

# 逆行 广东旅 控 奋进 2020

## PART 3

### 直播2020

---

新冠肺炎疫情使传统旅游企业广东旅控集团的经营面临严峻挑战，在企业生死存亡的危难关头，广东旅控集团党委审时度势，迅速转变思路，抓住数字化新媒体营销机遇，启动直播带货，开展生产自救。为把握直播风口，集团从零开始，以自有团队为主，借助知名嘉宾主持加持，在携程、抖音、小程序、东悦游直播等平台公域、私域流量并用，开展系列直播活动。

---

---

对于一家传统旅游企业而言，疫情冲击来势凶猛，但这未尝不是一次企业自我救赎的契机。集团党委书记、董事长车持强多次表示，作为广东省属旅游国企的广东旅控集团，必须主动担当，率先作为，要主动拥抱趋势，主动适应时代变化、应对市场挑战。在开展经营自救的同时，通过直播带货在特殊时期推动旅游市场加速恢复，增强旅游消费信心是我们的应尽责任。集团总经理黄细花，亲自策划多场直播活动，要求各企业要把握直播营销的风口和 market 发展趋势，加快行动步伐，要求企业负责人要身先士卒，走上前台，积极走到台前参与直播。集团总会计师罗乾国亲自统筹协调各项直播活动，要求企业坚持思维转变、产品转型、渠道转向，抱团取暖，共克难关，共赢发展。集团通过直播这个“小切口”发挥各板块的协同效应，不仅传播集团的价值理念，强化企业的品牌形象，也开拓了一个重要的线上销售渠道，帮助集团企业迅速恢复生产、也一直激励着全体旅控员工全力以赴生产自救，逆势飞扬共克时艰。





## “疫去春来，粤游粤精彩”

“疫去春来，粤游粤精彩”，直播首秀大练兵

**集**团首轮系统性直播是参加4月11日，由广东省文化和旅游厅组织，广东酒店行业协会、广东省旅行社行业协会、YY一件直播等单位联合发起的“疫去春来，粤游粤精彩”直播活动。集团旗下白天鹅宾馆、白云宾馆、亚洲国际大酒店、华夏大酒店、天河华夏商务酒店、广东迎宾馆、广东温泉宾馆、白云湖畔酒店、广东胜利宾馆、广东御临门温泉度假村等10家酒店参加直播。本次直播由4月11日持续至4月30日，10家酒店企业共直播48场、累计订单2895件、累积营业额62.32万元。这次直播是集团大部分企业的首播首秀，虽然营业额不高，但使企业直播团队了解了直播流程、知道了选品技巧、适应了镜头前的感觉，也体会到了直播的喜悦。



## “广东有诚意, 暖心游羊城”

举办“广东有诚意, 暖心游羊城”直播活动, 创新“云直播+旅游+带货”模式, 为传统旅游拓展线上体验、渠道, 促进全省旅游目的地转型升级起到了示范作用

为 推进疫情后复工复产工作, 提振旅游市场信心, 推广集团酒店企业和广东中旅品牌, 提早谋划疫情后广州乃至广东区域文旅市场的复苏工作, 广东旅控集团响应省文旅厅“广东人游广东”的号召, 于4月25日晚举办“广东有诚意, 暖心游羊城”大型直播活动。该直播活动邀请省文旅厅作为指导单位, 由腾讯大粤网和广东广电珠江经济台作为承办单位, 广东航运集团、广州塔和广东交响乐团作为支持单位。本次活动以“云直播+旅游+带货”的创新模式, 邀请广东广电知名主持人和腾讯主播对广州文化、美食、风光及旅游产品进行介

绍, 对参与直播的各企业进行品牌推广, 通过全方位的旅游推荐和巨惠活动回馈广大消费者, 为文旅市场促消促旅打入一剂强心针, 全面助力疫情期间广东文化旅游市场的复苏和发展。本次直播活动历时2个半小时, 共吸引130万人观看。同步利用广州塔塔身广告、人民日报、腾讯新闻等综合渠道持续宣传, 有效提升了集团品牌知名度, 有效提振了旅游消费信心, 有效激发了广东人游广州、广东人游广东的消费需求。本次直播带货23款, 截至直播结束成交额近百万元, 其中成交额前三名为白天鹅宾馆、御临门度假村、胜利宾馆。



