

传递百年梦 燃遍一座城

- ◆ **品牌名称:** 丹东市文化和旅游广播电视局、丹东文旅局
- ◆ **所属行业:** 文旅
- ◆ **执行时间:** 2021.06.01-2022.01.30
- ◆ **参选类别:** 区域特色品牌营销类



依托百度知识内容链接亿万用户爱国情怀，开创城市量级百科矩阵先例，以25条秒懂百科重筑英雄之城美誉，通过创新整合营销场景，赋能城市发展商机。

开创百科矩阵先例，以丹东为主题，依托25条秒懂百科，在普及抗美援朝内容，承接流量热点的同时，加深丹东“英雄城市”的定位。

以百度大数据观星盘辨识热点机会，以百科矩阵作为热点流量入口，引导至丹东城市名片，以视频通栏品专+视频内容+多场景展现如今丹东之美，完成“历史”与“现代”的城市印象

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://mbd.baidu.com/newspage/data/videolanding?nid=sv_12945007857115522378

营销背景与目标

(1) 合作历程：百度携手丹东文旅，全方位城市形象升级

2021年初始，沈阳百度营销中心（沈阳盘古）与丹东文旅局达成战略合作

丹东市正式进入了全新的互联网营销时代，盘古&百度开始协助丹东文旅推进互联网+服务及全面网络建设服务



第一阶段：建立城市线上阵营，完成品牌权威入口

沈阳盘古与丹东文旅达成合作，初期为其提供内容生产并通过建设品牌矩阵，完成初步线上城市形象展示

营销背景与目标

(2) 新的挑战：深挖城市多维需求，为丹东赢取更多流量

城市热度仅随着旅游旺季旅游变化



如何让更多人关注丹东？



营销背景与目标

(3) 营销困局：无现象级IP，城市内容引流难！

城市内容基建

散

丹东文旅互联网建设缺失，官方窗口与服务连接并没有形成聚合。政务内容没有正规有效的权威展示窗口。

城市传播

零

热点

丹东以旅游资源丰富著称，但近年来城市在文化旅游宣传方面几乎为零，内容的创新建设局限性极大，热点打造成本相当高。

城市形象认知

弱

全年城市检索量比较平均，旅游资源和先天地域背景和特色文旅文化并未引起广泛关注，形成强烈的城市符号，重塑城市形象势在必行。

营销背景与目标

(4) 解决思路——五步引流，重燃“英雄城市”之魂！

热点
流量

热点
嫁接

需求
挖掘

需求
满足

流量
引入

营销策略与创意

(3) 流量嫁接：满足爱国情怀诉求，切入丹东城市名片

4.需求满足

虎山长城

13人次讨论 13帖子 >

全年 08:30-16:30

丹东市宽甸满族自治县

红色旅游

- 鸭绿江断桥景区
- 凤凰山国家名胜风景区
- 虎山长城景区
- 宽甸天桥沟森林公园
- 中朝文化展览馆
- 宽甸天华山风景名胜

生态旅游

- 宽甸黄椅山森林公园
- 獐岛景区

乡村旅游

- 宽甸天华山风景名胜

温泉旅游

- 宽甸天华山风景名胜

江海旅游

- 宽甸天华山风景名胜

边境旅游

- 宽甸天华山风景名胜

5.流量承接

丹东

百度一下

丹东市文化旅游和广播电视局

红色英雄之城 魅力边境丹东

中国北方旅游名城，国内边境城市，具有“东北苏杭”之美誉。

进入官网

景区景点 住宿酒店 官方小程序 交通出行 休闲旅游

品牌广告

品一段历史，享一种情怀。安东老街美食欢迎您！

“自在春夏，畅游丹东”5月丹攻略等你开启！

品一段历史 享一种情怀

自在春夏 畅游丹东

传递百年梦，燃遍一座城——红色丹东欢迎您！

营销策略与创意

(4) 内容助燃：度星选达人征文+百度挂载，启动全面造势

25条秒懂百科上线后启动
度星选原生征文



KOL内容挂载百科



丹东
城市名片

传递百年梦 燃遍一座城

传播主题沟通：通过百度全域营销矩阵，传递丹东城市百年风采，多层次、全方位传播城市内容；打造燃动的红色之城形象。

传播
节奏

城市聚合

建立城市入口
承接需求流量

深入触达

完善信息矩阵
构建权威平台

燃动时代

整合传播布局
造势增加热度

营销
布局

品牌专区+信息流GD+百家号
城市传播矩阵，实现不同阶段
品效合一，承接城市需求流量

重点锁定高需求词条，利用百
度百科+秒懂视频，构建权威知
识信息矩阵，满足用户心智

链接线上+线下事件&场景营销，
利用借势百家号+度星选赋能城
市传播活动，加速口碑建设

价值
传递

资源 | 融合
城市文化价值
城市口碑打造

精神 | 缔造
城市文化营造
城市内核强化

文化 | 渗透
城市景区传播
城市情感链接

执行实施与展示

(1) 秒懂百度矩阵——权威内容矩阵深入触达网民心智

- 以丹东重点宣传六大精品旅游集群为主导：红色旅游、边境旅游、生态旅游、乡村旅游、江海旅游及温泉旅游
- 根据城市重点建设及搜索热度，规划25个秒懂百科词条，六大分类模块，重塑抗美援朝历史及红色文化，加深英雄城市定位

