

# 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](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



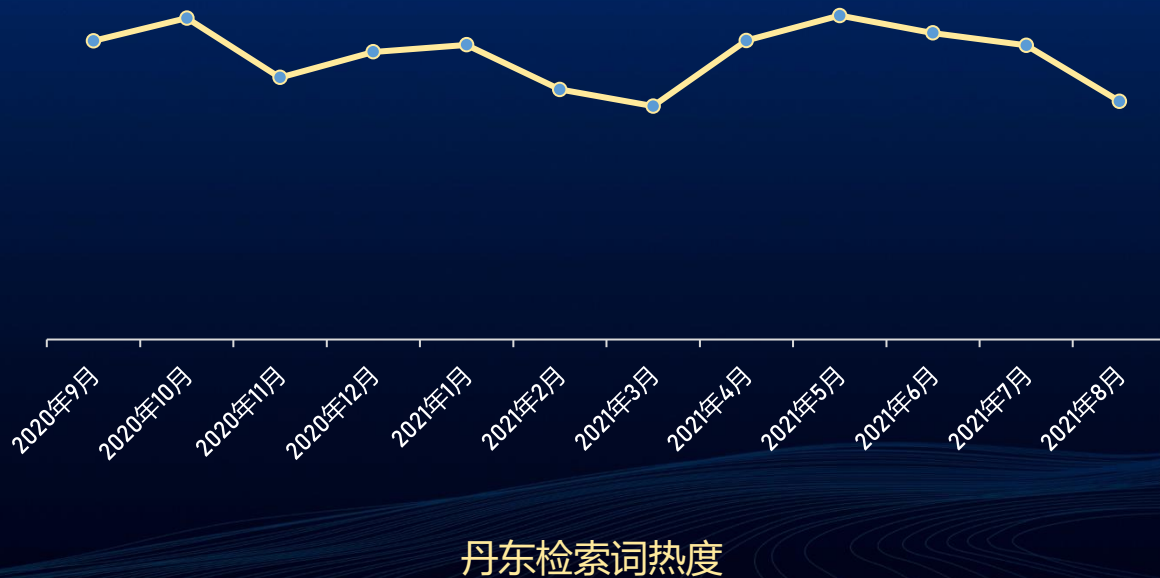
### 第一阶段：建立城市线上阵营，完成品牌权威入口

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

(1) 找到切入点：抗美援朝的爱国热情&匮乏的城市内容

2021年10月热搜榜



## 1. 热点流量

## 2. 热点关联

出发地：丹东



高涨的爱国热情

时间：一九五零年

地点：朝鲜半岛

人物：志愿军

事件：抗美援朝

观星盘需求洞察

## 3. 需求挖掘

This block contains a collage of text related to the Battle of Lake Changjin and its location in Dandong. The text includes:
 

- 抗美援朝遗址 (Changjin War Relics Site)
- 鸭绿江断桥遗址 (Dadun River Broken Bridge Relics Site)
- 长津湖背景 (Background of Lake Changjin)
- 英雄城市 (Hero City)
- 长津湖电影 (Lake Changjin Movie)
- 长津湖 (Lake Changjin)
- 抗美援朝 (Changjin War)
- 长津湖拍摄地 (Lake Changjin Shooting Location)
- 长津湖丹东 (Lake Changjin Dandong)
- 抗美援朝纪念馆 (Changjin War Memorial Museum)
- 丹东日俄遗址 (Dandong Japanese and Russian Relics Site)
- 长津湖在丹东吗 (Is Lake Changjin in Dandong?)
- 长津湖战役 (Lake Changjin Battle)
- 鸭绿江 (Dadun River)
- 长津湖断桥 (Lake Changjin Broken Bridge)
- 河口断桥 (River Mouth Broken Bridge)
- 冰血长津湖 (Ice and Blood Lake Changjin)
- 抗美援朝城市 (Changjin War City)
- 中国人民志愿军战歌 (Song of the Chinese People's Volunteers)

