



新西兰旅游局

三域享受 · 五感呵护

2022 TRIPADVISOR TRAVEL AWARDS

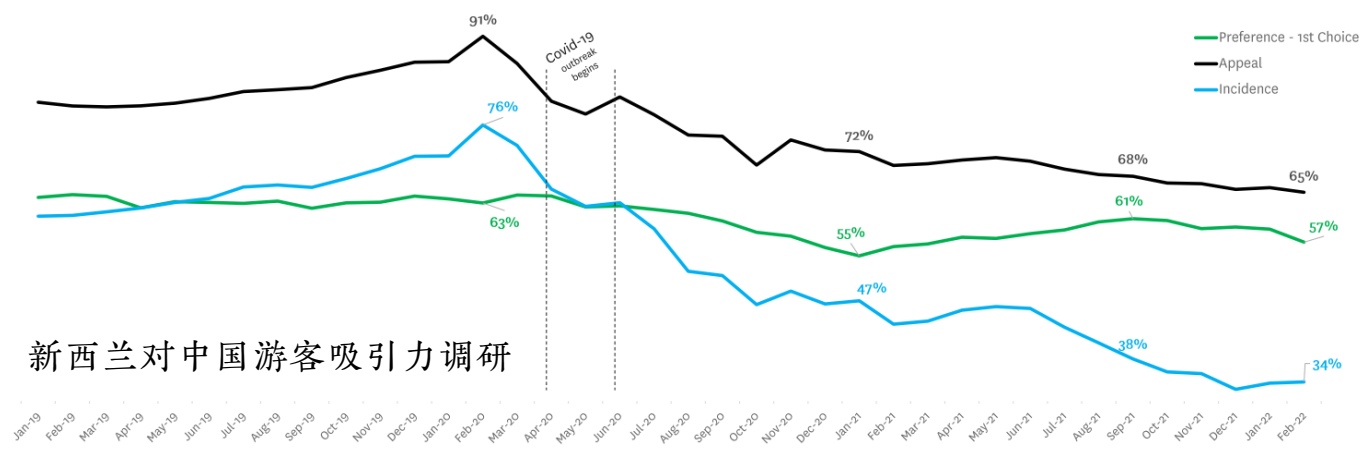
100% PURE

营销背景

2019疫情突来-2022升级持续-出境游行业·持续寒冬

中国-新西兰旅游业最重要的市场之一 疫情反复+持续闭关·人们正逐渐忘记新西兰

人们对新西兰的出行意愿明显降低



新西兰对中国游客吸引力调研

新西兰主要TA 均受困于疫情



营销目标

种草下一站，新西兰等你

唤醒新西兰TA，静待开放国门后出境游第一站

精准曝光

找到适合的沟通场景，
精准沟通

渗透心智

待疫情恢复后，出境游首
选新西兰。

有效引流

为新西兰官网及小程序引流

用户洞察

我们采访了北京、上海的新西兰旅游潜在TA

高潜TA · 足不出户中最渴望出境旅游

三年漫长静默·疫情后最期待海岛森林美味·都在新西兰

想带着小朋友去海边~
带父母尝尝国外的美食

太想出去玩啦！
现在每天核酸居家两点一线

疫情后
最想做什么

出去旅游！最好是出国游
上一次出去玩还是19年啦

立刻一个蜜月！居家办公和
每天核酸，生活没快乐啦！

今年的一线城市用户，生活的场景大同小异

居家琐碎+出门核酸·无限循环

生活只剩下足不出户的疲惫



远程
办公



核酸
检查



宅家
琐碎

远程办公

↓
电脑终端

电脑终端 × 微软系统
工作场景捕获TA注意力

核酸检测

↓
智能手机

手机=身份证的日子里
每一次亮屏都有小米手机陪伴

宅家琐碎

↓
智能电视

大屏占领客厅C位
疫情居家下的家庭第一入口

媒介洞察

生活琐碎中 · 全域陪伴用户 小米成为最忠实全场景媒介

小米智能硬件生态，7*24小时忠实陪伴用户各个生活场景

2022 EFFIE PERFORMANCE MARKETING AWARDS

内容策略

100% PURE

