

传递生活的优雅与美好 >

世 | 纪 | 游 | 轮

2025世纪游轮暑期亲子季主题 活动项目服务要求

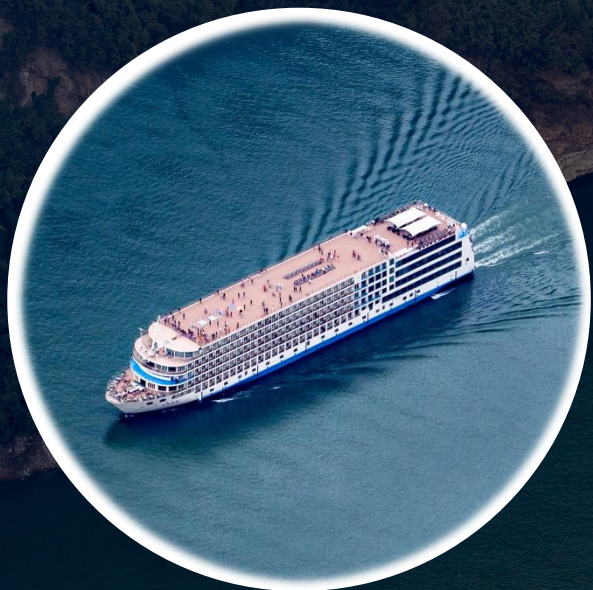
五星豪华游轮旗舰船队

FIVE STAR LUXURY CRUISE FLAGSHIP FLEET



目录

CONTENTS



01 项目服务要求

02 荣耀级游轮dp点位

03 神话级游轮dp点位

04 线下活动

扫码 VR查看游轮内部实景



1、2025暑期项目服务要求



1、活动时间：计划7.1-10.7，共约200个航次（含观光游轮56个航次）。

2、活动地点：游轮：**覆盖7艘游轮**（4艘荣耀级游轮：世纪远航、世纪绿洲、世纪凯歌、世纪荣耀；2艘神话级游轮：世纪神话、世纪传奇；1艘观光游轮：世纪江山如诗）

注：除每周四外，游轮日间停靠码头的时中（4小时左右），可安排此时间节点进行装卸和布置。

3、客群画像：暑期阶段需重点锚定高端亲子家庭和高消费退休人群。

4、活动概要：为布局高端亲子市场和品质银发市场，构建差异化壁垒，世纪游轮启动品牌升级战略，联合《中国国家地理》，以“探索自然人文的移动美学空间”为定位，线下打造游轮部分专项策划、主题场景美陈，提供在船游客（主要针对亲子家庭和银发群体）的互动体验活动。

5、活动要求：

（1）按要求线下打造游轮主题场景美陈（7艘），提供在船游客的互动体验活动。

（2）保证线下视觉美观有质感，不影响客人体验动线。

（3）要求线下体验活动互动性强，强满足高端亲子家庭互动需求，为线上宣传提供亮点、爆点。

6、资源嫁接：可联动高端亲子游学机构、品牌等，与主题活动有机结合。

备注：7艘游轮介绍请见“附件三：游轮资料”

