



Top
Mobile
Awards

同里古镇360°景区声态体验

- ◆ 广告主：同里古镇
- ◆ 所属行业：旅游地产
- ◆ 执行时间：2016.2~至今
- ◆ 参选类别：互动体验类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

同里古镇需求

【年轻化】

同里古镇在消费者心中一直是个古香古色、温文尔雅的形象，与新生代的年轻人存在代沟，难以引发其关注。

得年轻者得天下，打造景区声音传播新形式，希望消费者通过节目有亲临同里的感觉，使景区形象年轻化。

同里古镇需求

【有声化】

景区有海量的图片与文字信息，如何让这些图文信息更加灵动有感情，让整个景区充满诗情画意。

面对江浙其他古镇的竞争，同里古镇迫切需要通过实现景区的有声化，以区隔其他景点，打造独具声色的景区IP。



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

洞察&策略

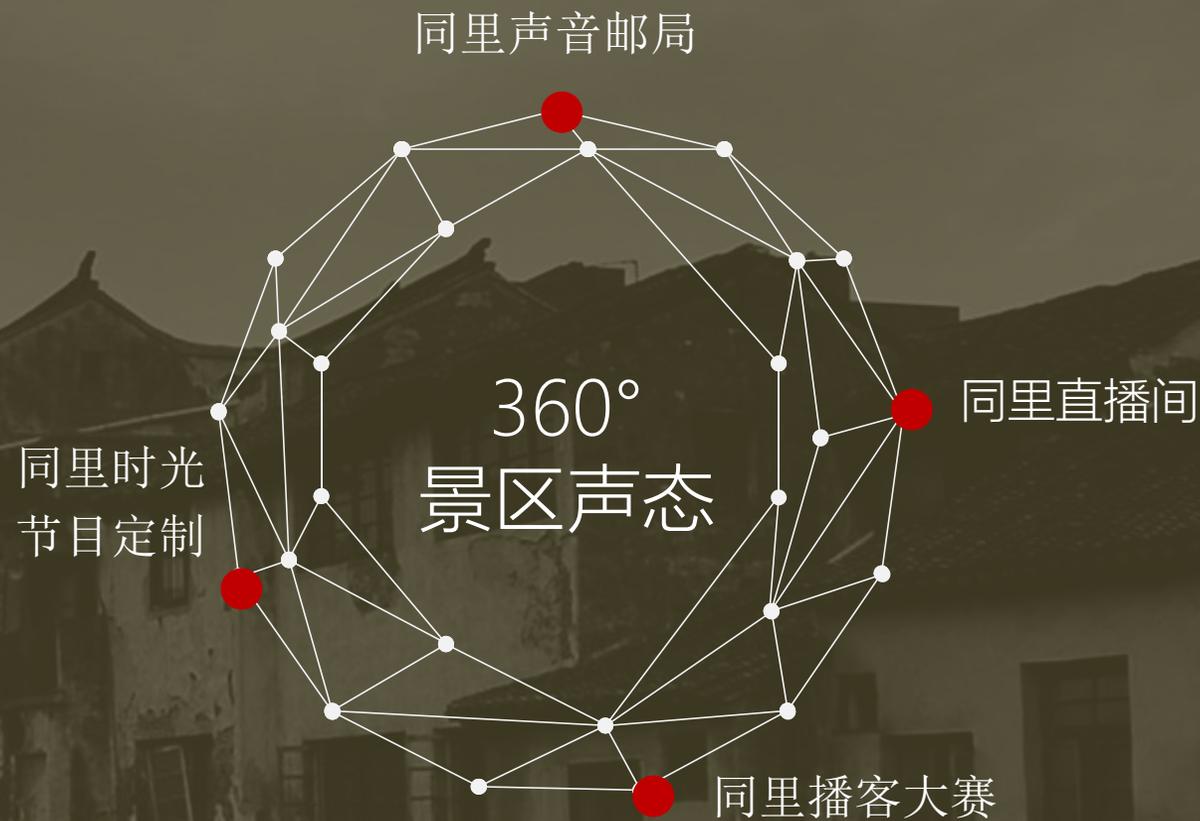


- 使形象更立体与饱满
- 景区更有情感与温度
- 更让引发年轻人的共鸣

洞察&策略

全新声音营销 景区360°声音生态圈

荔枝FM为同里古镇打造景区声音360°音频生态圈生态圈，包括利用SVR技术的品牌节目定制，声音O2O互动形式声音邮局及同里声音代言人选拔——同里播客大赛等线上线下联动，进一步奠定了“同里自然有故事”品牌内涵在消费者心中的位置。