唤醒五感 · 一起感受新西兰

通过“听觉”、“味觉”、“视觉”、“触觉”、“嗅觉”五大维度，展现新西兰的多面魅力及文化。

【在新西兰能听到什么？】

心动之声·不绝于耳

【新西兰有什么好吃的？】

鲜美滋味·大块朵颐

【新西兰出大片的地方是哪儿？】

风光无限·尽收眼底

【新西兰有什么触手可及的体验？】

心驰神往·触手可及

【新西兰散发着哪些独特信息？】

迷人气息·一秒沉浸



听觉



味觉



视觉



触觉



嗅觉

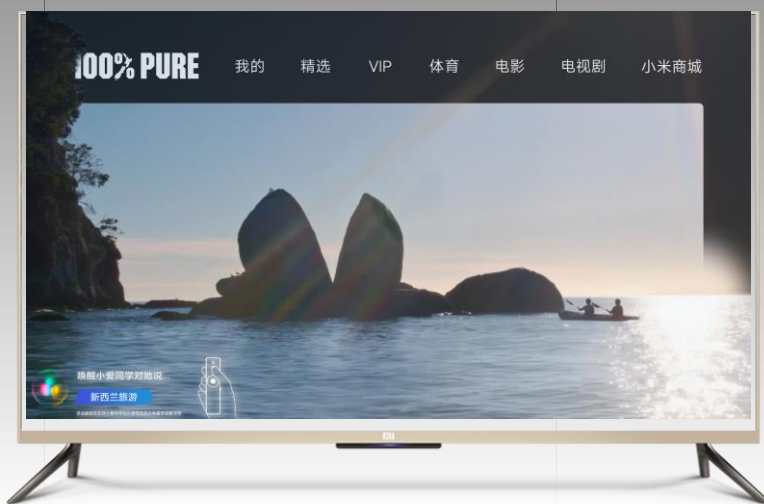


媒介策略

100% PURE

围绕疫情下用户高频三大场景，展开一场沉浸式抚慰式传播，“身未动，心已远”科技云游新西兰

新西兰约定你 · 全场景五感式营销



执行亮点一·工作场景

焦灼工作时·新西兰的美好风景全程陪伴

【开机第一眼】

输入密码

【进入桌面】

长时间工作

【温馨提醒】

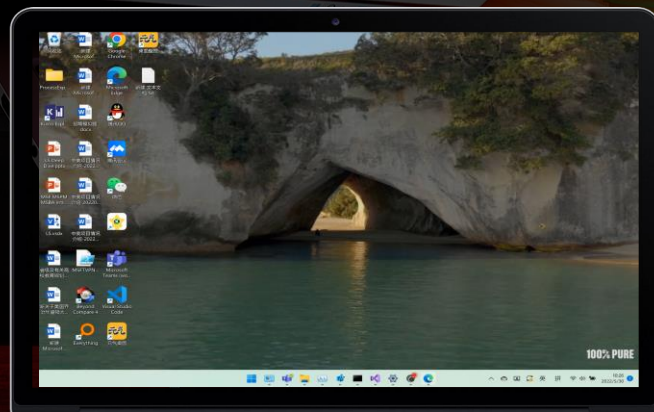
开机第一眼纯净世界

桌面纯美高频陪伴工作

连续工作2h温馨提醒



动态锁屏画报



动态高清桌面



动态push提醒

微软生态首次开放，以美好风景，为用户和品牌建立联结

执行亮点一·工作场景

新西兰美好五感画面·系统级动态轮播



动态呈现新西兰美景, 点击桌面直达品牌官网, 探索更多五感美好

执行亮点二·宅家场景

居家琐碎中·每一次开机都有**五感3D沉浸**的眼前一亮



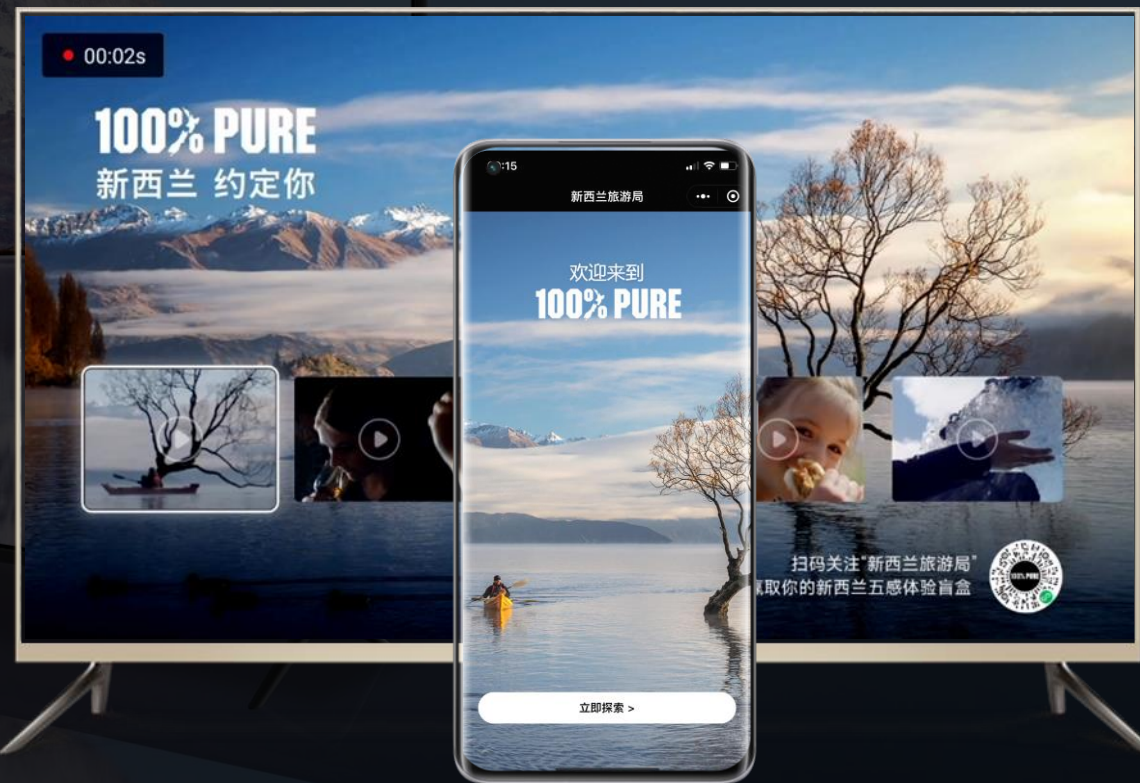
【创意开机】裸眼3D呈现新西兰五感美妙

执行亮点二·宅家场景

AI语音+双屏交互·MI生态让新西兰五感美好无界限

语音呼唤“新西兰旅游”，直达新西兰品牌号

【五感视频精彩呈现，大屏扫码直达小屏交互】



执行亮点三·移动场景

手机=身份证的日子·每一次亮屏都充满希望和期待