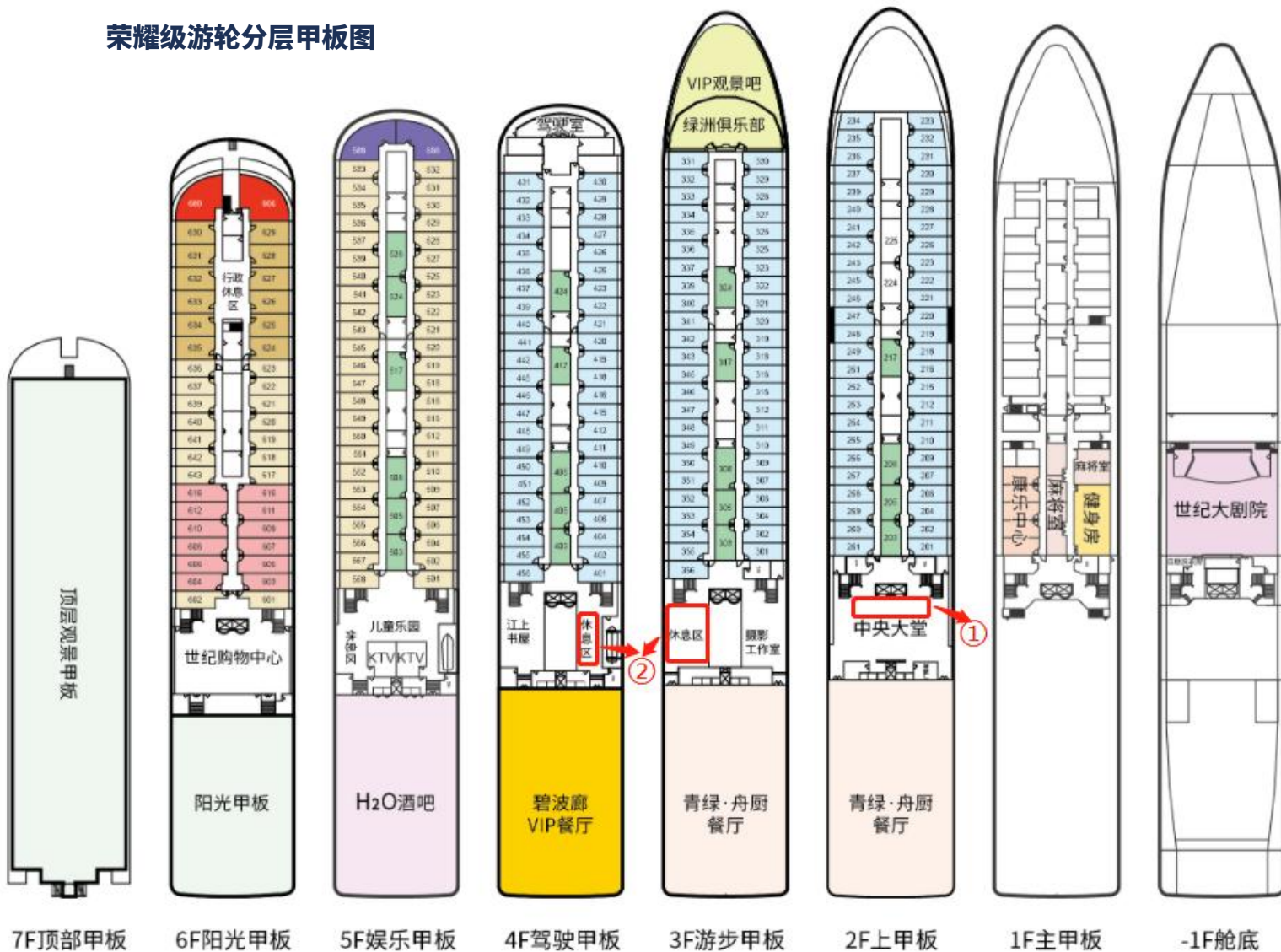


①荣耀级游轮一楼大厅 美陈点：5x3x2.5m



②荣耀级游轮体验点：3、4楼休息区

荣耀级游轮分层甲板图



3、神话级游轮可用DP点位（示意）



①神话传奇一楼大厅美陈点

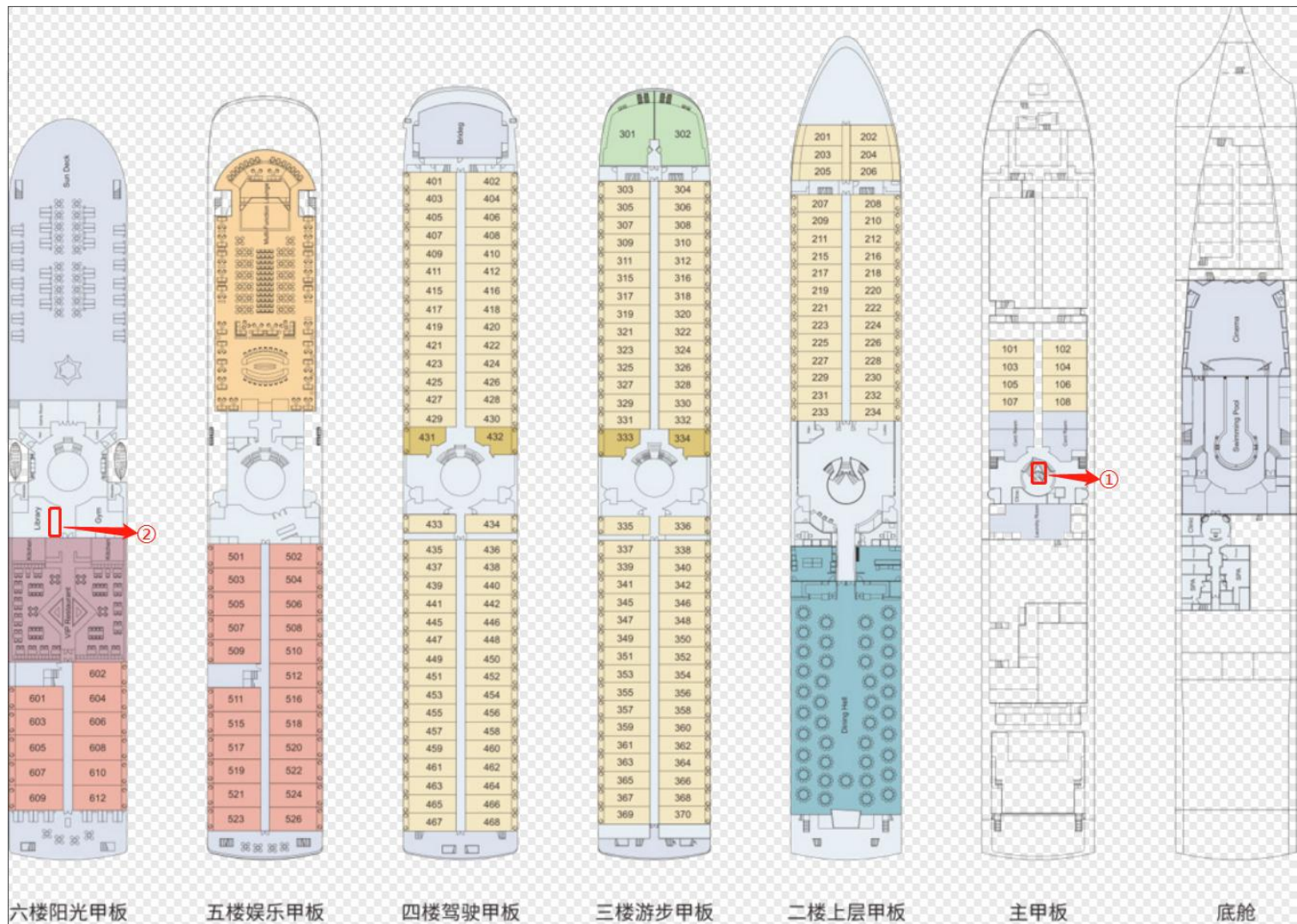
高度：2.5m

地面弧形区域：3.9x2.7m



