

Hong Kong 港风继续吹

精彩永不停



鲸鸿动能

旅寻计划



香港旅游发展局

BACKGROUND

2024年赴港游新政出台，赴港政策利好 大湾区奏响文体旅融合“进行曲”



资料来源：香港旅游发展局

《2024年行政长官施政报告》

首次把“促进文化体育旅游融合发展”内容独立成章，并提出组建“发展旅游热点工作组”、壮大盛事经济、增加入境旅客量等多项创新举措。

财政部、海关总署、税务总局

2024年7月1日起，内地居民旅客自香港进境内地携带行李物品的免税额度由人民币5000元提高至12000元。

国家移民管理局

2024年12月1日起，广东深圳市实施赴香港旅游“一签多行”政策。

BACKGROUND

港珠澳大桥、广深港高速铁路通车 大湾区居民赴港旅游热持续升温



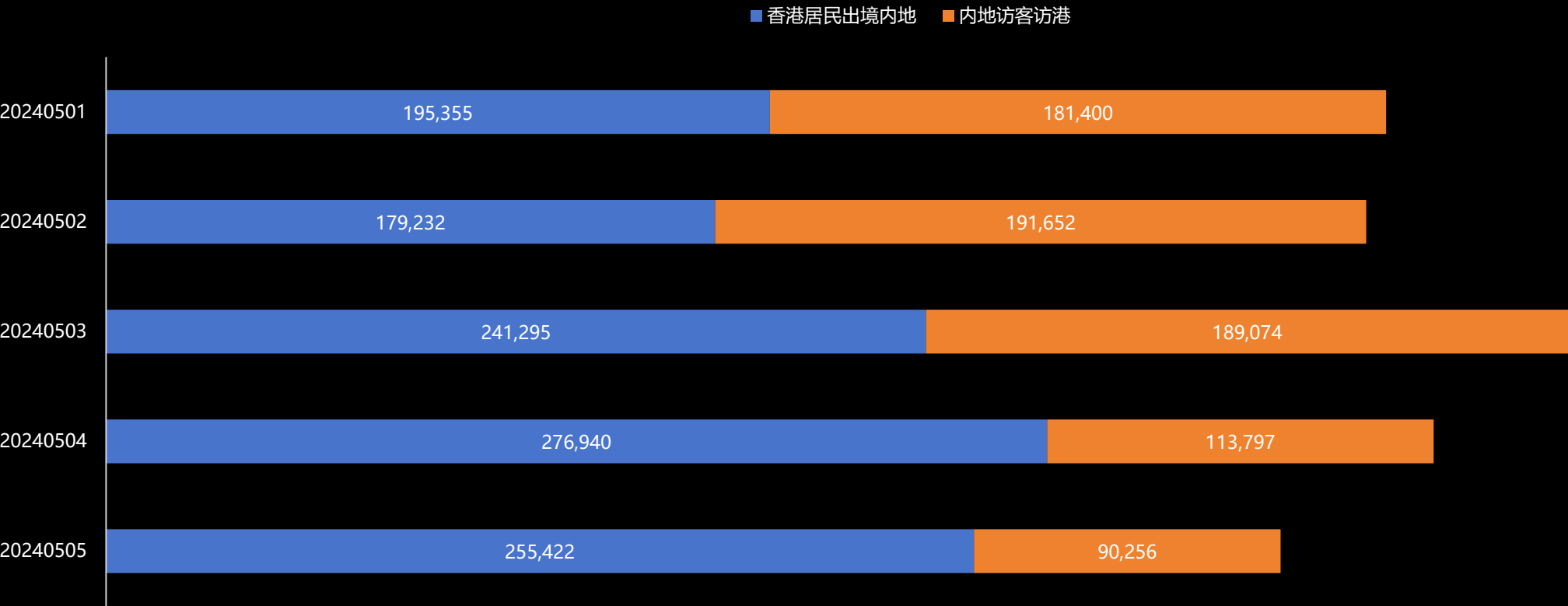


香港旅游发展局

BACKGROUND

痛点破局 | 香港出入境游客逆差持续显性化

「2024 年五一假期香港与内地文旅数据双向流动对比」



数据源：香港旅游发展局

BACKGROUND

痛点破局 | 港式叙事重构信任

城市信任

情感价值流失

公共空间冲突事件频发，服务触点标准化缺失



消费预期偏差

2024Q3游客消费纠纷率同比+137%，商户信任指数跌至历史冰点



客群价值

快闪式旅游

「特种兵旅游」「香港一日游」成香港旅游关键词



旅客结构单一

访港旅客由「名店扫货」转向「街头寻宝」，亟待解锁高净值客群





香港旅游发展局

MAIN TARGET

提升旅游美誉度，促进高消费力游客转化



盛事体验

精准人群触达+内容专题