已上线秒懂视频总播放量超过5000万+

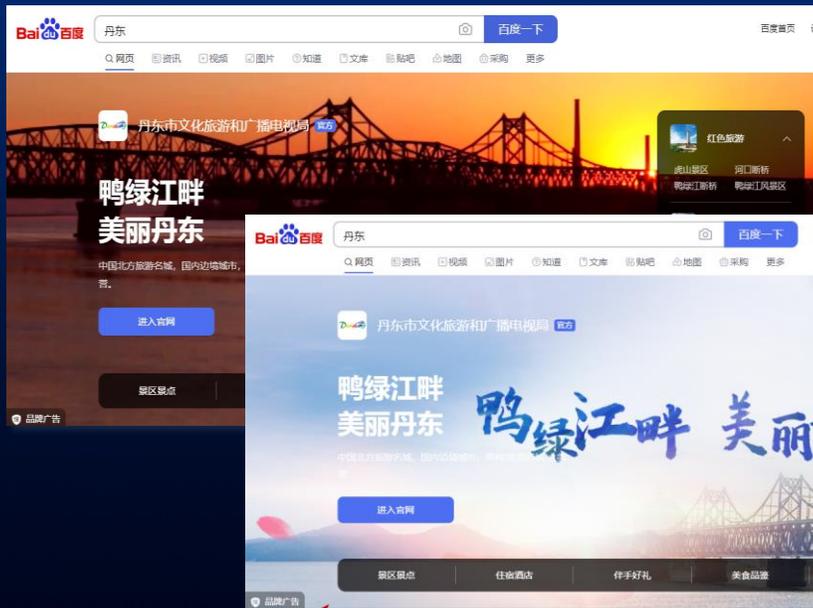


执行实施与展示

(2) 城市名片矩阵——城市聚合窗口，完成历史与现代形象切换

初期阶段：视频通栏品牌上线
将丹东文旅局吃、行、游、乐、购等方面重点聚合

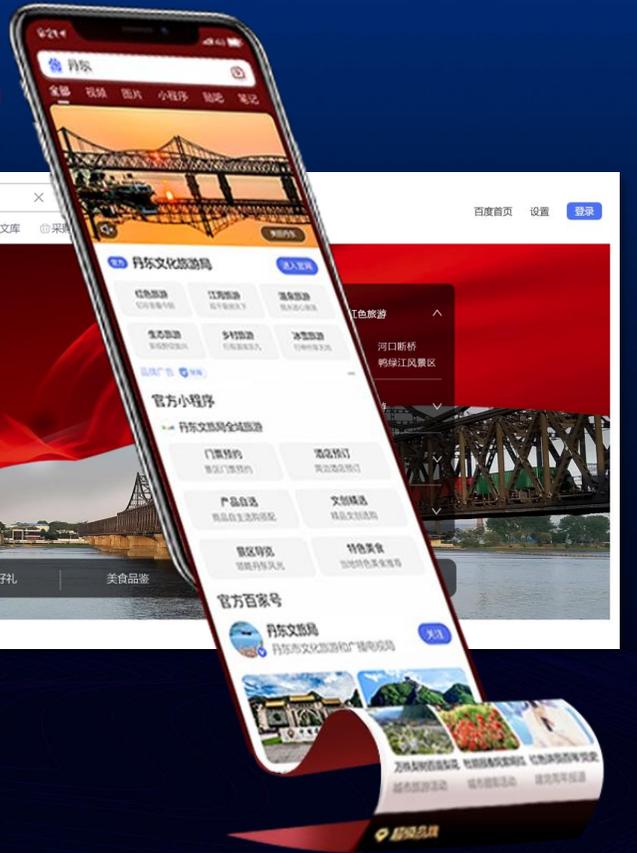
升级阶段：超级品专焕新上线
打造红色英雄之城，重点前置六大精品旅游集群



PC端视频通栏样式，超大面积展示城市风采



点击率提升3.85%
视频平均停留时长19.54s



执行实施与展示

(3) 信息流曝光——提升文旅热度，用视频故事覆盖用户流量

- 配合丹东文旅全年各节点活动，利用百度信息流精准大数据推送，圈定对旅游出行高兴趣人群
- 定制化快剪视频，全视角呈现丹东之美，提升关注度，增加游客出行欲望

春季活动

传播主题：第三届安东老街美食节开幕

传播时间：2021年3月20-3月26日

总曝光量：38.1W

五一小长假

传播主题：丹东夏季出行季

传播时间：2021年4月30-5月6日

总曝光量：42.3W

景区开园

传播主题：丹东凤凰山开园活动

传播时间：2021年5月22-6月15日

总曝光量：138.2W

中秋小长假

