

“阳光岛 欢乐季——和风丽日享海南”联合推广活动开启 这个冬天，邀您解锁海南新玩法

作为全国唯一的热带岛屿省份，冬季是海南旅游最火热的季节。为率先抢占冬季旅游出行市场，积极消除疫情对我省旅游旺季消费带来的不利影响，围绕即将开启的海南国际旅游岛欢乐节，省旅文厅创新营销方式，联合OTA(在线旅游)及航司平台共同启动“阳光岛 欢乐季——和风丽日享海南”联合推广活动，开展线上线下全媒体整合传播，为冬季的海南旅游再添一把火。

在各大OTA平台，“阳光岛 欢乐季”已成为热词。刚刚在携程APP上线的“阳光岛、欢乐季旗舰店”，循环播放的旅游宣传片《大海之南 欢乐之岛》，向游客展现了海南旅游魅力；在去哪儿网，来自“阳光岛 欢乐季”的海南旅行盲盒，吸引许多游客参与；马蜂窝上，“阳光岛 欢乐季”的“最美蜂景线”展现海南精品旅游和旅行攻略，让每一位游客都能找到自己心仪的海南之旅……



游客在琼中百花岭热带雨林文化旅游区游玩。方山 摄



沉浸式数字光影装扮海口骑楼，吸引游客“打卡”。高林 摄



游客在三亚海旅免税城选购免税商品。武昊 摄

A | 新业态新产品助力旺季市场

除了阳光、沙滩和大海，海南岛上还有啥好玩、好看、好吃的？“在这次联合推广活动中，我们尝试推出更为多元个性的海南旅游产品，让游客能够第一时间了解和体验海南旅游的新业态、新产品。比如，我们此次重点推出的海南乡村旅游，对很多岛外游客就是一种新体验。”携程相关负责人介绍，针对乡村旅游成为旅游新趋势这一特点，携程特别推出了海南乡村游地图，让游客可以通过地图清晰了解海南多元丰富的乡村旅游产品。“我们深入海南各地深挖特色乡村旅游资源，针对各市县特色，全新整合出多条创新的乡村精品线路产品，对现有的海南乡村旅游线路是一个很好的补充、完善和提升。”携程相关负责人认为。

在各大OTA平台上，海南推出和升级了旅游旗舰店。在此次活动中，海南与携程共同推出“阳光岛 欢乐季——和风丽日享海南”旗舰店。旗舰店推出了包括乡村游、欢乐行、欢乐住、欢乐食、欢乐游等五大类海南主题产品，内容涵盖乡村旅游产品、景点、酒店、美食、攻略等多个旅游板块，并在携程多个关键广告位入口进行广泛宣传推广，既给游客提供了一个多方位了解海南旅游的全新渠道，也同步实现了用户互动和交易转化的消费闭环。同时，旗舰店还通过“欢乐游”板块为游客输出旅游达人们的旅拍和游记攻略等优质内容，用独特视角为每一位准备前往海南的游客提供行程参考信息和别具一格的游玩思路。

B | 线下推广让游客“触摸”更真实海南

除了加大线上推广力度，各大OTA平台也纷纷推出丰富的线下推广活动。如围绕即将开幕的海南国际旅游岛欢乐节，携程联合省旅文厅在海口美兰机场专门打造了一个欢乐驿站。驿站可以为刚刚上岛的游客提供欢乐节专属定制的微笑口罩和欢乐雪糕，不仅保证来琼游客的健康安全，还可以对海南旅游进行更多样的宣传推广，让海南旅游的最新旅游资讯和全新形象触达更多到达海南的游客。

去哪儿网线下欢乐驿站同时设置了网红拍照打卡布景、欢乐口罩领取、欢乐节相关视频播放等装置，并同时进行定期快闪秀，以欢乐节情景化互动体验来营造一个欢乐空间，吸

作为主打度假产品的途牛，海南一直是其重点推广目的地，已经先后推出近3万款海南目的地旅游产品，以不断满足游客的细分出游需求。针对海南冬季旅游市场特点，途牛在此次活动中创新采用跨界线上+线下活动融合，推出了一批高品质、高满意度的明星产品，并叠加多重优惠补贴，以更好地释放旅游消费潜力，丰富游客出游选择。如配合海南国际旅游岛欢乐节，11月-12月，途牛将陆续推出银行活动、用户补贴等众多海岸特色主题产品及立减优惠活动，以“欢乐”为聚焦点，推出“欢乐购物游”“欢乐康养游”“欢乐海洋游”等主题旅游产品。同时，途牛还持续发挥海南旅游目的地专属推广平台“跟着途牛去海南”抖音号的粉丝资源和社群优势，在活动期间每周开展长达42小时的专场直播，内容涵盖目的地种草、攻略分享、线路推荐、产品销售……全方位介绍海南度假的吃喝玩乐攻略及相关旅游定制产品推荐。

