

## 第三届武汉地铁嘉年华

广告主：新浪湖北

所属行业：互联网

执行时间：2019.08.26-11.10

参选类别：体育+数字营销类

### 营销背景

武汉地铁嘉年华是由新浪湖北和武汉地铁集团联合举办的大型城市营销 IP 活动。

习近平总书记曾说过“我最大的爱好就是读书”，2018 年第二届武汉地铁嘉年华打造的“好读地铁”获得了社会各界的一致好评，形成了全民晒出、全民读书良好的城市氛围。

2019 年，武汉迎来了城市首个全球大型综合性体育赛事——第七届世界军人运动会。

为了让更多人了解军运会、了解武汉这座城市，新浪湖北和武汉地铁集团联合开展了“与军运同行世界看武汉”的城市宣传活动。希望借助这项来自全球 109 个国家近 10000 名参赛选手的体育赛事，提升武汉的城市想象，做好东道主的宣传工作。

### 营销目标

借世界军人运动会之势，以武汉地铁为传播载体，发挥新浪湖北的媒体优势，通过本次活动宣传，让全市人民对世界军人运动会有一定的认识，如何当好东道主积极倡导市民文明出行。武汉地铁作为城市文明的窗口，也是地铁嘉年华的宣传平台，将军运会的宣传工作下沉到武汉地铁不同线路的车厢，拉近军运会与市民的距离，让市民更方便、更有效地参与到世界军人运动会当中。

同时，也希望借助本届地铁嘉年华，号召更多本地的政务机构、旅游景区、企业单位加入其中，共同为迎接军运会的到来而努力，展现城市新风貌、新精神。

### 策略与创意

#### 1、借助世界军人运动会掀起全城热潮

作为 2019 年武汉最盛大的事件，新浪湖北充分借助事件影响力，提前半年开始筹划第三届武汉地铁嘉年华主题。实行#与军运同行世界看武汉#和#武汉宝藏地铁#双话题运营，既能保证对军运会内容的生产和传播扩散，又能通过话题宣传武汉城市文化、将倡导文明出行与世界军人运动会集合。

#### 2、军运科普、运动常识、城市宣传、文明礼仪完美融合

将武汉地铁车厢作为内容承载主体，定制了 4 种不同主题的车厢：世界军运馆、城市运动馆、城市档案馆以及城市文明馆。武汉地铁在活动期间化身成移动的“城市博物馆”，为科普军运、运动常

识服务，同时也肩负着宣传武汉文化和文明礼仪的重任。

### 3、八位奥运冠军倾力加盟军运主考官

本届赛事作为一项全球性的大型综合性赛事，邀请了武大靖、田亮、刘璇等八位奥运冠军倾力加盟，他们作为“军运主考官”登上武汉地铁 7 号线，网友通过手机专题答题互动，就能与奥运冠军实现“零距离”对话。奥运冠军的加入，让本届嘉年华的运动属性、公益属性更加强烈。

### 4、超过 50 位“军运主考官”助力阵容

包涵 8 位奥运冠军在内总共 54 位明星、微博大咖、本地名人化身“军运主考官”加入地铁嘉年华，粉丝覆盖超过 3.7 亿。本次嘉年华还成功邀请了 2019 年最红的明星之一——李现加盟，成为本届地铁嘉年华最大亮点。

### 5、多样化的宣传方式满足个性化的品牌需求

根据不同品牌的个性化需求，为其定制了不同的展现形式。武汉市美术馆 10 月开幕的军运会画展作品抢先登陆武汉地铁，让格力志愿者加入嘉年华发车仪式，倡导文明出行身体力行，让酷我乳业运动型的卡通融入到城市运动馆，增强活动的运动元素……本次嘉年华吸引了来自政府机构旅游景点、运营商、金融、房地产、快消、商超、家电家居等多个行业加入。

## 执行过程/媒体表现

### 1、一大批明星悬念海报强势预热

嘉年华预热阶段，通过明星悬念海报分批次预热造势，粉丝官微和新浪湖北微博矩阵合力扩散，在项目前期吸引了无数网友关注。当明星海报正式公布以及李现助力视频亮相，将活动推向高潮。





## 2、赛事官微、粉丝官微助力传播扩散

李现“军运主考官”身份公布后，@武汉军运会 官方微博发布助力视频，引发粉丝疯转。除此之外，中国军事网、新浪军事、湖北经视、长江日报等媒体纷纷跟进报道。



李现助力：

[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNDUzMDk0Mjc5Ng=.html?sharefrom=iphone&sharekey=d411f31cffaddc4982b90713c284c2ca6](https://v.youku.com/v_show/id_XNDUzMDk0Mjc5Ng=.html?sharefrom=iphone&sharekey=d411f31cffaddc4982b90713c284c2ca6)

### 3、“百张邀请函 世界看武汉”各行业代表向世界发出邀请。

第三届武汉地铁嘉年华-百张邀请函：

[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNDUzMDkyMzI5Ng==.html?sharefrom=iphone&sharekey=8e6952103d4ad7c21c6f17a1ed6341f69](https://v.youku.com/v_show/id_XNDUzMDkyMzI5Ng==.html?sharefrom=iphone&sharekey=8e6952103d4ad7c21c6f17a1ed6341f69)



新浪湖北 9月29日 10:30 来自 微博 weibo.com 已编辑 收集 皮皮定时

#世界军运武汉等你#百张质朴的笑脸，展现城市热情；百张诚挚的邀请函，诠释好客武汉。九省通衢的武汉，不仅生活着千万市民，每天都要迎来八方来客。城市印象的塑造，离不开每位为城市服务的人们；好客武汉的口碑，离不开每位城市服务者的默默付出。他们的微笑，也是城市的微笑！#武汉宝藏地铁# ...

展开全文

我们为世... 100张邀请函 [城市服务者]

20万次播放 4:55

阅读 10.8万 推广 25 18 47

### 4、地铁嘉年华活动专题与地铁车厢无缝对接

武汉地铁嘉年华手机专题引发网友“寻宝大作战”，地铁 4 条线路对应 4 种不同风格的网页，网友车厢扫码参与线上有奖答题活动，全面提升网友参与热情。



## 5、本地大 V 带领网友穿梭移动的“城市博物馆”

9月22日地铁发车仪式当天，武汉本地5位微博大咖带领网友和乘客一同体验4条不同主题地铁车厢，引发乘客围观和讨论。



## 6、嘉年华引发多家媒体跟进报道

活动结束后，多家媒体及合作企业官微再度报道嘉年华，使活动热度得到再次提升。



## 营销效果与市场反馈

### 1、话题数据

#与军运同行世界看武汉#话题阅读量：9005.1 万 讨论量：11.7 万；#武汉宝藏地铁#话题阅读量：8433.7 万 讨论量：14.4 万。

### 2、其他效应

武汉地铁 2 号线、4 号线、6 号线、7 号线，总共 4 条线路，超过 50 天超长运营时间；54 位影视明星、奥运冠军、微博大 V，粉丝总共覆盖 3.7 亿，化身“军运主考官”参与活动；“百张邀请函 世界看武汉” 武汉各行各业代表以东道主身份向世界发出军运会邀请；超过 11 家企业单位加入，涵盖政府机构、旅游景区、金融、运营商、房产、快消等行业；军运会官方微博@武汉军运会 中国军事网 新浪军事、长江日报等多家媒体跟进报道。