## “让世界爱上广东味”

举办全国人大代表齐带货，“让世界爱上广东味”系列活动，打造旅控直播品牌



**作** 为市场主体的国有企业，广东旅控集团在主动拥抱趋势，主动适应时代的变化、应对市场的挑战，举办了全国人大代表齐带货，“让世界爱上广东味”系列活动，直播活动历经8站，在开展经营自救的同时，助力推动乡村振兴和脱贫攻坚。

**第一站：白天鹅宾馆、湛江徐闻。**5月17日，广东旅控、广东农垦联合举办了全国人大代表、党的十九大代表参与的“让世界爱上广东味”直播活动，十个直播平台同步直播，截至当晚7时，吸引了100多万人次在线观看，实现成交额105万元。



**第二站：白云宾馆、清远。**6月7日下午，全国人大代表为文旅行业复苏带货直播，集团“让世界爱上广东味”第二站，白云宾馆、清远、西藏林芝联动，吸引22.17万人次在线观看，实现营收60万元。



**第三站：韶关新丰。**6月11日，广东旅控集团、韶关新丰联合举办文旅农带货直播，参与广东省文旅厅与韶关市人民政府联合主办2020年“文化与自然遗产日”非遗宣传展示广东主会场暨“全域旅游在行动·广东人游广东”健康出行季系列活动。韶关新丰直播吸引近10万人次观看，实现营收近26万元。

**第四站：韶关丹霞山。**6月13日，广东旅控集团在韶关丹霞山，4名全国人大代表联袂上阵，以“旅游+直播”的特色方式，助力“全域旅游在行动·广东人游广东”健康出行季系列活动。韶关丹霞山直播吸引7万人次观看，实现营收56万元。



**第五站：华夏大酒店、惠州、河源。**6月20日，6名全国人大代表参与广州、惠州、河源联动直播带货，由华夏大酒店、御临门、惠州联合为广东文旅“走上云端”助力，吸引34万多人实时在线围观，实现成交额30多万元。



**第六站：惠州。**7月26日，由广东中旅与非凡农业合作社联合举办，龙门县人大代表、村干部齐带货，让世界爱上广东味，聚焦脱贫攻坚决胜期，助力岭南农产品营销推广，帮助受疫情影响的农户尽快复工复产，打开销路，为广东脱贫攻坚、乡村振兴，实现全面小康贡献广东旅控力量。本次直播观看人次3109人，线上成交额34259元。



**第七站：湖南怀化。**8月1日，广东中旅响应东西部扶贫助农，集团联合供港供澳的菜篮子工程，推出怀化芷江高山锦绣芷江黄桃。湖南怀化芷江全国人大代表、县长参与直播，粤湘两地直播团队携手推动黄桃等特产销售，促进消费扶贫，助力脱贫攻坚。本次直播观看人次达2.9万人，线上成交额56690元，销售怀化锦绣黄桃2200斤。



**第八站：宁夏银川、亚洲国际大酒店。**8月23日，广东旅控集团、宁夏自治区文旅厅联合举办的“宁粤双城记·文旅直播嘉年华”在银川和广东亚洲国际大酒店同步举行。全国人大代表、企业和文艺界代表倾力加持，为粤宁两地特色文旅农产品代言。本次直播吸引60多万人次观看，成交额达50多万元。

集团随波逐浪，主动出击，守正出奇，通过直播提振消费信心，成功打造了“代表带货”和“三胖探店”等创新IP，联合湛江、韶关、清远、惠州、西藏林芝等地农业和文旅企业，为脱贫攻坚做出了贡献。特别可贵的是，集团总经理黄细花女士身为四届全国人大代表，率先垂范，不辞劳苦，带头直播带货，乘风破浪的花姐，给旅控带来了一股新风。在她的影响下，班子成员纷纷跟随带货，涌现了众多的直播网红，也发现了许多有潜力的后浪和斜杠青年。

