



GOLDEN WINGS

金翼大赛

实效营销赛道

案例名称		2024年福州烟台山商业漫步街区“有龙则灵”新春特别企划
参与方	申报企业	福州市万德弗商业管理有限公司
	应用企业	福州市万德弗商业管理有限公司
申报奖项类别		实效营销赛道
案例核心要素		在地文化、民俗复兴、互动体验
应用企业推荐语		在地基因铸就商脉新生，民俗复兴引爆新春商业活力。

案例简述及辅助证明

①美陈：[大尾灯龙]艺术装置



在地创作、环保年概念、龙年文化

②美陈：新春氛围



统一调性的年味延续

③美陈：女孩二创



时尚IP春节换装

④ SP：龙贸市集



新春外摆，商业街变市集

⑤PR：游龙巡山



开启游神话题热度，
全员上央视。

⑥PR：迎财神



特色民俗活动新面貌

活动以大尾灯龙为内核，通过非遗灯笼将千年海丝文化脉络。通过“文化打卡动线+限时主题消费”模式，形成“城市文化IP+商业集群”的共生生态，全网传播量突破1.8亿次，客流增长73.2%，销售增长，成功塑造“商文旅融合”的标杆案例。

新春活动官媒报道专项攻坚！

本次新春期间，以《大尾灯龙》艺术装置为核心，联动商户举办烟山年货节。吸引众多媒体共同报道，**传播量1.8亿**。获得如央视CCTV4《传奇中国年》、CCTV13《共同关注》、福建国际传播外宣频道facebook、Twitter等多轮报道...



小红书为热点主阵地，#福州烟台山#话题热度↑

品牌方合作话题有助热度提升，素人也已形成带标签习惯。

• 小红书：

《烟台山新春攻略》流量破万，旅游媒体自主转发。

#福州烟台山#话题曝光增长1300万，易烊千玺活动流量加持明显。

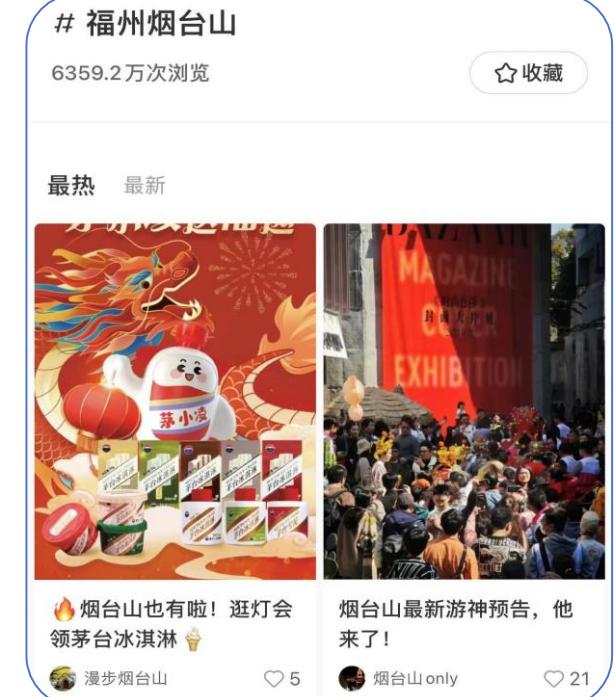
- **抖音**：春节活动屠榜热门榜前4名，逛吃热门榜第1名
- **视频号**：春节期间总曝光5.1万，央视视频热度高；
- **公众号**：春节期间总曝光量2.05万。

