

## 中国新天地「天地新引力」会员节

广告主：中国新天地

所属行业：商业地产

执行时间：2019.12.07-12.09

参选类别：跨媒体整合类

### 营销背景

#### 商业市场

12 月年终季作为每年各购物中心的压轴营销大戏，大多数传统购物中心会布置 IP 展览、鼓励商家让利促销，以抢占线下客流提升销售。而近年来，新零售从概念迅速演变成一个风口，巨头入局线下，为适应新消费带来的挑战和思路。

#### 中国新天地

中国新天地立足于中国的高端商业地产项目，在 2019 年，新天地集中以顾客需求驱动创新，以带有社交属性的多元商业空间曾在消费者社交需求，斩获商业新生力，为此倾情推出 i 天地官方会员忠诚计划，同时也是面向会员的活力社群。通过线上线下一体化服务平台，在提供各项专享活动、服务和优惠的同时，更与会员共同探索未来的生活方式、前沿的艺术文化和非凡的社交体验。

#### 洞察：

- ① 新天地已在上海、武汉、重庆和佛山等多个中国重要的城市，发展出各具特色商业项目，服务超过 160 万会员，通过对消费画像研究，**超过 68% 的用户年龄层次在 25-35 岁之间，是依赖互联网的原住民。**
- ② 新天地 2019 年继续在全国项目积极举办多个原创 IP、新意纷呈的演出、艺术活动、文化专题展览，和各类能引起公众兴趣的活动。
- ③ 通过对商户及消费者的多维调研，都期望商圈能将各业态品牌的优势组合，推出简单而有力的促销手段，**提升各业态间的消费黏性，开启促销新模式。**

### 营销目标

通过线上流量和线下体验的连接，以新场景连接与会员的感情触点，开辟线上转化新渠道，加深消费者对“新天地”品牌的认知，以完成从“蓄客”到“固粉”再到“成交”的转变，塑造全新的实体商业模式。

## 策略与创意

### 策略：

由中国新天地总部统筹，主题包装、营销策略，整合多维资源，**联动旗下全国四座城市，七大地标项目**即上海新天地、虹桥天地、瑞虹天地、创智天地以及武汉天地、佛山岭南天地和重庆天地，**携手 1300 多家商家，依托自研的智慧零售平台--iTiandi，全力打造首届「天地新引力」会员节**，开启 360 度全维度策划的年终促销庆典。

### 创意：

在上海四大商圈打造的年度灯光艺术盛事「光影上海」2019 灯光艺术节，各城市亦联合了“萌神 MOLLY 展”、“萌力星球”、“邂逅安徒生”、“小马宝莉魔法闯天地”等暖冬人气 IP，集合腾讯、大众点评、字节跳动、花生地铁 Wi-Fi 等热门平台，以及工商银行、中国银行、招商银行、浦发银行等六大银行的优质资源，一同开启全国派对，此外本次还跨界 BEAST 野兽派、人气漫画家 Tango 等品牌和艺术家，在 iTiandi 官方平台独家上线，为会员带来年度重磅礼遇。

## 执行过程/媒体表现

### 主题话题打造：

由中国新天地总部统筹以“天地新引力”设计品牌活动主 KV 视觉和 MG 动画，结合城市和商圈特点，分别延展了各具特色品牌视觉，成功为 2019「天地新引力」会员节进行了先导预热。