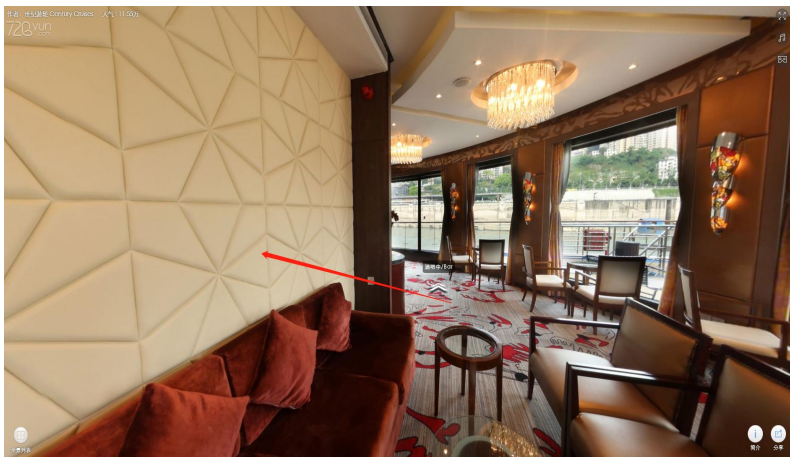
②神话传奇体验点：6楼阅览室

神话级游轮分层甲板图

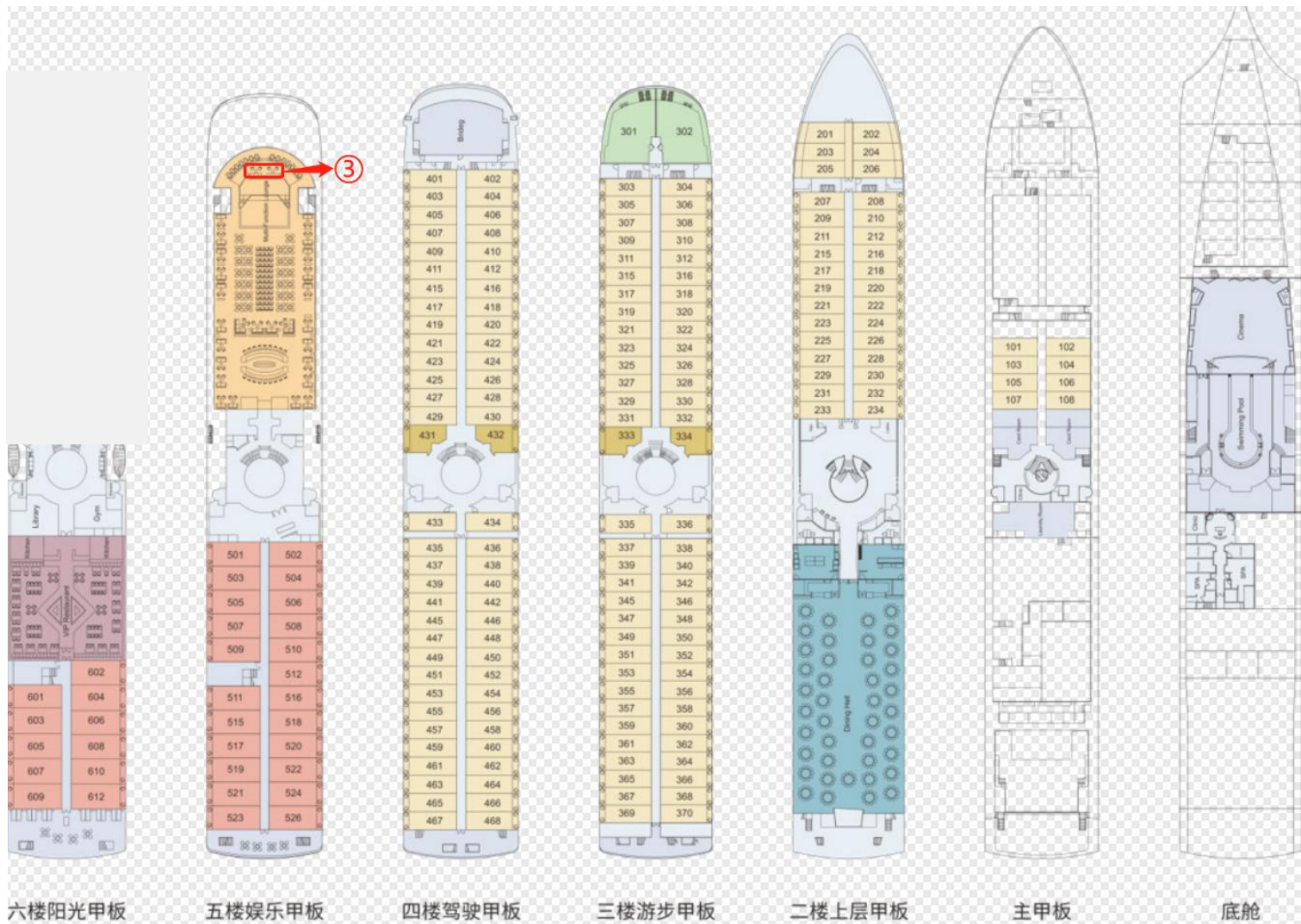


3、神话级游轮可用DP点位（示意）

神话级游轮分层甲板图



③美陈点：5F酒吧前部



4、线下活动-背景介绍

传播中国之美 第一影响力科学传媒

由中国科学院主管，
中国科学院地理科学与资源研究所·中国地理学会主办。

创刊75年，与科考一线保持紧密联系；
大批自然/人文地理专家作为杂志顾问，兼具独家性与权威性。

旗下《博物》杂志，
是国内第一本面向青少年的自然历史知识期刊。

以「博物学」为框架，
将生物、地理、天文、历史，谈笑间融于一炉。



杂志订阅量



100万

册 / 月

新媒体平台



1163万

小红书 75.3万

抖音 460.1万



400万+

哔哩哔哩 532.9万

(*以上均为粉丝数)