吸引游客访港参与盛事

全天候



多元体验

结合多样化媒介组合创意
全面展现香港的多元体验

全方位



礼貌体验

借助华为生态影响力
提升礼貌运动的消费者心智

全触点

美誉度 以特色活动传播，提升香港旅游吸引力

消费力 锚定高潜力用户，带动赴港出游消费升级

INSIGHT & STRATEGY

香港对于每个年代的消费者都有其独特的意义

80s 文化意义

LEAD THE CULTURE

国际都会

法治精神

港片岁月

食肆文化

90s 体验意义

LEAD THE EXPERIENCE

行街街

食大餐

影靚照

游乐园

00s 精神意义

LEAD THE TRENDS

艺术展

行山路

演唱会

做岛民

需要做好消费者切分策略，去适配对应内容创作



香港旅游发展局

INSIGHT & STRATEGY

“新时代的香港旅游推广，
本质是一次对香港旅游业的定位重塑，
也是对香港文化与精神进行的定义焕新。”

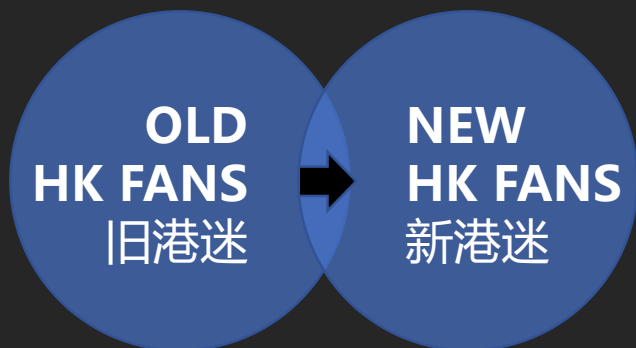
If we want to revitalize Hong Kong's tourism,
we must essentially revitalize Hong Kong's culture.

INSIGHT & STRATEGY

BIG IDEA

#港风继续吹#

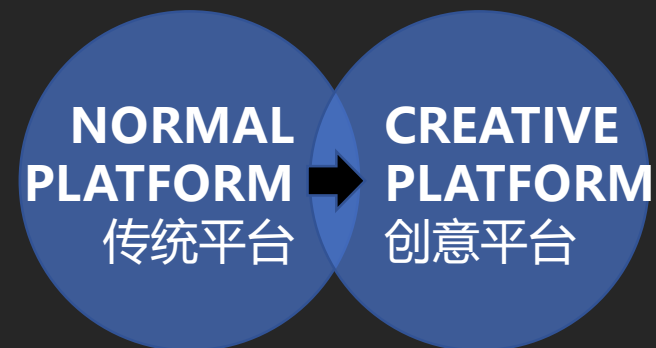
新人 | NEW PEOPLE



新货 | NEW PRODUCTS



新场 | NEW PLACES



“不遗失传统的魂，也拥抱前卫的心”