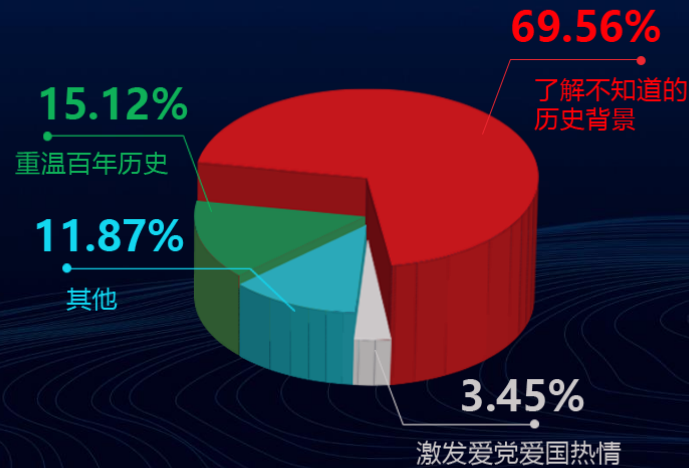


# 营销策略与创意

## (2) 需求满足：用一座城市的视觉+秒懂百度讲述英雄故事

### 观星盘需求洞察

### 3.需求挖掘



### 丹东城市25个红色景区秒懂百科



# 丹东

### 4.需求满足

# 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

5月丹东最近热门攻略等你开启

官方百家号

丹东文旅局

丹东市文化旅游和广播电视局

传递百年梦，燃遍一座城——红色丹东欢迎您！

全家尽享难忘金秋！

传递百年梦 燃遍一座城

# 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



# 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

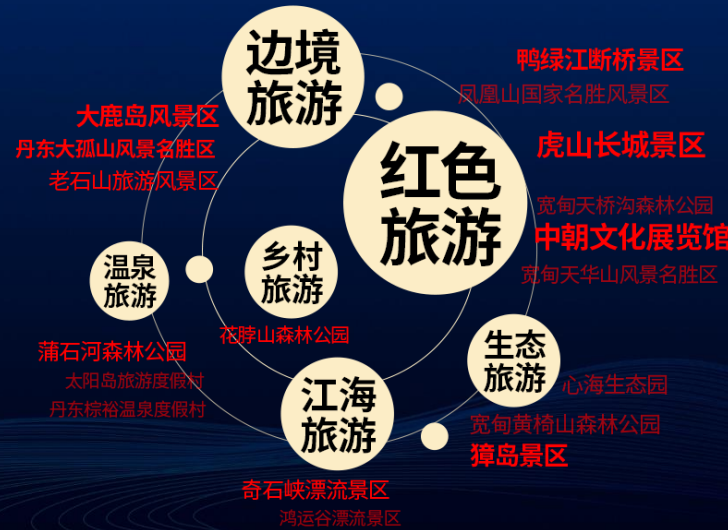
文化 | 渗透  
城市景区传播  
城市情感链接

