



无娱乐不营销

娱乐营销移动化时代下的品牌引爆

最热营销关键词

粉丝经济 O2O

垂直

移动化

多平台联动

互动

内容 网红

跨界

借势

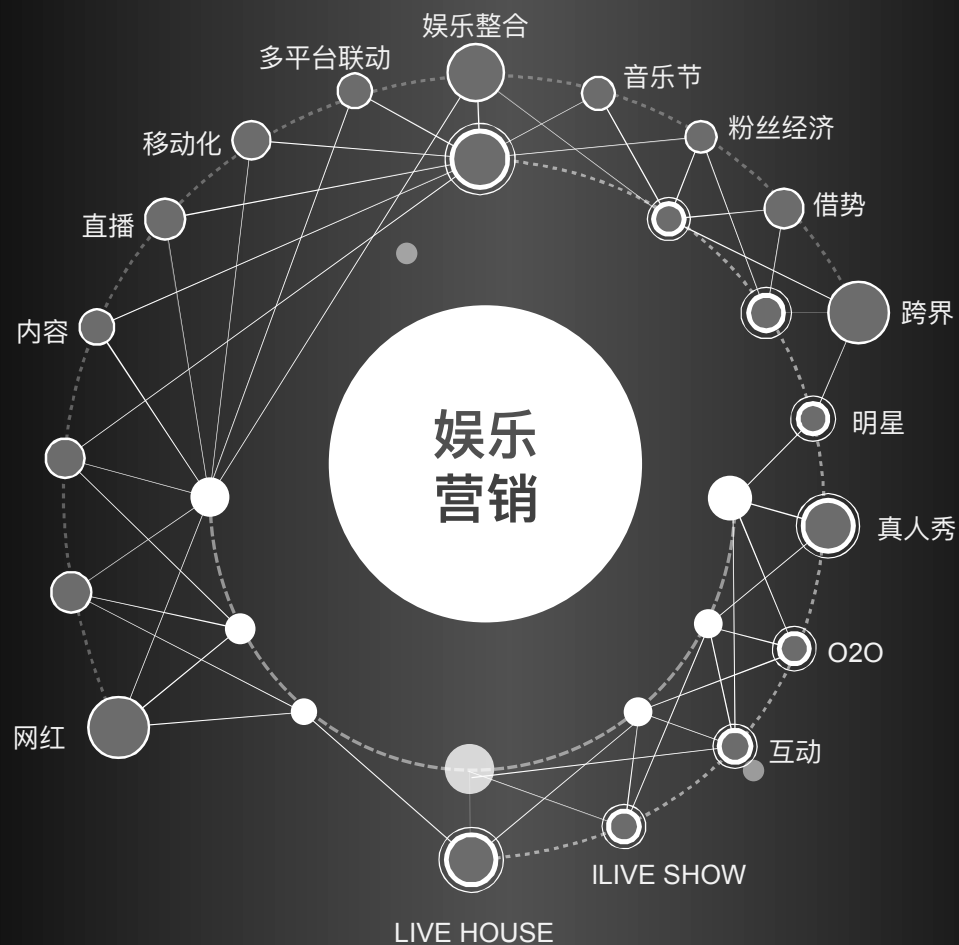
真人秀

直播

明星

娱乐整合

LIVESHOW



对于广告主来说
都想尝试
但营销热点太多
到底做哪个?

线上
大曝光

+

百万粉丝网红
献唱助力

+

全民参赛嗨唱

+

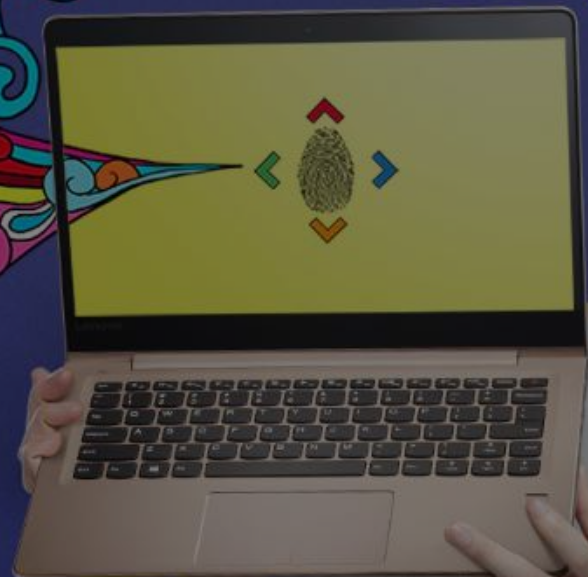
艺人网红
炫酷LIVE SHOW现场

最新娱乐营销模式

多平台直播几百万粉丝同时在线
+ 现场与网友随时互动抽奖.....