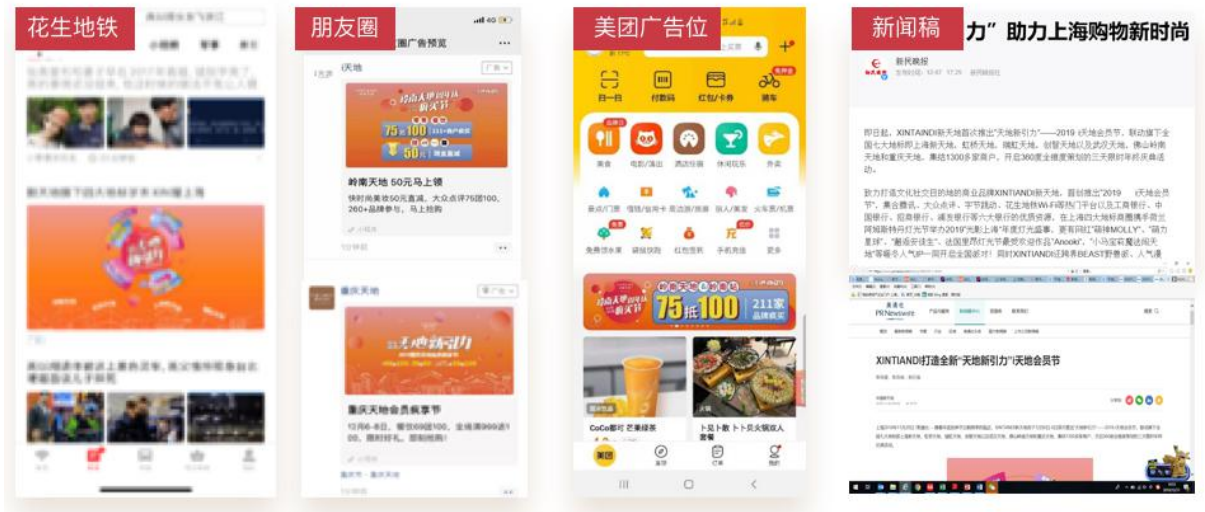
视频链接：<https://v.qq.com/x/page/g3068u0qohz.html>



### 全渠道传播：

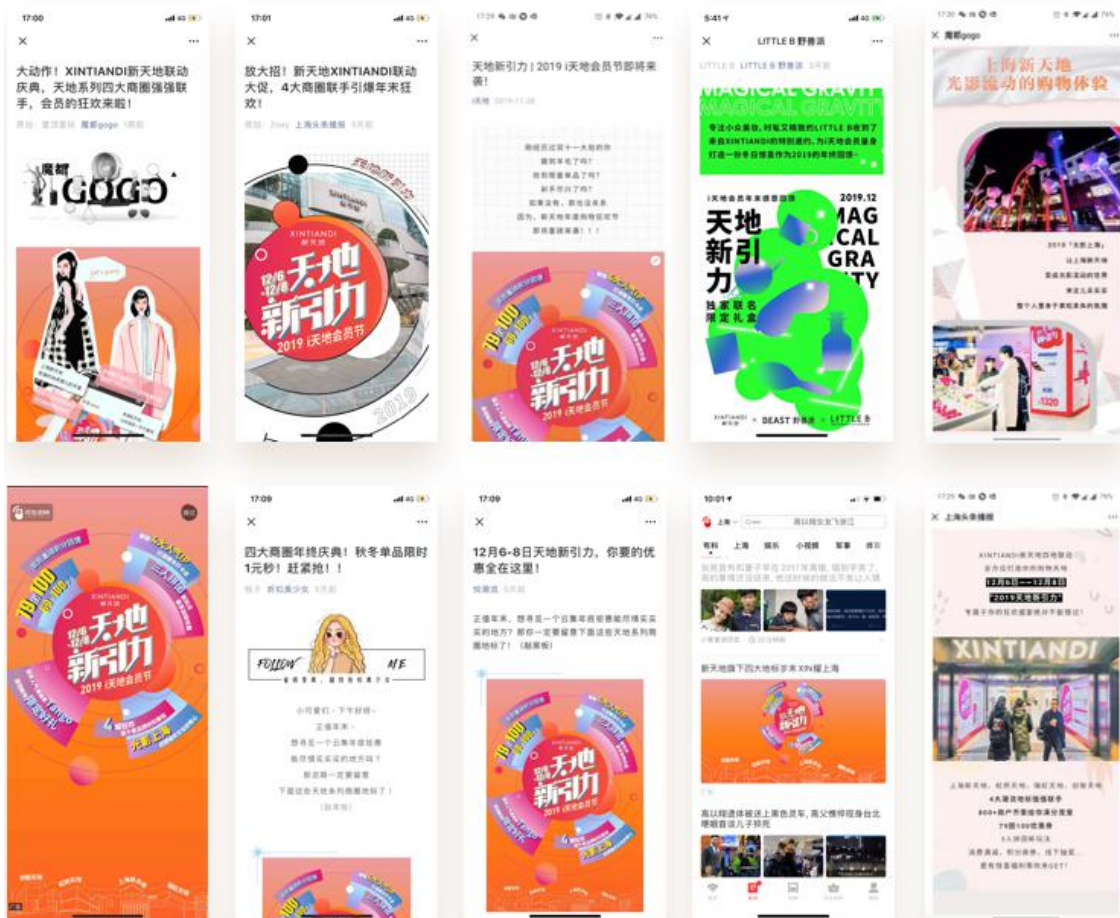
在全国范围投放微信朋友圈、大众点评、字节跳动、花生地铁 Wi-Fi 等热门线上平台**精准定向上海、武汉、重庆、佛山四地**，吸引年龄分布在 20-40 岁之间的目标人群，**曝光量超 1,986 万次**。