INSIGHT & STRATEGY

鲸鸿动能：基于鸿蒙生态的全场景智慧营销平台



硬件生态

10亿+

1+8+N全连接终端



软件生态

5.8亿+

终端云服务月活

8万+

全球第三方媒体接入

数据科学

全案营销

全域投放

品牌联盟

INSIGHT & STRATEGY

华为设备用户：高质量环球旅游消费者



AGE

60%

24~44 year old



LOCATION

75%

Tier 1-2 Cities



DEVICE

82%

Price > 3000 RMB



ASSETS

73%

Car or house owner



CONSUMPTION

70%

Middle to high



TRAVEL

67%

Had traveled by plane



HOTEL

60%

Prefer Star Hotels



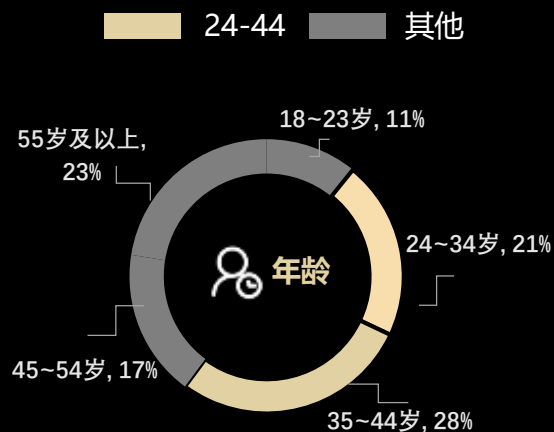
EXPERIENCE

77%

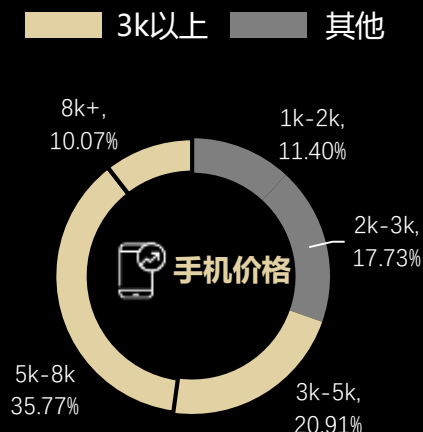
Leisure Vacation

INSIGHT & STRATEGY

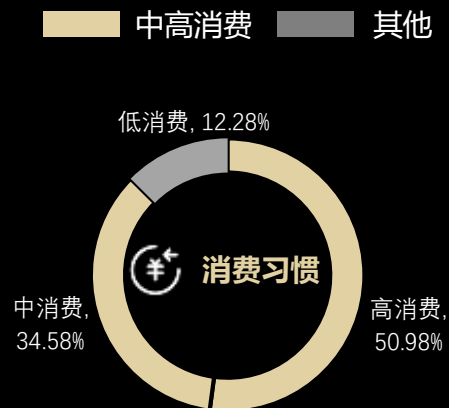
【新人】数据科学精准捕获高净值年轻人群



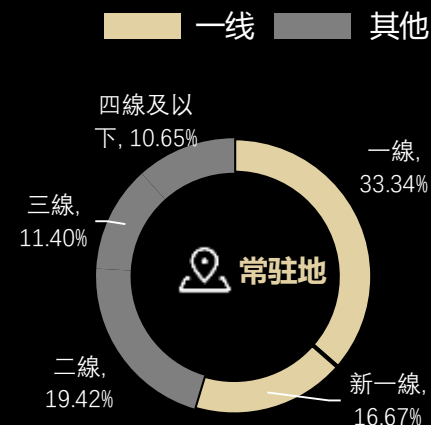
到港人群整体偏年轻化
24-44岁中坚人群占比高达48.92%，该类用户更具有购买力



用户手机价格大部分为3K以上，用户占比为66.75%，用户经济实力好，消费能力及消费习惯较强



集中在中高收入群体，中高消费的用户占比85.56%



用户常驻在一线和新一线城市，占比为50.01%

【新货】持续靶向锁定核心人群持续性传播攻势

线上
推广



Online

Offline

2024.7-8
Summer Chill
乐在当夏

2024.10
National Day
Golden Week
国庆游香港
日日享精彩

2024.9-10
Wine & Dine
香港美酒佳肴巡礼

2024.10
Halloween
哈啰威香港

2024.11-2025.1
Winter Fest
香港缤纷冬日巡礼

2024.12-2025.1
New Year
Count Down
香港跨年倒数

线下
活动



INSIGHT & STRATEGY

【新场】为感官旅程找到最适合的媒介触点与内容



ACTION HIGHLIGHTS I

鸿蒙全媒体打造流动的原生内容故事窗



氛围图包版及专题报道

统一开屏

轮播信息流

视频贴片

视频直播

第五Tab专题



香港旅游发展局

ACTION HIGHLIGHTS II

结合华为浏览器关键营销专题，实现场景化内容营销植入



华为浏览器

421[↑]