案例
分享

金
金
金



有颜有料 小新青年 LIVESHOW

联想小新 Air 13 Pro 云笔记本



“联想小新命题直播秀” 活动回顾

案例
分享

联想Air 13 pro 笔记本推广活动从7月27日——8月1日，活动历时6天。

线上品牌曝光达到 **286,582,874** 。

线下LIVESHOW在火星直播，观看人数 最高峰值达到 **1,693,581** 。

直播总共时长 2.5小时，总计收到 **270万** 条评论。

用户仅在2.5小时内送出 **75,038** 份礼物。



“联想小新命题直播秀” 亮点总结

案例
分享

1、声势浩大——唱吧火星直播主导，多平台配合直播

7月28日当晚——

唱吧、一直播、斗鱼、B站及芒果TV 五家平台同步直播，

观看总量达到：947万；评论数：近200万；点赞人数：近1500万





“联想小新命题直播秀” 亮点总结

案例
分享

2、网红助阵——线上6位KOL唱歌预热，线下明星网红现场演出互动

杨姣

Jmc-顺其自然做芥末

Jmc-张梦辰

赵根硕

大美琪

幸运蜡笔



粉丝：2,321,226

粉丝：547,108

粉丝：98,584

粉丝：76,6437

粉丝：585,405

粉丝：713,801



“联想小新命题直播秀” 亮点总结

案例
分享

2、网红助阵——线上6位KOL唱歌预热，线下明星网红现场演出互动





“联想小新命题直播秀” 亮点总结

案例
分享

3、实时互动——用户参与互动，通过新奇方式了解产品



Learning

• Highlight :

利用互联网直播新营销手段吸引了大量年轻人的目光，让“小新青年，有颜有料”更深入人心。在一定程度上锁定了鹿晗粉丝以外的人群的关注度。

通过各类型的红人主播展示才艺，传递小新的年轻化及多样性。

多平台同时直播推广，覆盖人群广泛。让潜在用户通过新奇的方式了解Air 13 Pro，在发布会第二天，开售第一批Air 13 Pro，当日全部售罄。

客户反馈

活动总结

直播+网红+内容
+整合+多平台互动
+粉丝经济+.....



联想小新 Air 13 Pro 云笔记本

案例
分享



君畅全国校园歌手大赛·活动回顾

案例
分享

自4月1日活动上线开始至5月22日北京最后一场总决赛结束，活动历时**2个月**

线上宣传辐射**上千万**大学生，线下落地覆盖四大赛区**几十万**高校生

- ✓ 两河两山四大赛区全网海选 **五万多人**参加，收录了**两万**多参赛作品
- ✓ 四场大篷车巡演 辐射**数十万人**，挖掘出**上百位**优秀的大学生歌手
- ✓ 四场落地半决赛 **点燃**校园热点事件
- ✓ 一场巅峰对决 **引爆**全国级校园盛事

君畅全国校园歌手大赛·亮点总结

案例
分享

1、O2O联动——线上全国海选，线下音乐大篷车全国巡演



君畅全国校园歌手大赛·亮点总结

案例
分享

2、网红效应——百万粉丝唱吧红人发歌宣传，引发全网关注



视听数：97,671
评论数：1,995
转发数：1,339
君畅礼物数：5,663

视听数：98,182
评论数：8,880
转发数：5,235
君畅礼物数：18,459

视听数：298,432
评论数：1,974
转发数：2,070
君畅礼物数：11,943

视听数：108,771
评论数：1,560
转发数：1,350
君畅礼物数：8,486

视听数：93,049
评论数：669
转发数：614
君畅礼物数：3,457

视听数：89,776
评论数：908
转发数：838
君畅礼物数：3,258

君畅全国校园歌手大赛·亮点总结

案例
分享

3、多平台联动——唱吧、各大门户、自媒体账号共同推动



各大门户网站新闻网站
实时报道、共同推广



校园自媒体大号
全网推广

活动
总结

O2O互动+网红+内容
+多平台联动
+粉丝经济+.....



