



GOLDEN WINGS

金翼大赛

邻里中心《自在穿梭 DRIVE-IN》

实效营销赛道

案例名称		邻里中心《自在穿梭 DRIVE-IN》
参与方	申报企业	苏州工业园区邻里中心发展有限公司
	应用企业	苏州工业园区邻里中心发展有限公司
申报奖项类别		实效营销赛道
案例核心要素		<p>主题创新：以“自在穿梭 DRIVE-IN”为主题，融合复古车展、时装秀、音乐表演与街区文化，打造“家门口的潮流艺术盛宴”。</p> <p>场景重构：利用师惠邻里中心小广场及街区空间，将复古老爷车展、高校毕业设计时装秀、爵士乐演出融入社区场景，打破传统活动边界。</p> <p>跨界联动：联合本土高校、本土音乐团队、复古车收藏家等多方资源，实现“艺术+商业+街区”的深度合作。</p> <p>用户体验升级：通过沉浸式复古市集、亲子互动、AR打卡等环节，覆盖全年龄段客群，强化“街区即秀场”的参与感。</p>
应用企业推荐语		《自在穿梭 DRIVE-IN》不仅是复古与潮流的碰撞，更是一次社区活力的创新实践。活动通过跨领域资源整合，精准触达年轻家庭与潮流客群，显著提升了街区商业价值与文化影响力。我们期待未来持续探索此类‘艺术+街区’的营销模式！