优质媒体伙伴

10000[↑]

优质创作者账号

3.8^亿

月活用户数

4.5^亿

累计用户数

数据源：华为官方数据



暑期主题Tab



国庆主题Tab



大美中国专题页



内容集合页

ACTION HIGHLIGHTS III

聚合权威及垂直媒体持续报道，精准定向内容加热



ACTION HIGHLIGHTS IV

手机直播+OTT+户外屏联动，全场景共享烟花盛宴



华为视频

1.8亿
月活用户数

1.5亿
日均广告位请求量

54分钟
日均观看时长

数据源：华为官方数据

直播观看及回放



· 视频前贴
华为智慧屏



华为户外大屏



深圳卓越中心 华为智能生活馆

KEY RESULTS

树立赴港出游心智，引导访港消费升级

62,835,804

Impression

393.08 %

Completion Rate

Summer Chill
乐在当夏

12,606,646

Impression

121.13 %

Completion Rate

National Day
Golden Week
国庆游香港
日日享精彩

7,387,185

Impression

128.50 %

Completion Rate

Wine&Dine美酒
佳肴巡礼

86,801,049 Imp.

2,771,290 Clicks

3.19% Avg.CTR

Halloween
哈啰威香港

6,671,021

Impression

112.26 %

Completion Rate

Winter Fest
香港缤纷冬日巡礼

6,525,529

Impression

124.21 %

Completion Rate

New Year Count
Down
香港跨年倒数

2,120,864

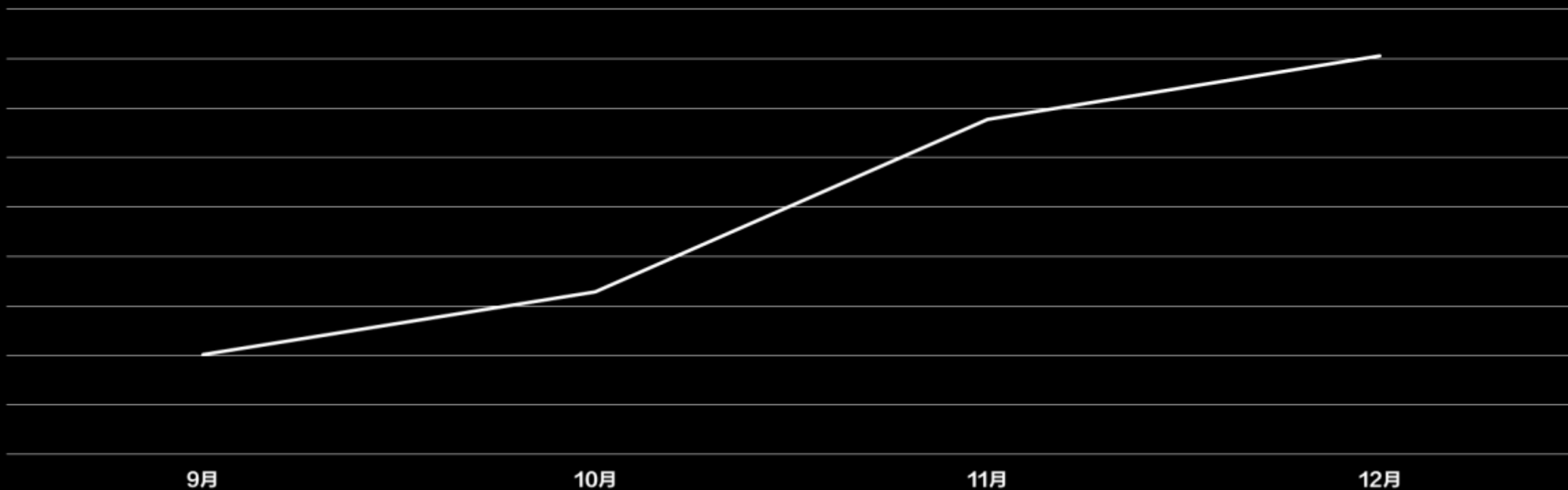
Impression

105.33 %

Completion Rate

KEY RESULTS

重构用户决策旅程，实现华为生态用户复利增长



目标投放用户的访港相关订单增长曲线



香港旅游发展局

【附件】分活动执行及效果细节

ACTION I. Summer Chill 乐在当夏

锚定暑期出游人群，华为浏览器专题及全域渠道专题推广

杂志锁屏



4.85 M+
Impression

统一开屏



1.30 M+
Impression

统一信息流