传播主题：黄金十月出行季

传播时间：2021年9月18-10月5日

总曝光量：146.6W

品一段历史，享一种情怀。安东老街美食欢迎您！



丹东文旅局 广告

“自在春夏，畅游丹东”5月丹东最新旅游攻略等你开启！



丹东文旅局 广告

国庆来丹东凤凰山，全家尽享难忘金秋！



丹东文旅局 广告

传递百年梦，燃遍一座城——红色丹东欢迎你！



丹东文旅局 广告

执行实施与展示

(4) 城市内容矩阵——直播+服务，提升城市红色文化影响力

官方平台搭建：
百家号建立，文章+视频+话题，为城市持续发声

红色专题传播：
国庆节搭建“红色专题栏目+现场直播”，传递红色基因

丹东文旅百家号



丹东文旅直播频道专题 + 现场直播



百度直播
累计观看人数
430万+

丹东红色专题系列
直播累计播放量
915万+

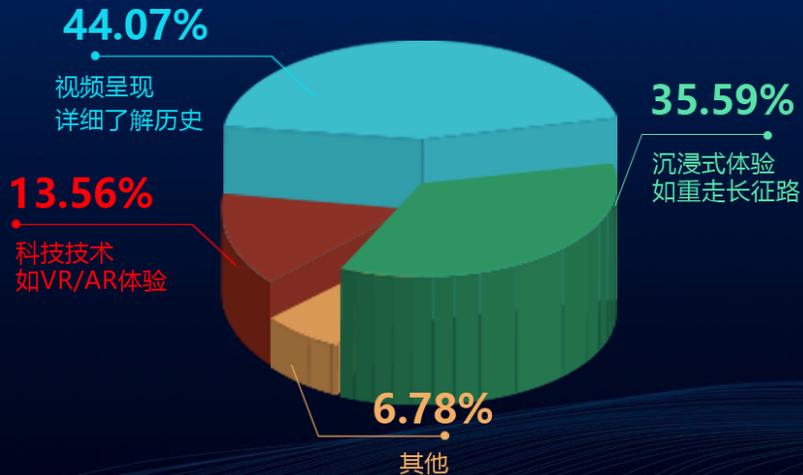
百家号丹东城市话题曝光超过**1600万+**

执行实施与展示

(5) 营销闭环承接——多场景&事件营销布局，燃续红色热度

- 挖掘红色+文旅多样化兴趣点，在传播过程中利用场景+事件营销，深入将丹东与“英雄城市”做热点嫁接，多主题内容展现丹东红色印记，利用传播手段，增加城市传播热度，为丹东红色热点造势