>>活动推介

声不由己全国歌手大赛

三步打造品牌营销大事件

全线预热

- 百万粉丝红人发歌宣传；
- 唱吧强势资源全站推广；
- 全站用户参与比赛；

热度升级

- 海选阶段前50名消费者进入半决赛“包房战”；
- 在线直播五大主题包房半决赛，全网用户参与投票决胜负；

高潮引爆

- 线下LIVE SHOW收官，线上直播/全媒体报道
- 用户投票决胜负
- 全明星阵容

全线预热

百万粉丝红人发歌宣传活动 带动全站用户关注参与比赛



*品牌作为道具植入

全线预热

唱吧、唱吧直播间、火星直播三大平台

强势资源全站推广

全线预热

全员参与品牌 “声不由己” 比赛

声不由己

参与比赛

观看直播

参赛流程

投票流程

图片+文字
活动介绍

报名参赛

演唱歌曲

多平台分享拉票

试听作品

送出品牌道具

比赛排名

*根据参消费者获得的
虚拟品牌道具进行排名

三步打造品牌营销大事件

全线预热

- 百万粉丝红人发歌宣传；
- 唱吧强势资源全站推广；
- 全站用户参与比赛；

热度升级

- 海选阶段前50名消费者进入半决赛“包房战”；
- 在线直播五大主题包房半决赛，全网用户参与投票决胜负；

高潮引爆

- 线下LIVE SHOW收官，线上直播/全媒体报道
- 用户投票决胜负
