



打卡集章，兑真好礼——景区/文旅目的地到店集章抽奖活动

文旅政务 · 到店

创意主线

文旅政务的到店目标最怕「线上热闹、线下没人来」。

用大转盘抽奖做核销钩子，把「到访+抽奖」绑成一个动作：游客到店/到景区扫码即得一次抽奖机会，奖品设为现场核销的文创/门票券，抽奖的即时反馈感天然比纯打卡更有传播欲，也更契合文旅政务场景常见的公共宣传属性。

玩法组合

大转盘抽奖

抽奖

大转盘抽奖是全行业转化利器，到店扫码抽奖能把到访动作直接变现为核销转化，奖池概率与库存均可自定义，适合控制文创/门票券的发放节奏。

<https://www.24haowan.com/games/336-dazhuanpan-choujiang>

幸运刮刮乐

抽奖

刮刮乐同为抽奖类玩法，交互更轻量，适合作为景区入口处快速核销的补充玩法，与大转盘错峰投放避免审美疲劳。

<https://www.24haowan.com/games/333-xingyun-guaguale>

参与路径

游客到店/到景区扫码进入活动页，无需注册即可参与抽奖（如需身份识别可绑定公众号关注后参与）；

每人每日限参与次数，防止同一游客反复领奖占用库存。

传播裂变

中奖结果可生成分享卡片邀请好友一起来打卡领奖，属于弱裂变——文旅政务场景以到店转化为主目标，裂变机制不宜喧宾夺主，重点仍是每次到访完成一次抽奖闭环。

防刷与风控

要求关注公众号后参与，抬高非目标人群作弊成本；

每人每日抽奖次数封顶；

高价值奖品（门票/文创大奖）开启防刷奖档位至严格级别并设置发放速度限制；

用黑白名单排查异常账号，发现即拉黑（拉黑前已中奖通常追不回，需活动期内实时盯防）。

奖池结构

大奖（门票/文创套装等）1-2 档，库存少、走后置投放或指定中奖，避免开场被抽空；

主力奖（纪念品/小额消费券等）3-5 档，库存要厚，承担主要转化；

安慰奖 1 档（如宣传品/小礼），把「谢谢参与」换成低成本兜底，人人有份。

文旅政务同类商户抽奖玩法总中奖率中位数是 78.3%（n=26 家商户），可作为总体中奖率设定的参考区间，具体档位与概率需回头核对「概率×预计参与人次」是否超出各档库存，避免中途抽空。

预算算法

平台数据不含金额字段，无法给出预算或单价结论。

测算方法：单次期望成本 = $\Sigma(\text{各档概率} \times \text{单价})$ ，总预算 $\approx$ 单次期望成本 $\times$ 预计参与人次；

反过来用时，先定大奖数量与库存（走库存不走概率），剩余预算除以预计人次得出每次可花额度，再分配到主力奖与安慰奖概率上。

优先盘点景区/机构自有资源（讲解服务、周边商品、门票折扣）作为奖品来源，可显著降低采购成本。

兑奖方式

建议主力奖与安慰奖采用「自助兑奖」（游客向工作人员展示中奖屏幕即时核销），适合现场快速核销、不占用额外人力排队；

大奖可用「线下兑奖」凭兑换码到指定地点领取，便于工作人员登记核对；

如涉及实物邮寄需预留发货人力与地址核对成本。

执行排期

阶段	时间	动作
预热	上线前1-2周	活动页提前上线做预约/宣传，物料铺设到景区入口、公众号菜单、社群渠道；确认抽奖规则、概率与库存已按目标人次核对完毕。
引爆	活动期，文旅政务同类商户活动周期中位数是8天（n=43家商户），可参考此区间设定活动天数	游客到店扫码参与抽奖，安排现场工作人员引导扫码与核销；大奖投放至活动中后段，避免开场被抽空；每日巡查库存消耗与异常账号。
收口	活动结束后前后	核销数据核对与导出，未核销奖品跟进提醒；异常/作弊账号复核处理；汇总到店人次与核销率数据用于复盘。

取自 24好玩 线上活动的真实中位数

平台基准

指标	中位数	样本量
抽奖活动的总中奖率	78.3% (P25—P75 20—100)	n=26
活动周期（天，含首尾）	8 (P25—P75 3—11)	n=43

同行参考

南方日报·《河长日记》

culture-tourism

同为文旅政务领域的交付案例，说明该行业在内容与互动结合、强化公共宣传效果上的可参考路径。

<https://www.24haowan.com/cases/hezhang>

上线前检查清单 (1/2)

- 各奖品概率之和是否 $\leq 100\%$ ，余量是否已自动落入安慰奖/谢谢参与
- 逐档核对「概率 $\times$ 预计参与人次」是否超出该档库存，避免中途抽空
- 已开启库存耗尽自动替换
- 大奖是否设置为后置投放或指定中奖，避免开场被抽空
- 防刷奖档位是否已开至严格，高价值奖品发放速度限制是否已设置
- 黑白名单与关注公众号门槛是否已配置
- 每档奖品的兑奖方式与兑奖说明文案是否已确认，现场核销人员是否已安排
- 实物类奖品（如涉及）的发货人力与地址核对流程是否就绪

上线前检查清单 (2/2)

- 活动起止时间是否覆盖预热期，物料是否已铺设到到店入口

出处与说明

- 在线版: <https://www.24haowan.com/plans/culture-tourism-footfall>
- 改一版: <https://www.24haowan.com/planner>
- 方案来源: 24好玩 方案库 · culture-tourism-footfall
- 方案输入: 文旅政务 / 到店
- 生成日期: 2026-08-23

本内容由 AI 生成 生成模型: Claude (Anthropic) 本方案的生成能力由 Claude (Anthropic) 提供, 备案信息待补。