Top
Mobile
Awards

媒介&执行

1、品牌定制节目



荔枝FM为同里古镇独家打造《同里时光》品牌播客，主要围绕同里的美景，人物，美食，民俗风情进行创作，打造品牌声音名片。

- 节目总曝光超过**5000万**，完成KPI**218.5%**
- 八期节目上线播放量累计超过**100万**

《同里时光》

《同里时光》美文赏析。千年文脉，细细品读。

《同里自然有故事》

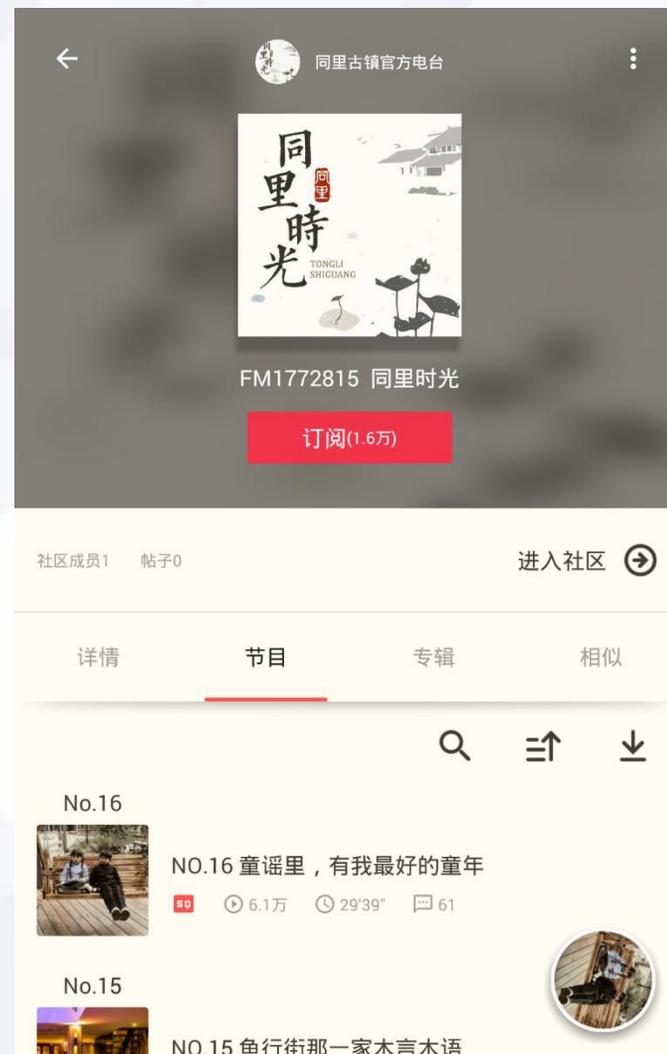
发生在同里的点点滴滴的动人故事。

《同里速递》

同里的奇闻趣事、最新的动态活动，说出来的精彩，听起来的欢乐。

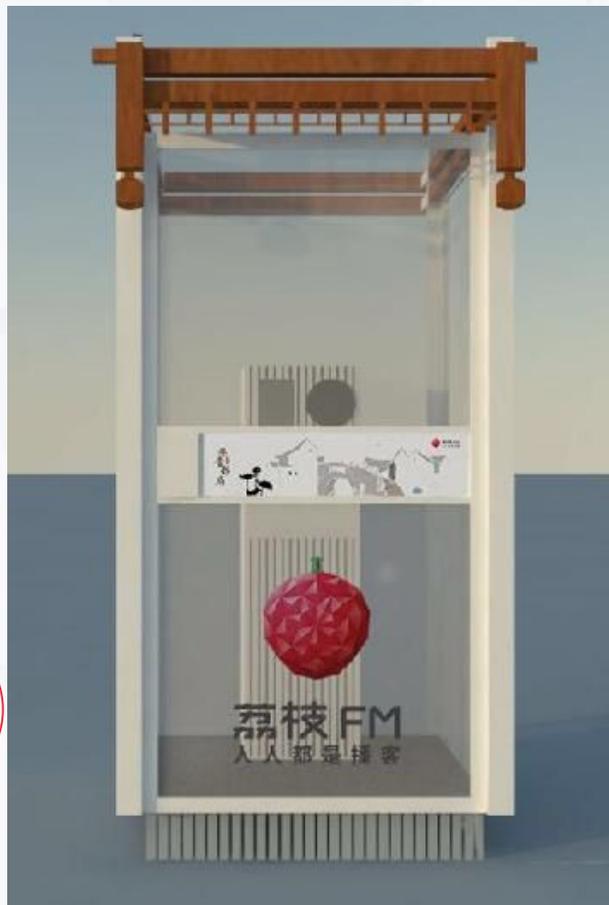
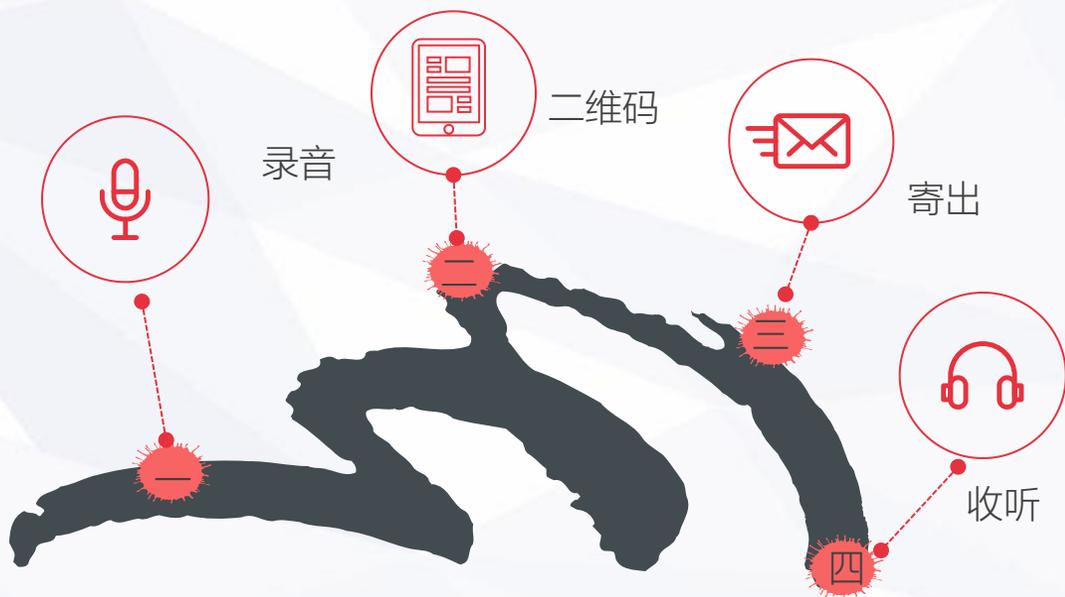
《同里之声》

加入同里现场采集声音，将特色元素符号化。



2、声音邮局

在线下搭建造型类似电话亭的声音邮局，用户可以在邮局内进行录音并选择打印成带二维码的明信片或选择线上投稿至专题。



声音邮局录音室



二维码声音明信片

2、声音邮局——使用流程



扫描二维码



马上体验



微信支付



开始录音



倒计时



正在录音



打印确认



正在打印



打印成功



扫码收听

3、同里播客大赛



从陌生到熟悉
从未知到向往
同里与消费者的距离被无限拉近。

面对全站用户征集用户与同里之间发生的故事，用户上传自己亲身发生在同里的故事或虚构自己发生在同里的故事，并向同里官方播客投稿，优胜者可获得同里旅游机会。