# 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+

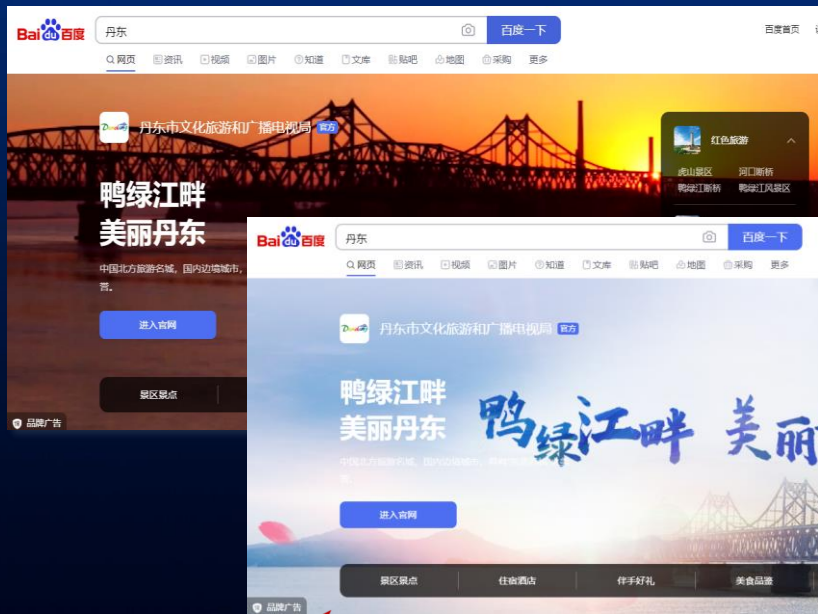


# 执行实施与展示

## (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+**

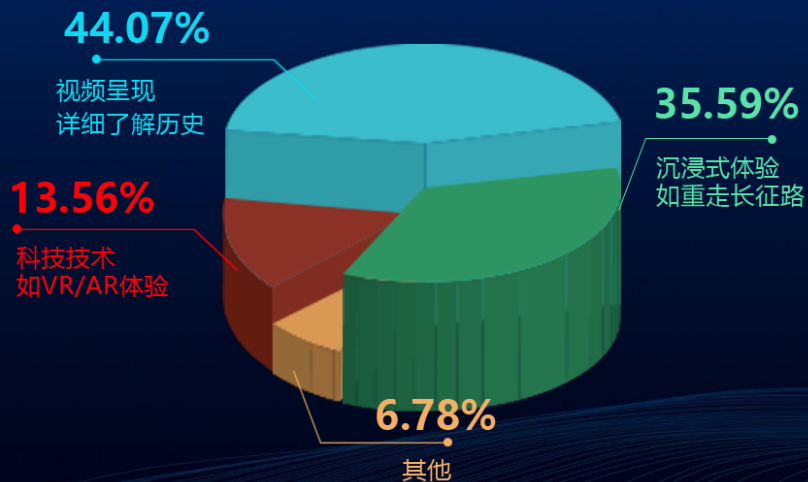


# 执行实施与展示

## (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

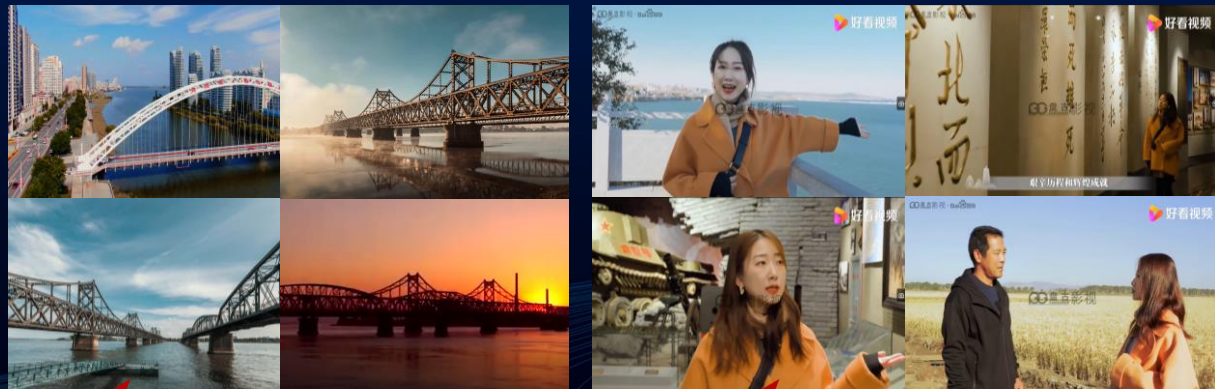
## 增值服务+官方背书——百度平台获得客户高度认可

- 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

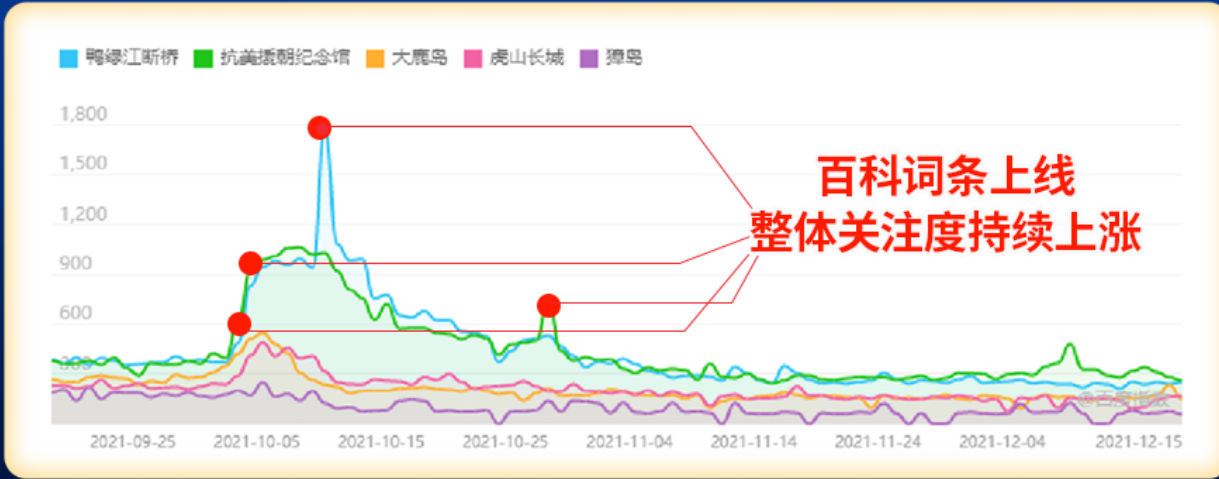


原创宣传片（秒懂视频/品专物料）

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