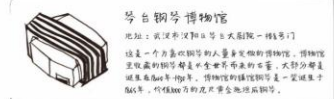
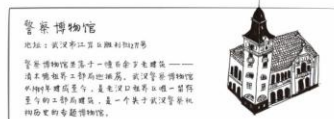
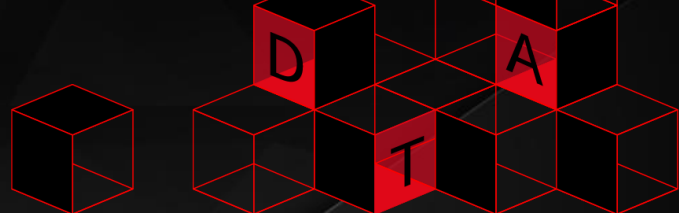


数字旅游奖

DIGITAL TRAVEL AWARDS



整体营销策略制定



主题活动三：

Art@武汉——全民惠游打卡大武汉

二更更武汉x华润置地邀请大师张大水配合全民打卡武汉城市重点艺术文化景点倾情绘制《武汉城市文化地图》，联合武汉二十四城、T3出行，配置10万份价值100元出行优惠券，以文化地图上列举的26个艺术文化点位作为出发地/目的地，即可使用该优惠券包。

在线上持续高曝光的情况下，进一步扩大了活动的线下执行影响力。

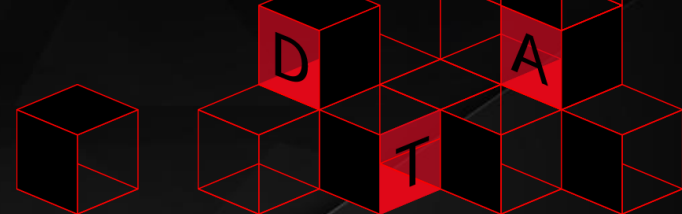


数字旅游奖

DIGITAL TRAVEL AWARDS



整体营销策略制定



征集 | 倒计时15天, 创作武汉元素相关作品...
5位朋友读过



主题活动 四:

『人人都是艺术家』全民文创大赛

为了传达美好不止存在于各大博物馆与美术馆, 更存在于我们身边的精神理念, 二更更武汉x华润置地**面向全体市民及武汉文化艺术创作者征集以武汉城市文化元素为主题, 不限表达形式的文创作品或产品**, 设置共58个奖品。

活动发布后获得市民的积极投稿, 发掘出许多展现城市元素的优秀作品, 带动了武汉从艺术家到普通人的艺术兴致, 推动了武汉的艺术发展。



创新/创意



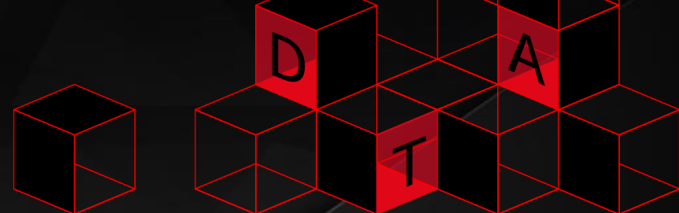
- 在硬广遍地的互联网时代，广告已让人避之不及，区别于传统的商业视频，二更更武汉x华润置地没有选择在视频中植入硬广，而是通过一系列文化艺术活动曝光来传递品牌理念。
- 一改以往官方的形象，让各博物馆、美术馆馆长，亲自在馆中带你“游览”，为你介绍镇馆之宝和它背后的故事；各区文化和旅游局局长走街串巷带，带你领略各区的特色民俗民风、非遗文化……让观看者产生共鸣，许多观看者留言表示：观看过后，更想要去现场近距离观赏，还想了解更多故事，真正的起到了推动武汉文化艺术复苏的作用。