同时于中新网、美通社、新民网报及各城市权威媒体等多个线上媒体平台发布预热新闻稿，扩大整体声量，整体媒体价值达 45 万元。



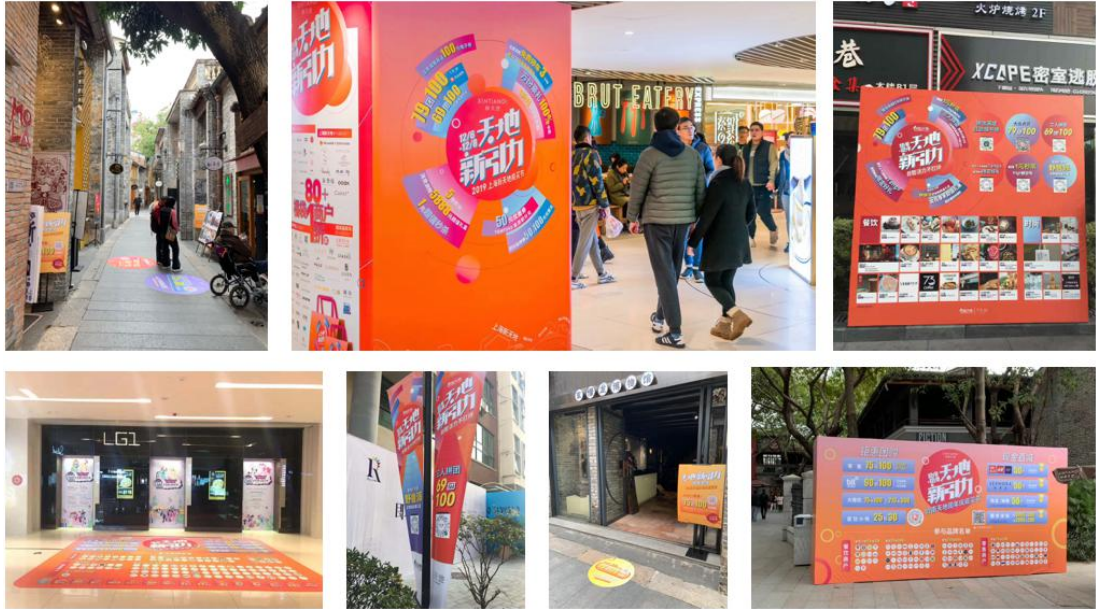
优质新媒体：

合作 4 个城市 31 个优质 KOL 及当地新媒体平台，从城市热门事情及探店购物指南的角度，对「天地新引力」会员节进行了宣传露出，总计获得 68W+次阅读。



### 硬广投放：

全国七大项目地标均布局于城市的核心商圈或人群密集的副中心，同时配套住宅、写字楼，在硬广资源选择自有的物业渠道，在户外 LED 大屏、沿路道旗、住宅及写字楼电梯硬广投放，对周边精准客流传播效果显著，影响力巨大。



