

## 广州太古汇：解锁圣诞新姿势，玩转80s 复古潮

广告主：广州太古汇

所属行业：地产

执行时间：2019.11.27-12.31

参选类别：移动营销类-互动类

### 营销背景

当伯利恒之星高挂树顶、霓虹灯装饰逐一点亮，商场各处开始声势浩大地展示着各项购物促销信息，再搭配岁岁年年都相同的圣诞元素，难免让人灵魂拷问一句：都 2020s 了，圣诞还能怎么玩？

2019 年，广州高端商业综合体之一的广州太古汇，就为每个追“新”青年提供了一个新的解题思路——打造一场随性、先锋的 80 年代摩登复古圣诞季，带来“复古即时尚”的新鲜气息。圣诞老人和鲁道夫头顶爆炸头身着喇叭裤，开始组 Band 上演“乐队的圣诞”，广州太古汇开启这场“致 80s，潮圣诞”主题活动。

### 营销目标

通过线上传播和互动，实现用户到线下商场的引流，参与商场圣诞期间周末活动表演和专属奖品定制，提升商场周末人流量与参与活动人数。

### 策略与创意

一张圣诞老人摇滚乐队的黑胶唱片正是我们为广州太古汇圣诞季打开的第一个“脑洞”。

结合线下“80 年代唱片行”装置设定，策划制作了一个“录音室”主题互动 H5，邀请用户化身 80 年代乐坛“金牌制作人”——从制作专属圣诞 BGM 到拍摄复古黑胶封套，一站式打造个人专属圣诞黑胶，让用户在沉浸式、个性化的黑胶定制体验中，重温那个同样“脑洞大开”的复古音乐时代。

### 执行过程/媒体表现

广州太古汇：致 80s 潮圣诞 H5 体验



扫描二维码，立即体验！  
 （需点击放大二维码后，长按识别）



整体数据反馈：投放 20 多天以来，整体 PV（浏览量）40,000+，刺激顾客线下到店领取黑胶唱片及用户优惠券共 20,000+人





## 营销效果与市场反馈

自 H5 上线投放以来，通过线下商场扫码体验及线上传播，吸引了顾客参与互动，刺激和吸引顾客到线下领取黑胶唱片，也因为结合线上的定制化内容，定制顾客专属 80s 圣诞唱片。通过一场对 80 年代文化的致敬与创新，为顾客带来先锋、质感、不言从的“出格”体验。