数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS

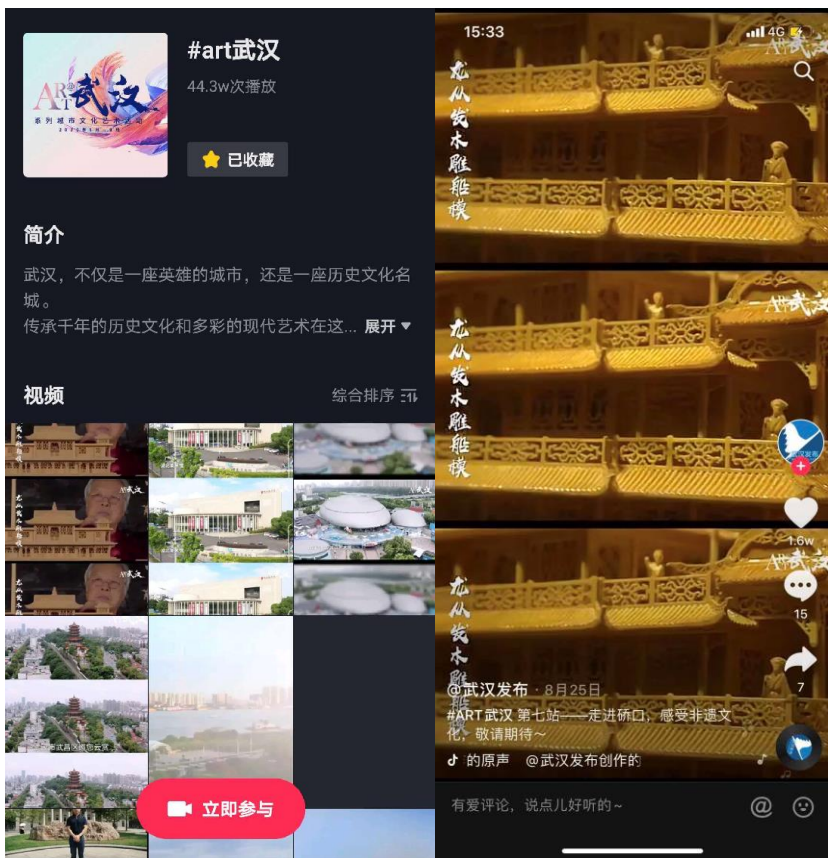


成本及资源投入



建立官方话题专栏

在抖音、百度APP开设活动话题专栏，保障内容预告，活动介绍、优秀艺术作品展播等栏目持续更新，全方位扩大活动影响力。



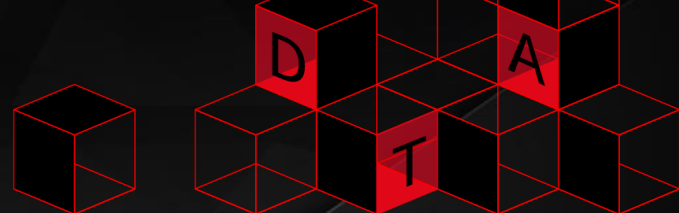
百度APP话题
172.7w阅读量
度看湖北官方号持续推送，单条曝光破**9.9w**

抖音挑战赛话题
44.3w播放量
武汉发布官方号持续推送，单条点赞破**1.6w**





成本及资源投入



地铁电视媒体投放

类型	线路	站点	起止站点	终端数量				
				列车(辆)	站厅(台)	车厢(台)	人流量(万)	总公里数(KM)
地铁电视	1	32	径河至汉口北	67	183	1946	26.20	38.54
	2	38	天河机场至佛祖岭	85	603	3910	82.29	60.884
	3	24	宏图大道至沌阳大道	29	384	1276	25.16	30
	4	37	柏林至武汉火车站	70	575	3158	47.97	50
	6	27	东风公司至金银湖公园	40	428	2160	33.61	35.95
	7	26	青龙山地铁小镇至园博园北	55	446	2808	21.19	47.8
	8	12	金潭路至梨园	20	195	1040	19.34	16.7
合计		196		366	2814	16298	255.74	279.874