1311.7万



47.1万

4、线下活动-传播思路

策略层面：提高品牌知名度，高端化品牌形象，助力销售

执行层面：高质量内容产出，借势乘客打造口碑营销

中国国家地理

以科学+美学的视角，
发现长江流域极致之美的故事。

世纪游轮

创造高质量+高体验的内容，
持续引领中国内河豪华游轮发展。



社会趋势

结合时下社会情绪和喜好，
让消费者在高质量+高沉浸的
体验中建立与品牌的情感连接。

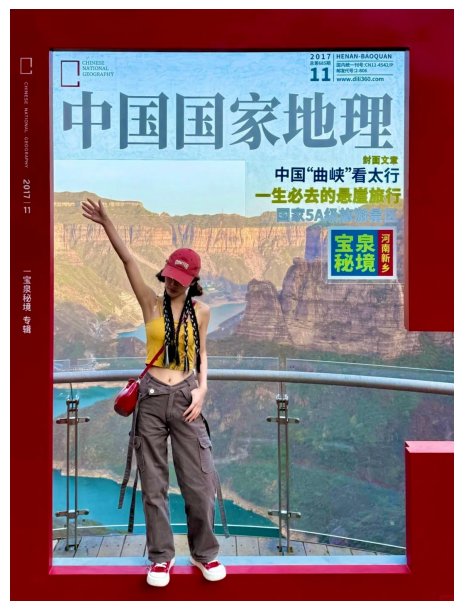
4、线下活动-定制红框装置

根据中国国家地理所提供的的设计文件，**制作并搭建中国国家地理标志红框**，打造船上打卡位。装置摆放位置需上船实地考察后**提供落地摆放方案**，要求布置美观，不遮挡客人体验动线，便于客人打卡拍照。

尺寸：2米6（高）X 1米84

数量：6个

注：除以上6个外，**第7个红框搭建费用需包含在方案报价中（第7个红框只搭建，不制作）。需考虑到如果放置在甲板，材质需要防水。**



4、线下活动-游轮摄影展

根据规定纸张工艺（**哈内姆勒Photo纸张**）进行制作打印，并**根据照片尺寸制作照片外框**。展览布置位置需上船实地考察后**提供落地布展方案**，要求布置美观，不遮挡客人体验动线，突出摄影展质感。

尺寸：暂定尺寸为**42cm x 57cm**和**19cm x 25cm**

数量：**每艘船预估50张**（30张尺寸为：42cm x 57cm；20张尺寸为19cm x 25cm），需布置7艘船



中国国家地理 X 世纪游轮
首届「游轮摄影展」

孩子的好奇心 大人的可爱心

两类人都可以玩得尽兴



长江流域藏着宝，
在这趟旅程中，我们还能发现什么？

让我们化身小小地理探险家，
一起探索神奇的长江。

（左为中国国家地理策展案例；右图为形式参考）

4、线下活动-互动体验

根据以下互动体验四大版块，输出**落地执行方案**，要求互动性强，强满足高端亲子家庭互动需求。重点思考怎样利用此次联名文创品（只赠送，非卖品，文创品部分不包含在此次投标报价中，我方自行设计与制作），让客人宣传互动（例：在某平台上按要求分享后，即可凭分享互动页面领取文创品），请根据以上内容，**设置分享互动规则**。除以上内容，如有其他互动提议，也可在方案中进行补充。

数量：需覆盖7艘船



打卡集章活动

在船上指定各答题点位，点位设置与长江三峡、世纪游轮相关的小问题

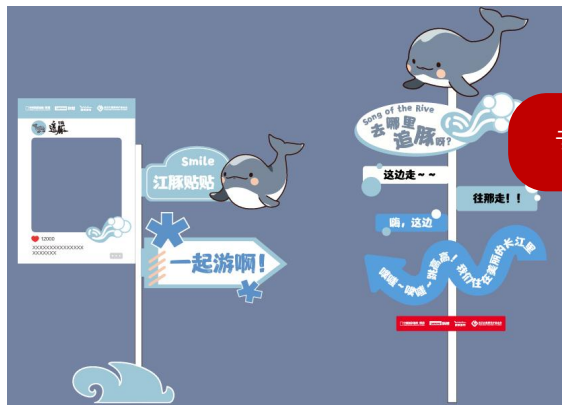
需设置互动问题（偏向世纪游轮）



迷你课堂

在这里，孩子们的每一个“为什么”都可以得到解答！

需设置互动问题（偏向三峡自然人文）



专题展 + 打卡点

结合展览布局
定制长江专题打卡区域



出片机位

随展设置隐藏红框机位

暑假的朋友圈，
家长也要拍美照！

4、线下活动-出行攻略



定制出行指南：结合产品航线，多维度构思制作兼具科学+美学的「长江漫游地图」。需按照电子版出行攻略**进行印刷制作**。
数量：**6000份**



重庆 → 宜昌



示例



上海 → 重庆