## 案例简述及辅助证明

活动概述：2024年6月，师惠邻里中心推出《自在穿梭 DRIVE-IN》复古车展&时装秀，以“艺术+街区”为核心，串联两大亮点：

DAY1 儿童秀场&高校时装发布：联合苏州大学艺术学院举办《未来密码》毕业设计时装秀，展示先锋设计作品，打造家门口的时尚大show。

DAY2 复古街区车展&爵士派对：展出经典老爷车，搭配复古爵士乐队演出、摇摆舞互动，打造“沉浸式复古街区”。





## 案例简述及辅助证明

经典车展：展出极具历史价值的复古车型（如1959年凯迪拉克帝威、1989年奔驰560SL），搭配专业解说与互动拍照区，吸引车迷与摄影爱好者超1.2万人次。

高校时装秀：联合苏州大学艺术学院举办《未来密码》毕业设计发布会，发布先锋设计作品，获《苏州新闻》专题报道。

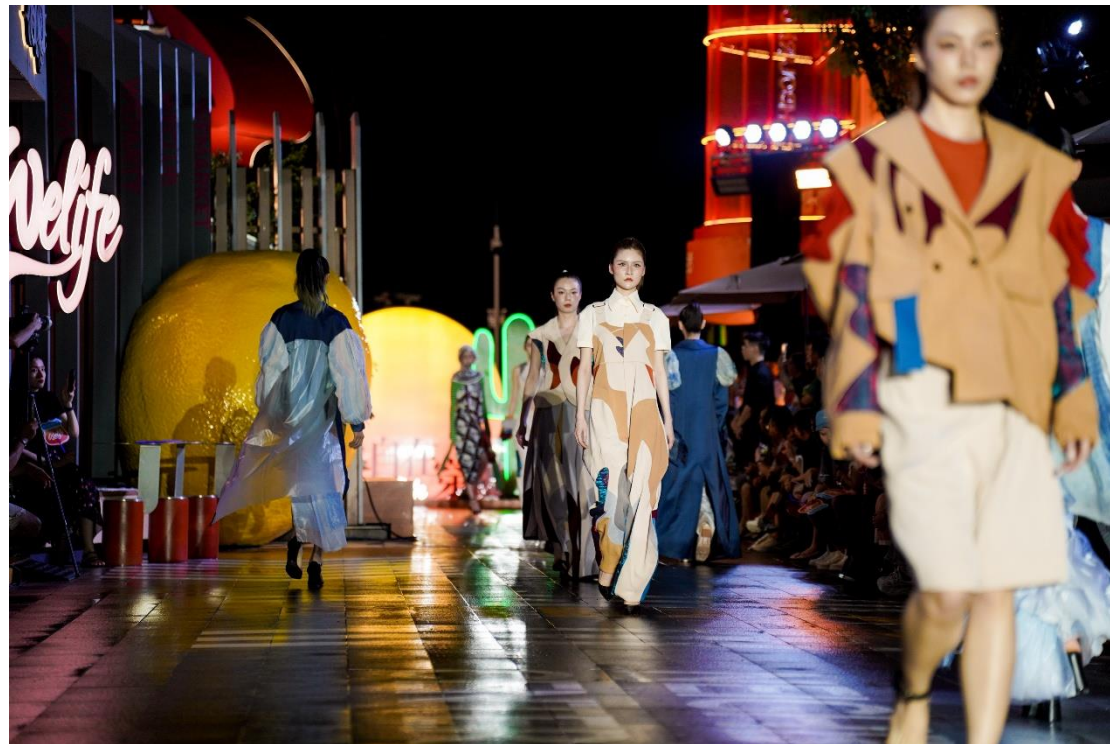




## 案例简述及辅助证明

活动期间街区总客流同比提升45%；

直播观看量破10W，短视频、小红书等平台相关话题曝光量超200W。





## 案例简述及辅助证明

活动概述：街区场景的多元重构,沉浸式复古市集，街区店铺化身“1950年代美式加油站”，提供复古咖啡、手作汉堡等主题餐饮，**单日客流量破3w人次**





## 案例阐述维度重点（总计85分）

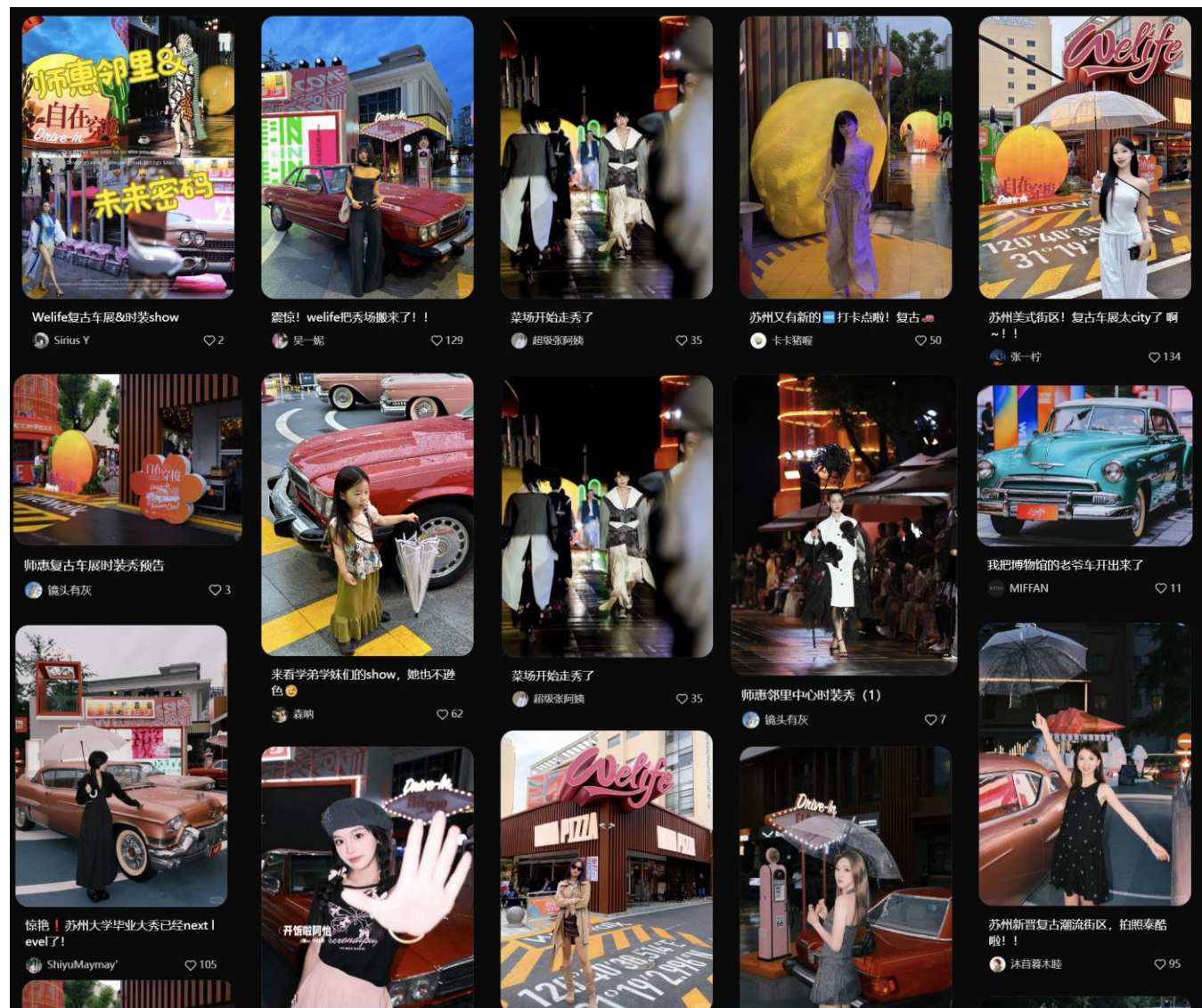
### 传播效果（20分）

#### 线上曝光：

小红书、抖音等平台曝光量超80W+，话题#家门口的复古秀#阅读量破50W；前宣路透视频播放量达12W+，活动直播观看量突破10W人次。

#### 权威背书：

苏州新闻、苏州日报、引力播等媒体报道，累计覆盖受众超100万人次





## 触达数及转化率（20分）

触达人数：

线上线下总触达超120万人次；

转化率：

活动期间街区客流同比提升45%，新客占比达28%；带动周边商户销售额增长22%





## 营收增长 ( 30分 )

《自在穿梭 DRIVE-IN》不仅是一场活动，更是一次“商业+文化+城市”的共振实验。活动通过引爆短期流量、重塑街区生态、辐射城市经济的三重效应，将师惠邻里中心从“社区商业体”升级为“潮流文化枢纽”，实现从单点营收到全域价值的跃迁，为城市更新与商业创新提供了教科书级范本。