1.20 M+
Impression

暑期Tab



54.1 M+
Impression

竞价资源



10.2 M+
Impression

ACTION II. National Day Golden Week 国庆游香港 日日享精彩

75周年 “国庆烟花汇演” 维港璀璨上演专题推广

统一开屏



3.65 M+
Impression

信息流
图片卡片轮播



2.05 M+
Impression

天气皮肤 + 智能卡片



2.23 M+
Impression

国庆Tab



4.60 M+
Impression

大美中国
香港专题页



80.0 K+
Impression

ACTION III. Wine & Dine 美酒佳肴巡礼

动态素材沉浸式体验勾勒港城美景品鉴全球顶级佳酿美饌

统一开屏



2.31 M+
Impression

信息流首刷



2.16 M+
Impression

华为视频贴片



2.48 M+
Impression

ACTION IV. Halloween 哈啰威香港

维港万圣主题焕新，浏览器氛围图加持，凸显节日气氛

统一开屏



2.31 M+
Impression

信息流



2.16 M+
Impression

华为视频贴片



2.48 M+
Impression

顶部氛围图



445 K+
Impression

ACTION V. Winter Fest 香港缤纷冬日巡礼

往期用户高效再营销，吸睛素材尽览冬日惊喜

统一开屏



3.30 M+
Impression

统一信息流



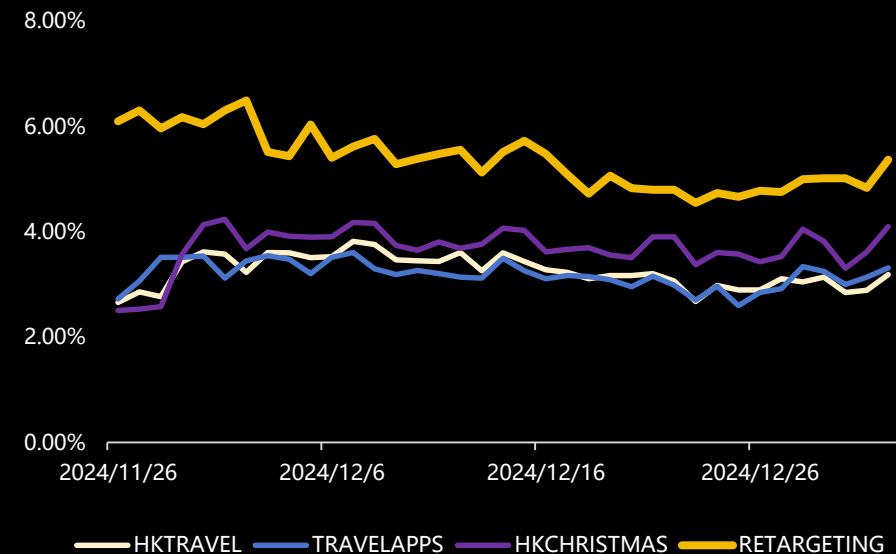
867 K+
Impression

华为视频贴片15秒



2.36 M+
Impression

持续营销效果凸显
再营销人群CTR显著高于其他人群



ACTION VI. New Year Count Down 香港跨年倒数

大小屏联动预热跨年精彩，华为视频直播倒数共迎新年

统一开屏



591 K+
Impression

统一信息流



450 K+
Impression

直播观看及回放



1.02 M+
Impression

华为智慧屏
· 视频前贴



62.6 K+
Impression

华为户外大屏



深圳卓越中心
华为智能生活馆

下一个香港故事 我们一起述说



香港旅游发展局



鲸鸿动能