# 广东旅控直播电商月

旅控直播电商月，BOSS齐带货

为进一步提升集团酒店企业线上销售能力，更广泛推广旅控及酒店企业品牌和产品，助力广东文旅行业复苏和决战决胜脱贫攻坚，在6月18号电商节来临之际，集团正式启动“旅控直播电商月，BOSS齐带货”活动，从6月中下旬开始每晚8:00至10:00，集团酒店及相关企业开展直播带货活动，要求集团企业，把握直播营销的风口和市场发展趋势，加快行动步伐；企业负责人要身

先士卒，走上前台，积极参与“BOSS齐带货”活动；做好做细直播活动策划和产品设计，讲好酒店企业故事，提高直播转化率；结合企业实际，发挥各自优势，全力做好文旅扶贫。本次BOSS齐带货活动，集团领导倾情参与各联系企业的直播，集团企业各尽所能，发挥自身优势，全力投入取得了较好的经济效益和社会效益，累计实现营收近500多万元。





## “抖in西关，月饼推介会”

创新月饼推广形式，组织举办“抖in西关，月饼推介会”



让 省内外消费者爱上广东味的同时，推动跨省游，促进省内外客源互动，拉动外省客人游广东，7月28日，集团联合抖音打造“抖in西关，月饼推介会”。本次推介会是白天鹅酒店集团首次联合各酒店和主流融媒体共同举办，并采用时下流行的短视频传播形式与沉浸式体验方式，既推介广式月饼，同时传播广府文化、广东美食。“抖in西关”美好之夜西关风情品鉴会弥漫着浓厚的岭南中秋氛围，与会嘉宾身着西关风情服饰，现场观摩传统月饼制作过程，欣赏广彩与广绣等非遗节目、特色茶艺表演和古筝演奏，体验地道西关文化。96后原创女歌手阿细，在现场与嘉宾亲切互动，将气氛带至高潮。月饼品鉴会现场，白天鹅酒店集团旗下各酒店展出50多种经典广式月饼、新潮水果月饼、养生四宝月饼等。

本次推介会吸引省内外50家大型经销商到场，珠江电视台、“东悦游”小程序、“粤食家”抖音号同步直播，羊城晚报、广州日报、南方日报、南方都市报、信息时报等十几家传统媒体及新媒体同步报道，并开通“广东旅控集团”抖音号，借助抖音的持续传播，吸引广大粉丝关注，实现品牌推广与经济效益双丰收。







## 我们的“双十一”

数字复苏，“双十一”直播月助力企业逆风新生

面对疫情的常态化，集团做到“齐协作、多种草、猛打粮”，抱团取暖，发挥协同效应，始终坚持开放心态尝试各种营销工具，有针对性地选取平台和渠道，找准营销节奏，做到特殊时点的营销大庆和日常营销的协同互促。为利用好“双十一”电商大庆，助力集团各企业在品牌宣传和

交易达成上取得佳绩，10月22日下午，集团召开专题会议，策划并部署集团“双十一”直播电商月活动。在“双十一”直播月期间，酒店企业、中旅社、出版社等14家企业积极参与，全员促销，各企业分别举办两场直播，本次直播月集团企业成交额超过1000万元，观看人次超过80万。





## 我们的“双十二”

常态化直播，抓住销售热点，策划开展“双十二”直播，全面开启旅控复苏之路

历经一年的洗礼与锻炼，集团各企业直播团队从零开始，从不会到会，从会到精，一路进取、一路成长。在11月份的电商工作总结会上，集团党委书记、董事长车持强指出，旅控集团的直播团队日趋成熟和专业，平台建设日渐完善，直播成效越来越明显。要求各单位继续重视数字化建设，助推企业转型升级，要抓紧补齐平台技术、流量内容等方面的短板，要加强内部合作，发挥协同

效应，促进可持续发展。当“双十二”电商营销热点到来之际，集团坚决贯彻“三转”，组织集团企业开展“双十二”直播，全面开启旅控复苏之路。

随着直播常态化，“双十二”直播参与企业积极探索并融入直播生态圈，未来将不断完善专业知识，不断打造直播团队，以尽善尽美的严格要求，以认真负责的专业态度在直播风口中乘势而起。