### 1. 直接商业收益爆发式增长,单日营收峰值突破：

**餐饮类商户：活动期间单日营收最高达 58万元（同比提升22%）；**

### 2. 街区商业生态的长期升级

**招商吸引力倍增：活动后街区新增 6家品牌入驻（含复古买手店、独立设计师工作室），招商咨询量同比增长200%，租金溢价空间达 25%；**

**目的地商业心智固化：百度地图“师惠邻里中心”搜索量飙升180%，高德“苏州时尚打卡地”标签关联度提升90%；**  
**常态化运营延伸：衍生“周末市集”常态化项目，月度商户平均营收稳定增长 18%。**

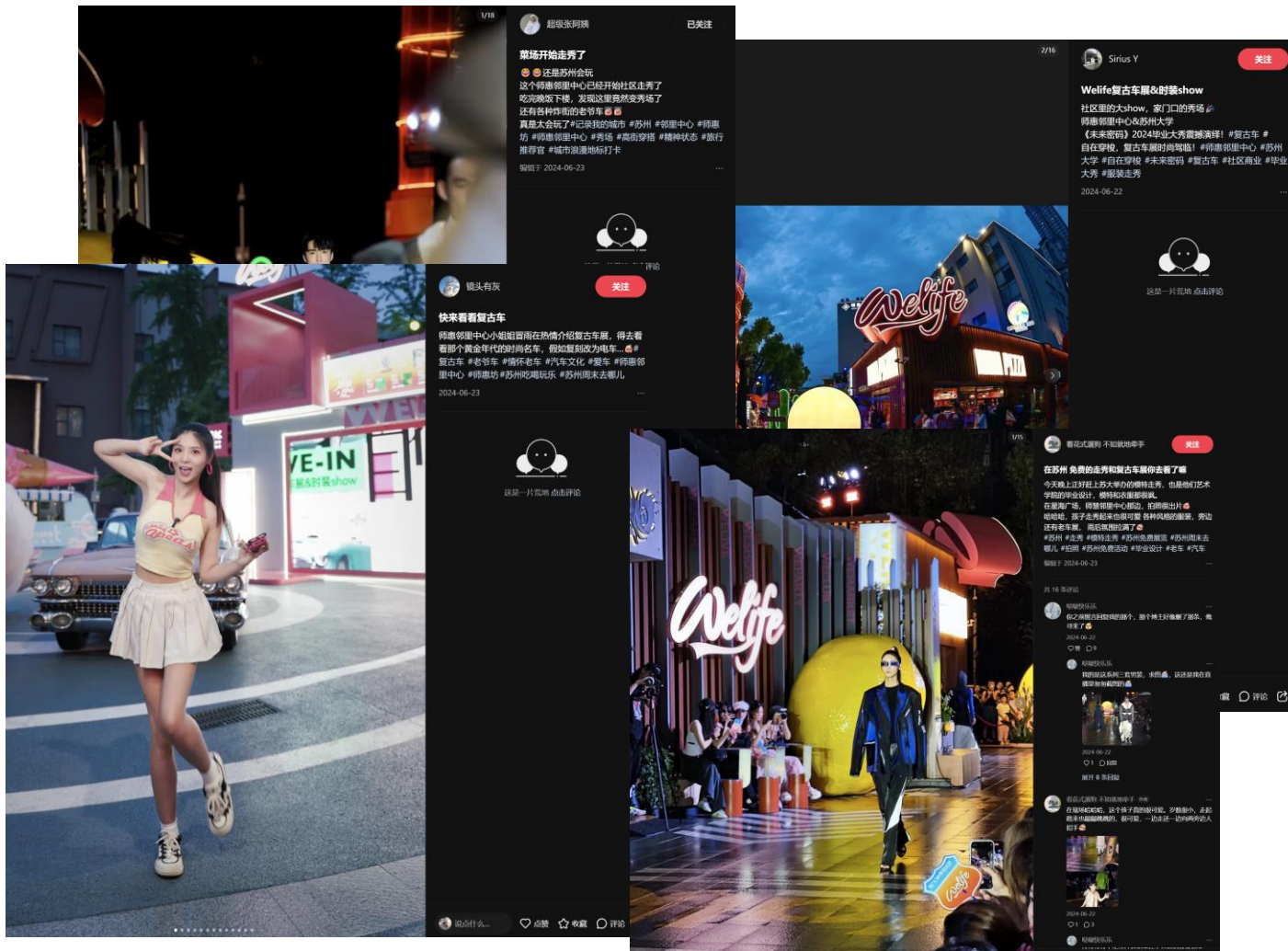
## 其他正向营销数据（15分）

用户心智建立：

对来访客人调查表示：78%参与者认为“活动让街区更有活力”，65%表示“未来会优先选择师惠邻里中心作为周末目的地”；90%商户反馈“客流量与品牌曝光显著提升”。

社交裂变：

复古穿搭打卡区参与超3000人次，用户UGC内容传播量达8W+；





案例补充说明，高清视频可用申报资料包内的视频文件