“围绕此次活动主题，我们全面升级了海南旅游文化官方旗舰店，围绕海南特色旅游资源，打造康养、红色、研学、乡村等海南旅游产品矩阵。”途牛相关负责人表示，希望通过途牛成熟的线上平台，精准触达不同消费人群，全方位推介涵盖跟团游、自由行、当地游、自驾游等海南特色人气旅游产品。同时，途牛还将同步优化经典常规产品，带给游客多角度、全方位的出游体验，展现海南多元文化魅力，激发海南旅游市场新活力。

引更多市民游客主动参与互动、获取欢乐节信息，营造更多欢乐氛围。

欢乐节开幕仪式期间，美团将在海口云洞图书馆搭建直播间，直播间会推出多款海南旅游1元爆款产品，以及超低折扣的海南旅游商品，以更好地助力疫后海南旅游市场的恢复。“我们希望用年轻人喜闻乐见的社交方式融合旅游产品，以‘直播+旅游’吸引客流。”美团相关负责人表示。

而途牛将通过进一步加强海南目的地导游、门店团队形象推介，来提高海南旅游资源及产品的场景化营销推广力度，提高销售转化率。同时，还将在车身广告、户外大屏、地铁灯箱、酒店等多渠道投放海南旅游主题宣传，以持续输出具有高识别度和高记忆度的海南旅游形象，多维度、全方位进行海南旅游品牌推广，与海南共同打造“阳光岛 欢乐季”活动的品牌影响力。



游客在蜈支洲岛景区体验水上项目。阮琛 摄



三亚特兰特蒂斯。酒店供图

C | 盲盒“剧本杀”等新玩法新体验上线

90后、00后已经成为旅游市场新的主力军，如何吸引到这批年轻消费者，是每一个旅游目的地面临的巨大挑战。“我们围绕年轻群众喜爱的盲盒、剧本杀等，在此次‘阳光岛 欢乐季——和风丽日享海南’联合营销推广活动中推出了更多年轻人喜爱的新玩法，让他们通过参加这些活动认识海南、发现海南之美。”省旅文厅相关负责人表示，为了更好地应对疫情影响，在今年的营销推广活动中，海南更多围绕市场需求，围绕年轻一代喜好，不断创新旅游营销，取得了非常好的成效。

11月18日，此次联合推广活动中的“旅行盲盒欢乐GO”主题活动已经正式在去哪儿网上线。“在此次活动中，我们创新OTA营销，联合海南省旅文厅升级‘盲盒’旅行玩法，以撬动年轻消费力，不断激发旅行者对海南玩法的更多探索。”据去哪儿网相关负责人介绍，在此次盲盒玩法升级中，推出了“好友助力抽奖资格”等活动机制，用户可以通过邀请好友助力的方式解锁更多抽奖资格，对于旅行路线的选择有了更多自由性与可玩性，同时也让活动更具裂变式传播的网红营销特

点，给旅行爱好者更多自主权。

据后台数据统计显示，活动上线首日就有超过5万人线上参与助力，转发抽奖活动，拉动了线上流量的增长。“海南”“三亚”等关键词搜索量急剧上升，引发了一轮现象级传播，也为即将开幕的海南国际旅游岛欢乐节提前造了一波势。据了解，同时上线的“找回海岛”和“夏天·旅行指南”活动，则是针对除海口、三亚以外的海南中西部地区儋州、乐东、保亭、五指山等市县推出了独家旅行攻略，希望通过本次海南旅行盲盒抽奖活动的引流力度打开海南中西部特色旅游的知名度。“欢乐节期间，我们还将邀请直播团队在现场直播带货，助力疫后海南旅游市场恢复，现场观众可以通过扫码参与，前期还会通过微博、公众号平台发布预热内容等进行实时社交扩散，用年轻人喜闻乐见的社交方式融合旅游产品，以‘直播+旅游’吸引客流，促进疫情后的市场恢复。”去哪儿网相关负责人说。