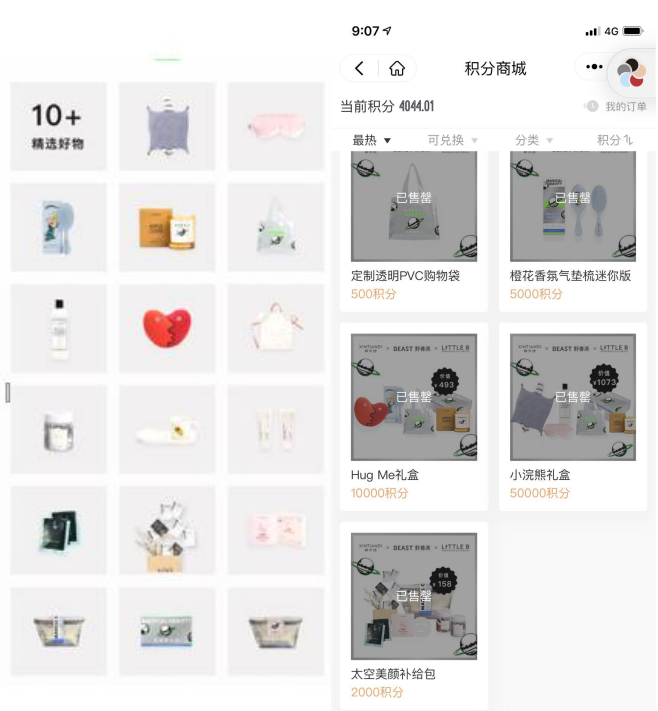
### 艺术 IP 装置：

除了传播外，各商圈举办 IP 艺术装置同样自带话题和吸客属性，新天地发起的 2019 “光影上海”年度灯光盛事，此次携手荷兰阿姆斯特丹灯光节&法国里昂灯光节“Anooki”，更有网红“MOLLY”、“萌力星球”、“邂逅安徒生”、“小马宝莉魔法闯天地”等暖冬人气 IP，点燃城市文化好奇心，激发消费热情。



跨界合作:

新天地携手高端艺术生活品牌 BEAST 野兽派, 定制「野兽派 x 新引力」联名限量套装, 释放跨界新势力。与知名漫画家 Tango, 开启「新有所鼠」的新年福袋套装的线上预定, 在活动期间于 iTiandi 官方平台独家上线, 为会员带来年度重磅礼遇。



### 跨平台合作:

为了给会员争取更多福利，与**工商银行、中国银行、招商银行、浦发银行等六大银行**联手推出满额立减，消费立减等极具吸引力的叠加优惠，还与**大众点评、美团、有赞商城**等平台上线团购和拼团的多种玩法，多渠道拓展会员权益。

### 精细化运营:

iTiandi 平台此次为百万会员特设积分权益和专属优惠，上线数万张团券，并推出诸多创新玩法，限时秒杀、满额返现、线下抽奖、免费停车、尊享福袋等多重“吸引力法则”，倾情回馈会员，打造 O2O 全面联动新零售生态圈。



## 营销效果与市场反馈

由总部统筹，策划整体主题、策略及方向，整合商业资源是 2019「天地新引力」会员节的一个亮点，深度结合内外部资源，借助 iTiandi 智慧零售平台激活会员存量，多渠道拓展会员权益，提高资源利用效率，扩大活动影响力的同时，也能让商场和商家之间实现资源共享，互利双赢。

### 相关数据:



---

全渠道总曝光超过 2 亿，实现 2,500 万元的媒体广告价值；会员节三天全国销售总额达 1 亿元，同比增长 51%；全国客流量达 140 万人次，同比增长 37%；i 天地会员新增达 8.9 万人，同比增长 256%；线上销售破 10 万张团购券，产生 750 万元线上销售，带动至少 3,000 万元的线下销售。