

72小时自驾内蒙古

广告主：内蒙古自治区文化和旅游厅

所属行业：旅游

执行时间：2019.05.22-09.30

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

内蒙古兼备发展自驾游的天然和后天优势，即丰富的旅游资源和成熟的道路条件，提升目标客群自驾游频率是促进全域旅游更好更快发展的关键，因此应面向周边游客及全国落地自驾游客精准推广合适的短途线路和产品，打造以“周末+1”或小长假为主的“72小时”内蒙古创意自驾旅游季，传达“旅行即相聚”的生活方式，提供“72小时”短途自驾游解决方案，适应全域旅游发展新要求，引领消费升级新趋势，推动旅游高质量发展。

品牌宣传片链接：

<https://v.qq.com/x/page/n09191931s1.html> (90秒)

<https://v.qq.com/x/page/c09191zifhy.html> (15秒)



品牌海报

营销目标

对于近程游客即周边及省内自驾游爱好者，提升其内蒙古自驾游的频率；对于远程游客及全国落地自驾游游客，提升其内蒙古自驾游的意愿；对于对内蒙古心存向往但由于路途遥远、自驾游门槛高等原因迟迟不肯行动的人，改变其对内蒙古自驾游的印象。



地铁海报

策略与创意

精细化产品+精品化路书+精准化推广，是“72小时自驾内蒙古”的营销“三精”打法。

1、精细化产品，应需而变：面向内蒙古周边的京津冀城市群、黑吉辽城市群和陕甘晋宁城市群，以及全国落地自驾游城市群推出 20 条“72 小时自驾内蒙古”主题线路，这些线路从草原、沙漠自然资源和蒙元游牧文化资源着手，各有侧重地推出满足不同自驾游爱好者需求的线路；



产品海报

2、精品化路书，应运而生：邀请自驾游垂直平台爱自驾 APP、自驾游杂志《汽车自驾游》和旅游类垂直平台乐途旅游，针对每一条线路产出一本详细路书让每一位自驾游爱好者可以根据自身喜好和需求选择合适的路书进行行前和行中指导，路书推出电子版和纸质版两大版本，游客可通过多渠道免费获得，方便且便携，真正满足轻自驾的需求；



《汽车自驾游》杂志



自驾路书各线路封面

3、精准化营销，应景而出：为了扩大内蒙古短途自驾游的营销力，在目标客源城市选择地铁扶梯广告、楼宇电梯广告和朋友圈排期及竞价广告等线下、线上多渠道进行投放，最终实现传播覆盖量超过 1 亿人次。线上通过创意街头采访和十城招募计划在互联网平台引发关注，线下通过十城楼宇广告和重点城市地铁广告投放持续炒热，全媒体多平台配合发布路书和攻略等内容，掀起内蒙古自驾游高潮。

执行过程/媒体表现

1、内蒙古自驾”全网覆盖 “自驾路书” 精准推广

自 5 月 22 日“72 小时”内蒙古创意自驾旅游发布会举办以来，北京卫视、新京报、中央人民广播电台等百余媒体持续报道内蒙古自驾游，爱自驾、乐途旅游、《汽车自驾游》等旅游垂直类平台不断产出内蒙古自驾游路书等内容，使得就火热的内蒙古自驾游市场再掀高潮。截至目前，全网“72 小时自驾内蒙古”相关资讯超 2,000 篇。

2、周边省市十城招募 双线联动近亿覆盖

7 月 1 日-16 日，72 小时自驾内蒙古面向周边十省市展开十城招募，在北京、哈尔滨、沈阳、长春、天津、石家庄、太原、西安、兰州、银川、呼和浩特 11 座城市的 3535 座楼宇共计投放 6300 余台电梯智能屏，累计覆盖 7035.1 万人次；同期十省市共 15 个微博大号发布招募计划，#72 小时自驾内蒙古#微博话题阅读量达 2301.3 万人次，总体覆盖近 1 亿人次。



3、高质量内容输出 高精度渠道推广

联合多家旅游垂直类平台或自驾游垂直媒体乐途旅游、爱自驾 APP、《汽车自驾游》杂志和《车友报》，全媒体联动产出 72 小时自驾内蒙古专题内容，包括自驾路书、优质游记、攻略图集，同时实现高质量内容输出和高精度渠道推广，总传播量超 6206.5 万人次。

营销效果与市场反馈

截至目前，全网“72 小时自驾内蒙古”相关资讯超 2,000 篇，自驾游垂直类 APP 爱自驾、乐途旅游发布线上专题页，《汽车自驾游》杂志、《车友报》报纸专题连续多期内蒙古自驾游专题报道，为内蒙古自驾游争取了旺季核心曝光位，累计曝光量超过 3 千万。



张家口出发72小时蒙元游牧自驾指南
精准路线 玩点推荐 美食餐馆 住宿介绍
国内首个以时间定义自驾游旅游品牌



张家口出发72小时蒙元游牧自驾指南
精准路线 玩点推荐 美食餐馆 住宿介绍
国内首个以时间定义自驾游旅游品牌



延安出发72小时蒙元游牧自驾指南
精准路线 玩点推荐 美食餐馆 住宿介绍
国内首个以时间定义自驾游旅游品牌



银川出发72小时蒙元游牧自驾指南
精准路线 玩点推荐 美食餐馆 住宿介绍
国内首个以时间定义自驾游旅游品牌



电子路书

目标客源城市楼宇电梯广告投放效果：7月1日-16日，72小时自驾内蒙古面向周边十省市展开十城招募，在北京、哈尔滨、沈阳、长春、天津、石家庄、太原、西安、兰州、银川、呼和浩特 11 座城市的

3535 座楼宇共计投放 6300 余块电梯智能屏，累计覆盖 7035.1 万人次；同期十省市共 15 个微博大号发布招募计划，#72 小时自驾内蒙古#微博话题阅读量达 2301.3 万人次，总体覆盖近 1 亿人次。

核心客源城市地铁广告投放效果：7 月 26 日-8 月 16 日，72 小时自驾内蒙古在北京地铁 1 号线建国门站及 2 号线朝阳门站投放扶梯侧墙广告，共计覆盖屏幕 47 块，据北京轨道交通中心官方数据，两站单日客流量达 16.3 万人次。该组海报以“城市在后，远方在前”为主题号召客源城市游客暂别城市，自驾内蒙古，画面选取草原、沙漠、星空、人文等内蒙古代表性资源结合不同自驾线路进行推广。为期四周的投放，预计传播覆盖量达 359.3 万人次。

重点客源城市自驾游俱乐部招募效果：北京自驾游联盟成员寻旅天下、青岛车行天下自驾俱乐部发布 72 小时自驾内蒙古精品线路“草原地质奇观自驾之旅”微信推文，并在小程序上线相关产品，于 6 月-8 月陆续组织不同批次自驾游客自北京至赤峰体验热阿线、达达线经典自驾线路。呼伦贝尔天骄草原房车自驾俱乐部、爱车环球自驾俱乐部、青岛飞翔户外、赤壁户外旅游、悦享玩工作室等自驾俱乐部针对 72 小时自驾内蒙古精品线路“中俄边境自驾线”进行推广，并上线相关产品，于 7-9 月陆续组织不同批次自驾游客体验内蒙古中俄边境线风情。



自驾俱乐部开展落地自驾



自驾俱乐部合影