4、同里荔枝FM直播间

游客通过专业的录音设备录制节目，当主播。游客体会声音的魅力，激发游客的创作欲。成为《同里时光》节目丰富的内容来源，使节目内容更加多样化、更具感染力。



4、同里荔枝FM直播间——主播招聘



“一个活在诗与远方的机会”直播间主播招聘H5，在朋友圈中刷屏，引发广泛传播

招募美女人气主播正是入住荔枝FM同里直播间，引发景区轰动，制造新一轮的话题传播



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

项目效果



声音邮局

荔枝FM X 同里古镇，全国**第一个**景区声音邮局。



- 创新声音二维码+明信片技术，实现游客自发传播及口碑效应，有效提高了同里古镇的知名度；
- 声音邮局+古镇情景匹配，有效强化了古镇文艺特质，并吸引了年轻人群的关注；
- 声音明信片自推出以来广受游客青睐，后续有可观的盈利预期。

项目效果



节目定制

同里时光节目定制

节目总曝光超过5000万，完成KPI 218.5%

同里时光八期节目上线播放量累计超过100万



同里播客大赛

同里播客大赛

收到参赛节目245个，专题播放量达28万，



同里直播间

同里直播间

线下线上打通，景区体验当主播；招募女主播
形成社会话题，获得事件级传播。

项目效果

双方达成长期战略合作，进一步实现景区360°声态



荔枝FM年轻的播客社群，使同里古镇实现了年轻化，使景区的魅力有图像延展到声音，从线下传播扩充到线上传播。

系列推广活动受到了同里古镇的高度认可，同里古镇与荔枝FM达成长期战略合作，进一步的完善与构建景区360°声态。