关注红色文旅的人群兴趣点分布



联合丹东文旅打造”重走红色英雄之路“活动，线上小程序行走打卡兑换里程数，线下通过举办丹东红色旅游景区打卡，让游客实现沉浸式体验



丹东文旅局官方小程序线上报名人数**1245人**
线下参与红色旅游景区打卡人数超过**260人**

营销成果与反馈

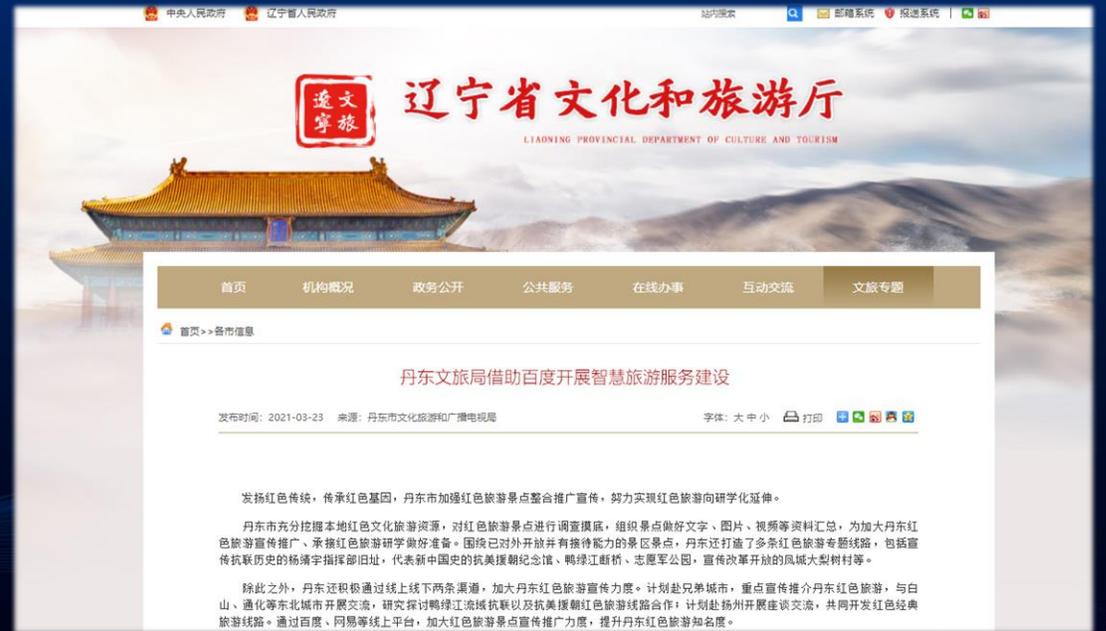
增值服务+官方背书——百度平台获得客户高度认可

- 增值服务推动：合作前期组建20人技术团队，亲赴丹东本地拍摄原创影视内容形成线上传播物料；获得客户高度认可，奠定合作根基
- 获得官方背书：百度推广获得政府认可，称为官方指定宣传平台，为后续政务客户合作推进打下基础

盘古影视团队前置服务用精品内容取得合作信任



辽宁省文化旅游厅发文点赞百度宣传经验做法



原创宣传片（秒懂视频/品专物料）

百度红色专题活动（直播/现场采访）

营销成果与反馈

丹东文旅成为辽宁区域首单签约并上线的视频通栏品专，百度代理商首个建立25个以上秒懂百科矩阵的项目，项目总曝光超过8600万+。



城市名片总曝光/点击次数
456万/27.5万

信息流活动传播总曝光
366万+

百家号城市话题总传播
1600万+

丹东红色主题直播总曝光
915万+

秒懂百科视频总播放量
5000万+ (持续曝光中)



营销成果与反馈

下一阶段布局规划：1+1+1=更多流量赋能

借势

借丹东文旅营销之势，由面辐射点，开发区域内二级地市，同时针对已上线的“红色旅游”百科词条涉及到的景区做品牌形象矩阵，逐步完善城市传播全链布局

借脑

借百度智慧营销大脑，利用全年不同阶段的IP热点和活动切入城市传播内容；同时在下一阶段应用智慧景区等AI赋能，实现从第一阶段的形象焕新到第二阶段的技术焕新

借力

借度星选内外流量驱动力，结合城市重要营销节点和传播活动，引入达人及广泛流量，实现搜+推的传播破圈，通过优质内容生产及传播，为城市活力及口碑助推



执行现状：丹东凤城市、丹东凤凰山景区已完成2022年度营销规划提案，品牌专区等内容制作待上线



执行现状：凤凰山、虎山长城等景区已完成地图点位设置，景区智慧地图预计22年Q3上线



执行现状：丹东城市红色故事第二季预计22年Q2投放，第一阶段利用原生征文为丹东输出优质内容，同时配合活动话题做品牌线上全周期收口