【触觉】



【听觉】



【视觉】



【嗅觉】



【味觉】



【小米手机开屏联投】五感动态视频沉浸美好展示，一步直达品牌小程序

执行亮点四·立体化大数据精准

大数据精准三维升级·立体+智能+动态

触达变成服务 美好精准陪伴



从精准用户，到具象场景和行为偏好，让精准更贴心，陪伴更专注

传播 · 效果

100% PURE | xiaomi

全场景超级流量 · 五感沉浸

小米手机 + 小米OTT + 小米电脑 & 微软系统 · 三端协同创意曝光 + 跨屏互动

1

精准曝光

90,000,000

2

点击互动

12,000,000

3

有效引流

5,000,000

投放周期：2022/5/20-2022/6/16；数据来源：小米后台数据、微软后台数据

投后调研

Miaozhen
Systems

强精准渗透心智 · 种草下一站

01 精准锁定潜在新西兰旅游TA

【工作属性】

70%

企业事业单位
专业人士占比超7成

【收入水平】

20K

(均) 个人月收入超2W
家庭月收入约4W

【消费水平】

1.7K

平均家庭月消费额
超过1.7万元

02 沉浸渗透TA种草下一站新西兰旅游

【广告喜好度】 【广告驱动效果】 【广告观看体验】

90%

看过广告对新西兰旅游
产生喜好的用户占比

98%

看完广告后主动搜索
品牌信息的用户占比

>80%

观看广告使心情更愉悦
的受众比例



案例分析

美好陪伴五感沉浸 · 种草下一站新西兰之行

1 智能生态 · 微软联动

微软生态系统**首次开放**
覆盖办公场景，为品牌和用户建立联结

2 行业破局 · 逆势反哺

旅游业**疫情逆势而上**破局营销
用美好陪伴拓展行业营销新思路

3 全域场景 · 渗透陪伴

电视+手机+电脑 **破局生态携手**
用未来美好陪伴当下困境



新西兰旅游局

三域享受 · 五感呵护

100% PURE