#烟台山游神

#福州春节好去处

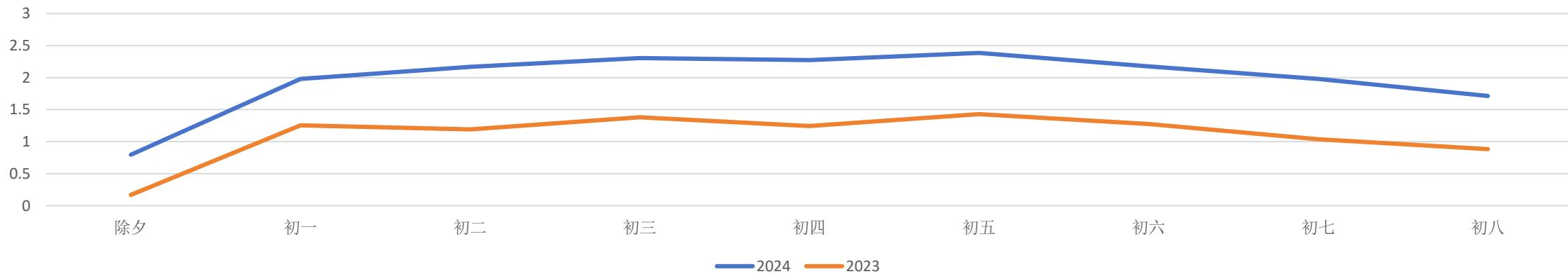
#大尾灯龙

#烟台山烟花秀



触达率及转化率 (20分)

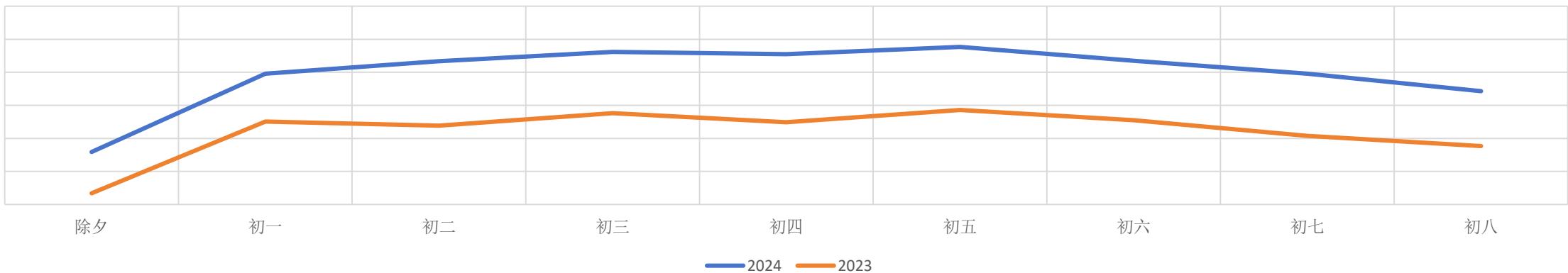
客流密度 (人/m ²)										
	除夕	初一	初二	初三	初四	初五	初六	初七	初八	日均
	2月9日	2月10日	2月11日	2月12日	2月13日	2月14日	2月15日	2月16日	2月17日	
2024	0.79	1.98	2.17	2.31	2.27	2.38	2.18	1.98	1.71	1.97
2023	0.17	1.25	1.19	1.38	1.25	1.43	1.28	1.04	0.88	1.10
同比提升	366.28%	57.90%	81.76%	67.16%	82.47%	66.98%	70.40%	91.03%	93.76%	80.13%



客流量：自烟台山商业漫步街区开业，经过一年沉淀，品质及知名度得到显著提升。本次春节期间，大尾灯龙、游龙巡山等活动吸引央视等主流媒体关注，影响力扩散至全国，除本地消费者外，吸引了全国各地游客，整体客流量得到爆发，**整体客流提升73.2%。**

营收增长 (30分)

销售同比情况										
	除夕	初一	初二	初三	初四	初五	初六	初七	初八	合计
同比增长	123.33%	120.56%	150.96%	119.81%	112.18%	129.64%	139.48%	89.99%	141.74%	124.75%



销售额：经历商管持续宣贯及活动预热，2024年春节期间，商户准备充分，货品库存充足，翻台率提升明显，实现春节由淡季转换为旺季的变化，**整体销售额提升124.75%。**

其他正向营销数据 (15分)

事项 (以下维度可调整)	重点数据
费用投入	费销比: 1: 49.93 费客比: 1: 5.21 传播千人成本: 0.0028元/千人
媒体影响	吸引央视两次报道, 省市媒体主动报道, 自媒体曝光量超8000万次, 亮灯当天, 相关词条霸榜抖音同城榜前五条。
异业联动	吸引行业top资源联动, 联动时尚芭莎进行IP形象“芭莎女孩”二创、联动“顶尖文案”开展有意思报活动等