- 全明星阵容

热度升级

海选五十强选手，打乱分成五组，进行“蒙面”演唱

PK，

全站直播，消费者只凭选手声音打分

当晚包房得分数最高的选手胜出进入线下直播总决赛



实力唱将胜出，进入直播总决赛

热度升级



半决赛包房PK战——

- 海选五十强选手分成五组，进行“蒙面”演唱PK，
- 全站直播，消费者只凭选手声音打分；
- 当晚包房得分数最高的选手胜出进入现在直播总决赛；

三步打造品牌营销大事件

全线预热

- 百万粉丝红人发歌宣传；
- 唱吧强势资源全站推广；
- 全站用户参与比赛；

热度升级

- 海选阶段前50名消费者进入半决赛“包房战”；
- 在线直播五大主题包房半决赛，全网用户参与投票决胜负；

高潮引爆

- 线下LIVE SHOW收官，线上直播/全媒体报道
- 用户投票决胜负
- 全明星阵容

高潮引爆

线上比赛 TOP5选手+明星+网红全程参与



全网直播互动



全站消费者
参与观看互动

- 唱吧明星主播，艺人红人，线上比赛TOP5进行品牌“声不由己”总决赛直播秀；
- 品牌进行花式植入，品牌强势渗透；
- 现场抽奖提高观众参与度，关注度；

高潮引爆

多平台联合直播

共同打造品牌“声不由己” 巅峰盛夜

后续传播

病毒视频的二次传播



