

立足电视 深耕全媒体领域

——解读“2019杭州全球旗袍日”活动

陈 冲

近几年来，浙江电视台教育科技频道不断深耕全媒体领域，尤其在一些大型活动的宣传推广上，更是立足电视，同时联合字节跳动、新浪微博、微信等各种头部平台，以及各家新闻媒体的客户端平台，全方位扩大活动影响力，其中尤以2019杭州全球旗袍日的系列活动最为经典。除了与国内平台开展合作，还同时利用各海外媒体平台进行宣传推广。截至2019年底，一共收获3.85亿次总曝光量，总互动数超过464万，成效显著，较好地推广了杭州国际旅游目的地的城市形象。

当前，各旅游景区都在加强旅游产品与媒体之间的创新合作，解读“杭州全球旗袍日”活动方案的执行思路，对于“媒体+景区”的合作模式会起到一定的启示作用，有助于大家进一步发挥电视+新媒体资源优势，在旅游产品的品牌推广、活动营销、直播带货等方面取得新的成效。

一、分析数据，整合资源

浙江电视台教育科技频道在制定2019杭州全球旗袍日活动的详细方案前，先紧紧抓住全球营销的需求，后由执行团队对杭州旅游在海外社交媒体平台的品牌声量、在海外网络平台的品牌声量、海外社交媒体平台运营情况进行数据分析，并与北京、上海、广州、伦敦、悉尼、东京等城市进行详细地比较分析，对2019-2020年新媒体营销策略进行定位，之后才确定北欧、西欧、北美、澳洲为重点推广地区，德国、英国、法国、美国、加拿大、澳大利亚、新西兰为重点推广国家。

二、善用明星资源，线上线下互动

“2019杭州全球旗袍日”海外线下活动一共10场，具体包括法国站、英国站、捷克站、奥地利站4场活动，以及澳大利亚、保加利亚、

卡塔尔、津巴布韦、坦桑尼亚、吉布提6场增值活动。线下活动内容主要以举行《梦想天堂》旗袍舞快闪或“送祝福”地标打卡活动为主，组织海外KOL参与活动并发帖，法国尊巴舞团的桑巴舞达人Alix、捷克独立设计师Natali Ruden、英国Ins红人emmaazizi，都发布了帖文对活动进行推广，联合国新闻司马丁·内西尔基司长出席奥地利活动并配合宣传，这些帖文对杭州城市形象的海外推广起到了重要的作用。

“2019杭州全球旗袍日”在国内举办了多项线下活动，具体包括“中国旗袍十景”活动、“芳华70年”主题晚会等。《奔跑吧》兄弟团、演员王耀庆、歌手董又霖等明星助阵2019杭州全球旗袍日，庆祝新中国成立70周年。杭州文广旅游发布官方微博上传《奔跑吧》兄弟团等明星“为祖国庆生”视频，鼓励大家向祖国表白，爱祖国、爱家乡、爱杭州。明星的参与，扩大了“2019杭州全球旗袍日”的影响力，产生了更多线上线下的互动。

三、多开挖渠道，全媒体宣发

“2019杭州全球旗袍日”活动期间，浙江电视台教育科技频道持续推出新闻稿，进行全媒体宣发，一共有148家媒体参与宣传报道，包括央视1套、央视4套、浙江卫视、《都市快报》《杭州日报》、今日头条等众多头部媒体。活动新闻还登上了国务院新闻办、国家文化和旅游部网站，很好地助推了各项活动的传播力和影响力。2019杭州全球旗袍日系列活动的重头戏——“锦绣华章·杭州旗袍之夜”晚会，通过《浙江新闻频道》官方微博、《小强热线》今日头条号、PHOTO云图片进行了全程的视频及图片直播，取得了150多万的线上曝光量。

“2019 杭州全球旗袍日”还开展了海内外的线上活动。海外线上活动主要通过 Tiktok 合作，向美国、澳洲、欧洲定向推广杭州全球旗袍日线下活动主题视频，并发起官方挑战赛 #Dance for Beauty。TikTok#DanceforBeauty 挑战赛总曝光量超过 4706 万次，赢得了 407 万次的互动点赞，吸引了 2.2 万个视频投稿。国内也配套进行了线上宣传，在浙江电视台教育科技频道官方抖音账号“橙意视频”上传了“2019 杭州全球旗袍日”活动相关宣传视频，

上线了 #中国优雅杭州见证# 话题，将海外挑战赛中海外受众的互动视频进行整合剪辑上传至话题，播放量达到 45 万。

2019 杭州全球旗袍日活动影响广泛，也获得了业内的各种肯定。2020 年，旅游业深受疫情影响。“旅游+媒体”的合作，只有做精线下主题活动，做好全媒体推广维运，提升旅游目的地全域认知度，观众和用户才能精准获取最新最全的信息，放心旅游。

（作者单位：浙江电视台教育科技频道）