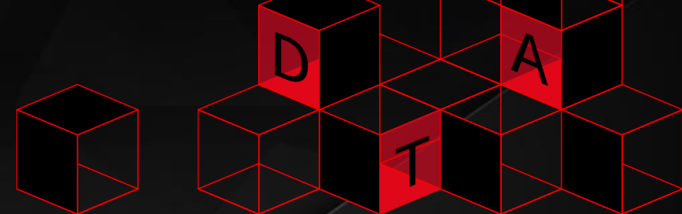
《艺启武汉》宣传片地铁电视播放，共计7条投放线路，覆盖196个地铁站，使用站厅电视屏2814块，列车内电视屏16298块，共计19112块。**在历时15天发布期内，19112块电视屏同步播放2448次，受众人数达256万人。**



数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS



成本及资源投入



全民惠游打卡大武汉活动资源

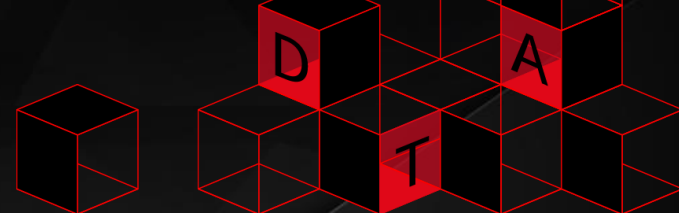
全城发放T3出行**10万份**价值**100元**定向**打车优惠券包**。

T3出行彩蛋车全城派发“**ART@武汉神秘大礼包**”（内含武汉城市文化地图）

十一期间全城召集司机带客打卡华润置地武汉啤酒博物馆即可领取**雪花啤酒1箱**



成本及资源投入



人人都是艺术家活动奖品

最具人气奖1名，作品奖励 **DJI 大疆御 Mavic Air 2 无人机** (价值6000元)

最具潜力奖3名，作品奖励 **DJI 大疆 OM4手持云台** (价值700元)

最具表现奖4名，作品奖励 **小米运动手环** (价值300元)

参与奖50名，奖励华润置地特别出品的手绘城市文化地图一份+冷泡茶套装。



数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS



结果&ROI



ART@武汉——系列城市文化艺术活动

5217万



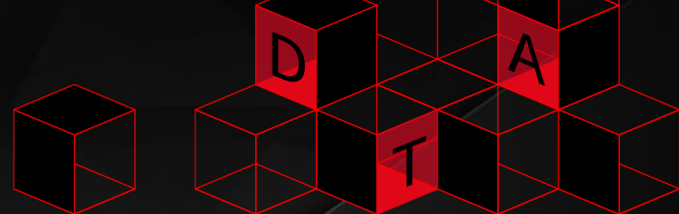
全网广告总播放量



数字旅游奖
DIGITAL TRAVEL AWARDS



复盘及分析



8月11日《艺启武汉》宣传片

8月13日第一站：湖北省博物馆

8月15日第二站：张之洞与武汉博物馆

8月17日第三站：湖北美术馆



8月18日第四站：武汉美术馆

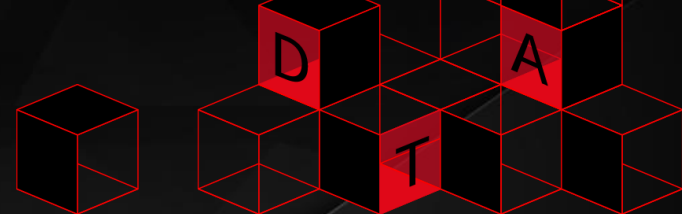
8月19日第五站：长江非遗博物馆

8月20日第六站：登黄鹤楼逛户部巷





复盘及分析



8月25日第七站：赏非遗 逛硚口

8月28日第八站：东西湖七夕民俗展

9月4日第九站：走进江岸区 逛吉庆街

9月4日人人都是艺术家作品征集



二更更武汉联合华润置地、武汉各区文化和旅游局，湖北省博物馆、湖北美术馆、武汉美术馆、张之洞与武汉博物馆、长江非遗博物馆等官方媒体进行全网推广ART@武汉——系列城市文化艺术活动，项目截止至9月15日，已获得总曝光量**5217w+**，抖音、百度APP平台话题总阅读、播放量**217w+**，线下受众人数**256w+**。

9月15日全民惠游打卡大武汉