对参赛作品、直播视频进行剪辑，制作成病毒视频，进行活动的二次传播，扩大活动影响力。

TOP3选手出唱片



- 知名音乐人+知名唱片公司支持发行
- 制作选手梦寐以求的音乐专辑

附录：

不能说的唱吧

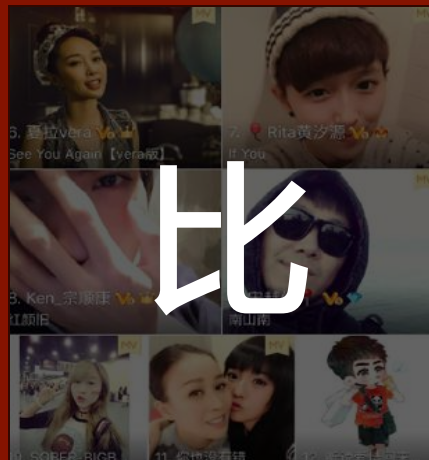
【唱吧介绍】

| 以 **唱** 为基础的年轻人新型娱乐方式



唱

唱吧app用户达到**3.5亿**
日活**650万**，月活**3000万**
原唱作品达到**15亿**多；



比

每天都有**上百万**人参与K歌活动
唱吧红人歌曲试听量**过亿**
受邀**参与各大综艺节目**



秀

每天从唱吧站内分享到**朋友圈**
及其他社交平台的歌曲试听
量达到**600多万**

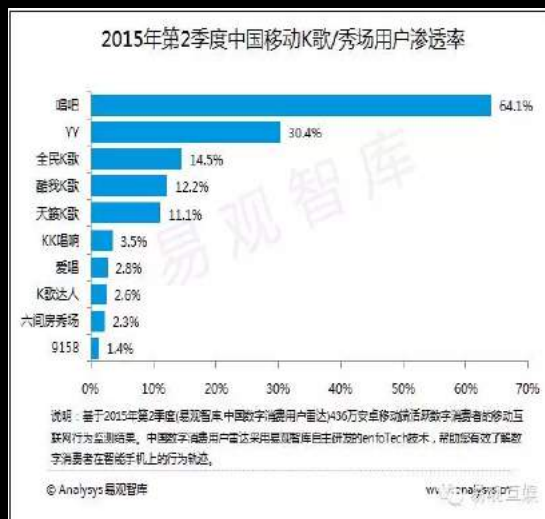


社交

消费者每天为喜欢的作品/红人送
出的虚拟礼物多达**300万件**

唱吧优势

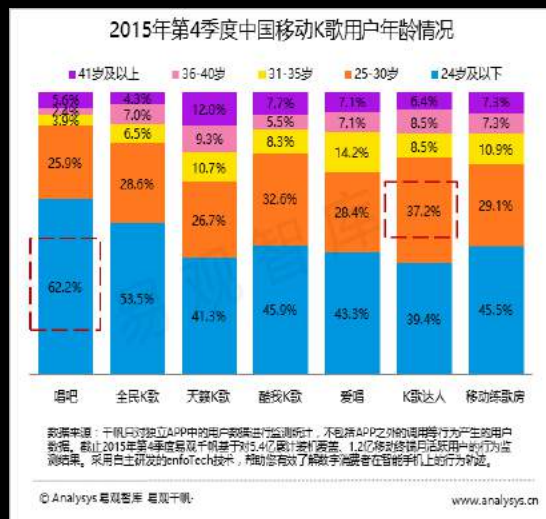
用户量最多



在移动K歌类app领域，
唱吧用户量最多。

- 用户数3.5亿
- 日活650万
- 月活3000万

年轻人占比最多



在移动K歌类app领域，
唱吧年轻人占有率最多。

- 24岁以下达到62.2%