在此次联合推广活动中，美团则以新兴的剧本杀形式，整合海南旅游景区、美食商家、酒店、大交通等资源，通过联动全省特色景区，最大化发挥各景区特色，

展现景区亮点，吸引游客走出三亚、海口，到全岛感受海南各个城市的魅力。

“我们通过系列主题活动串联起多景区、多点位的小型剧本杀玩法，降低剧本杀门槛。”据美团相关负责人介绍，围绕此次活动主题，美团共推出了4条旅游线路剧本杀产品来打造海南文旅+剧本杀的IP旅游产品，让用户分别享受到超沉浸旅游体验、邂逅浪漫、烧脑推理和惊险寻宝等四大神秘剧，亲身体验海南剧本杀不一样的魅力。

据悉，美团将同时联合西部航空公司打造海南欢乐节主题航班，通过航司精准触达海南客群。并推出玩剧本抽取千元大奖、线上点评话题大赛等活动，结合海南当地旅游资源进行多地多渠道推广，吸引广大用户在打卡的同时进行线上话题参与。活动中将会设置一定奖金奖品，鼓励用户自发传播实现宣传裂变，以更好地吸引省内游客广泛参与。通过外卖、单车等高消费场景，美团还将发挥自身优势打造一个“走遍大街小巷的传播”立体宣传模式，推动全民一起参与互动，让用户拥有超沉浸的游玩体验。

D | “种草”海南从“被动看见”到“主动推荐”

受疫情影响，人们不再满足走马观花式的旅游，开始思考走出去的价值。让他们做出“这个旅游目的地值得去”的价值评判，就是这个旅游目的地地的吸引力。“通过持续有效的营销推广，增加海南旅游的曝光度，让其不断出现在目标客群和潜在客群的视野里，仅仅只是海南旅游出圈的第一步。”省旅文厅相关负责人表示，海南旅游只有“被动看见”远远不够，要让海南真正吸引到目标客群，并被他们选择、体验、认可，才能实现“主动推荐”。

据了解，在此次“阳光岛 欢乐季——和风丽日享海南”联合推广活动中，省旅文厅联合马蜂窝等社交媒体分别推出了“最美蜂景线”打造，海南官方攻略新升级、“最强旅游主播团”打卡海南欢乐节、旅游爱好者精彩共创等系列活

点，探索多种方式的营销推广以应对疫情带来的不利影响，进而实现海南旅游的长效发展。

“我们从国庆正式启动活动宣传以来，带动了海南旅游热度的持续攀升，也促进了目标客群

对旅游目的地的选择和消费决策。”据马蜂窝相关负责人介绍，各地游客不仅纷纷在线打卡海南美景，不少游客还将“航空随心飞”的第一站定在了海南，有人甚至想成为海南的“长居客”。这位负责人认为，此次营销活动很好地利用了马蜂窝平台在旅游圈层的平台影响力、达人号召力、客群聚集力、内容高价值以及精准大数据这五大突出优势，同时整合马蜂窝“官方专业背书、普通旅行者真实口碑、社区丰富内容、花式专题、促销商城”等资源，让海南旅游在马蜂窝建立起超吸引力更强、持续时间更长、智慧化程度更高的官方宣传阵地，同时助推了今年欢乐节的高人气和高热度。

“景色太美啦，现在就想去”“真的是来个五星好评”“之前去过，还想去”……在“阳光岛 欢乐季——和风丽日享海南”活动主页，被“种草”的游客表达着对海南旅游目的地的向往和期待。据了解，为了做好此次推广活动，马蜂窝专门组织了官方攻略团队到海南进行实地考察，重点挖掘了海南“康养、红色、乡村、会展、研

学、购物”等六大主题的新景点、新玩法、新体验，打造了升级版的海南官方攻略。攻略包括“上天入海必体验”“打卡最美乡村”“会展节庆新玩法”“追寻红色记忆”“购物全攻略”“美食这么吃才地道”及“行前了解与路线规划”等十个板块，并以“新、准、全”的严格要求持续对攻略进行更新完善。

据悉，在通过“最美蜂景线”进行内容沉淀、专题打造的同时，马蜂窝还为即将开幕的海南国际旅游岛欢乐节定制了专属活动阵地，集结“官方攻略、旅游线路、达人直播（“最强旅游主播团”打卡海南欢乐节）、达人笔记游记、视频vlog、用户互动、商品导购购买等强互动性的内容于一体，更为直接地呈现海南好玩、好吃、好逛等特点，以实现目标客群从种草、到做攻略、到购买的一站式有效转化，更好地助推更多潜在用户的挖掘和转化。