- 25-30岁达到25.9%

站外影响力最大



在影音应用类app领域，
站外分享量最多。

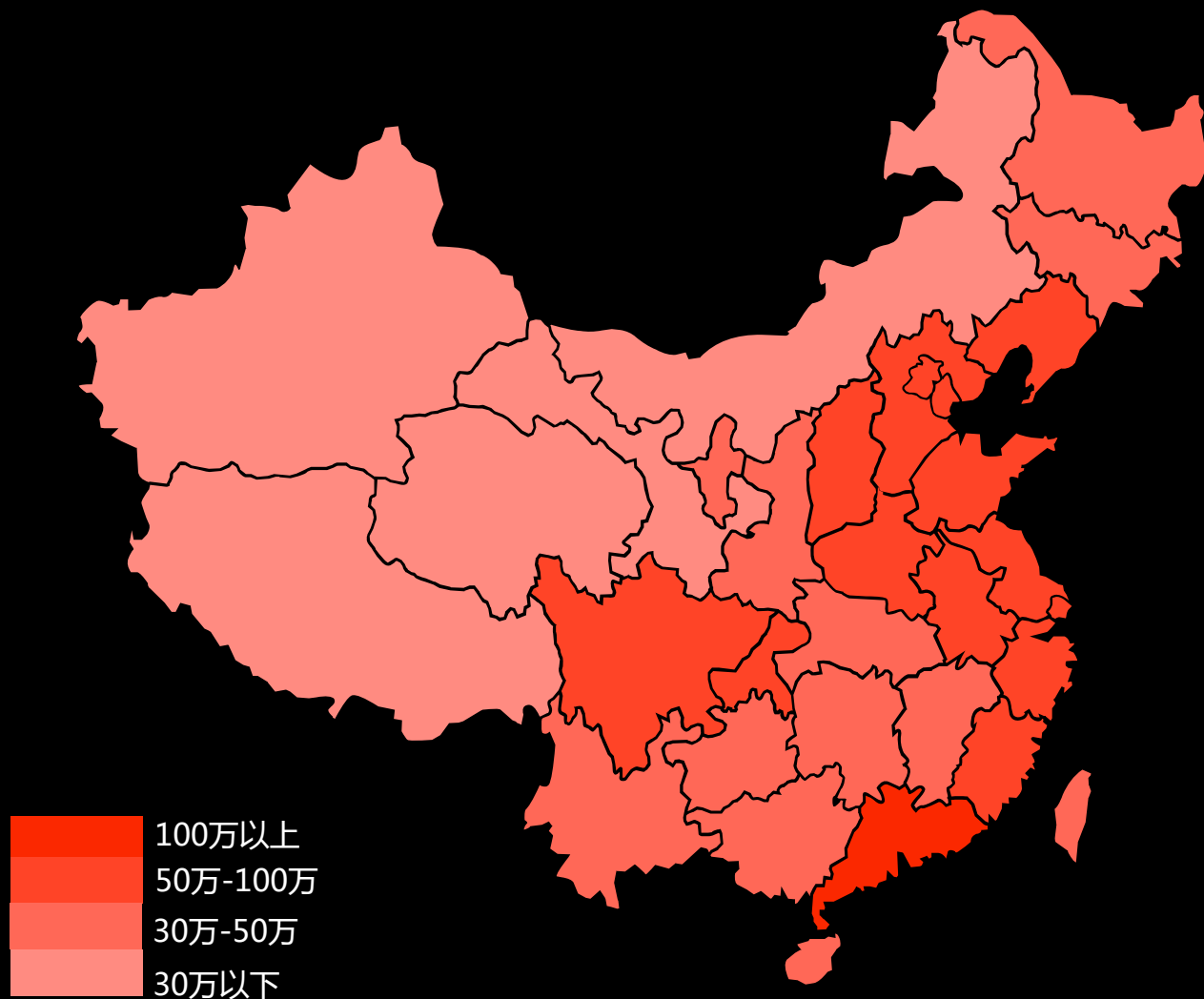
唱吧以1466.5万站外分
享量稳居第一。

品牌活动最优质



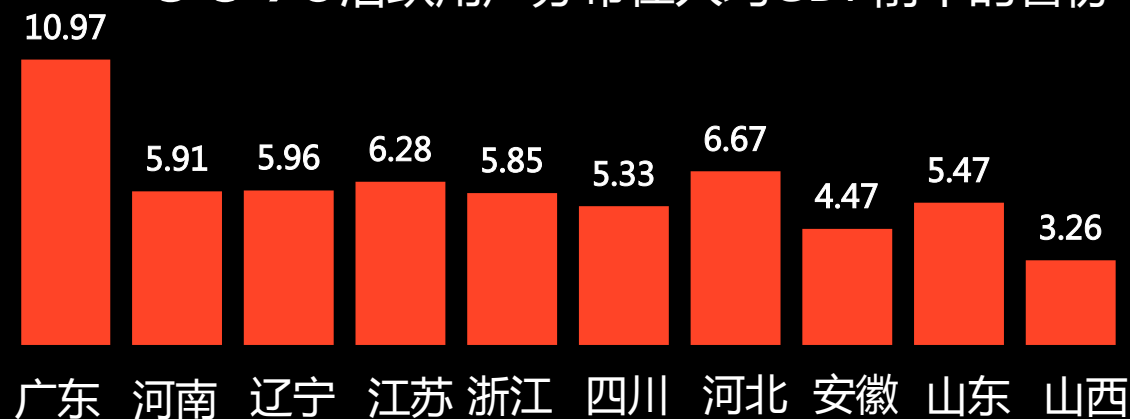
在音乐社交类app领域，
广告主活动首获广告节
大奖——营销传播金奖。

唱吧用户属性·地域属性



国内重点市场绝对把控

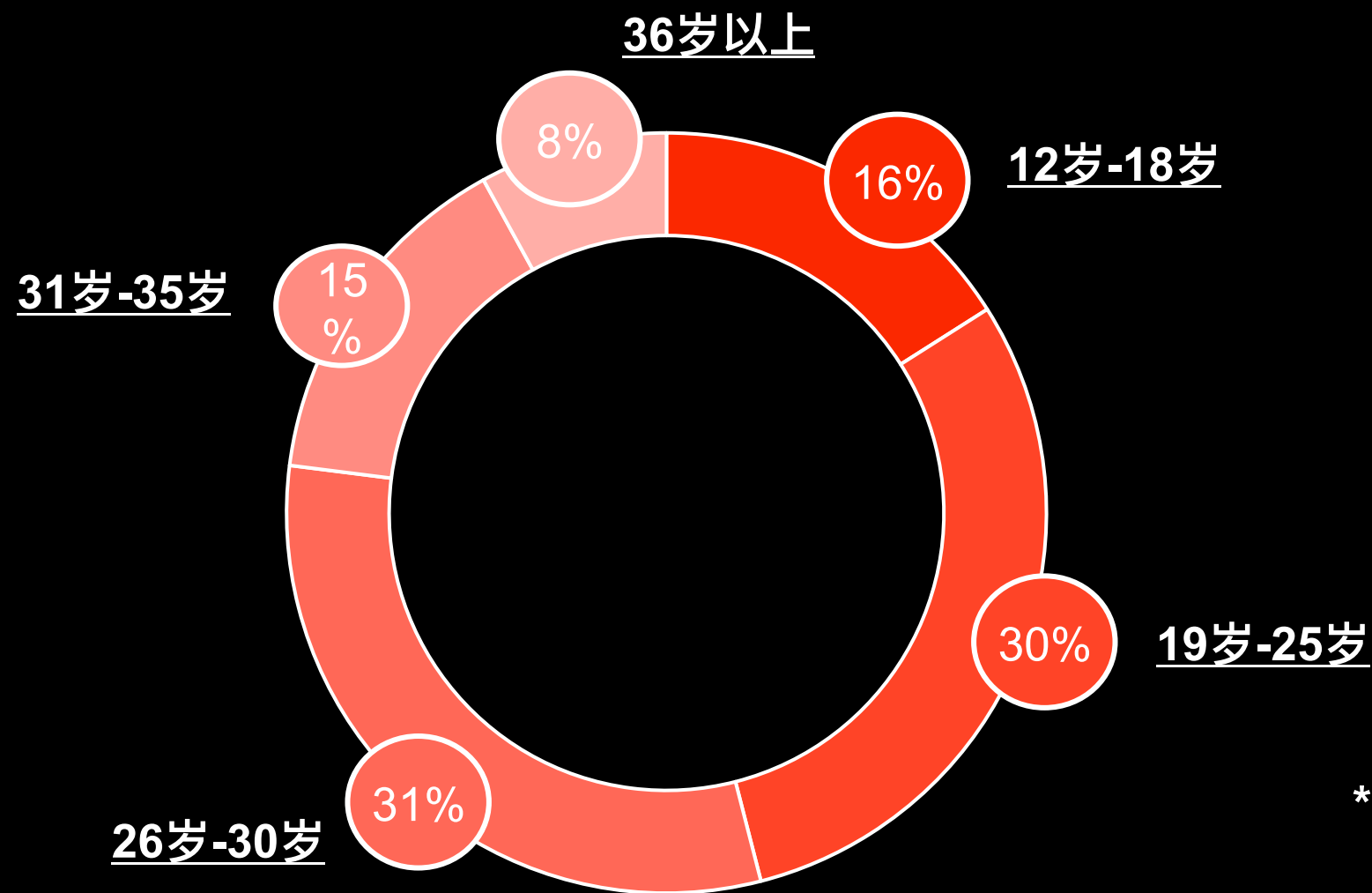
60%活跃用户分布在人均GDP前十的省份



北京 : 5.51%

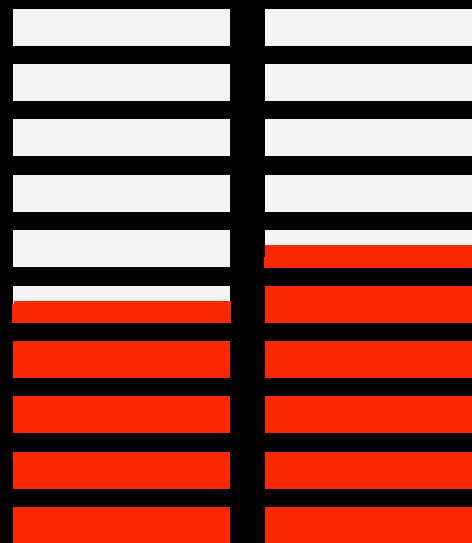
上海 : 5.49%

唱吧用户属性



男女比例

4.5 : 5.5



*日活跃用户消费，男性约占日消费的58%

唱吧用户行为分析 Life is music



用户通过唱吧——

- 录唱多种模式的歌曲
- 观看全国各地的精彩表演
- 社交附近作品&兴趣群组
- 参加热门比赛，获取奖品
- 观看明星红人演出
- 购买音乐周边
-

只要你敢想，
唱吧就能为你实现，
娱乐营销最前沿，尽在唱吧！





万事俱备 只待爆发