

金利福《惊喜连连》第二季社会化 媒体宣传推广

- ◆ 广告主：北京中外名人文化产业有限公司
- ◆ 所属行业：广告传媒
- ◆ 执行时间：2015年12月25日-2016年3月6日
- ◆ 参选类别：内容营销类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

项目概况

《惊喜连连》第二季自2016年元旦首播，本季一共12期节目，最后一期于3月6日播出。

作为一档原创节目，《惊喜连连》也面临着不断的创新和升级。本季在《惊喜连连》第一季的基础上进行了一定的升级，升级主要体现在对**选手包装的设计**，以及对每期节目进行了相对**明确的主题设计**。同时，作为一档益智答题节目，在题目方面进行了较大幅度的升级，**更加突出有趣、有用的特点**，并加入了联想题和针对节日的灯谜题等题型。



项目概况

金利福《惊喜连连》是中外名人文化产业集团与2015年与央视合作，重磅打造的一档互动型益智类答题节目，节目结合新媒体，利用微信摇一摇的互动手段，将益智答题与商品优惠结合起来，在传递客户品牌的同时，以台网联动的形式让观众真正地参与到节目中，在获取知识的同时获得实惠。节目第一季达到了近亿次的互动总量，第二季在节目升级、嘉宾更具话题性、奖品更加诱人的基础上，客户希望达到**1.5亿次的互动总量**，并希望可以**在春节期间举行一次线上线下的联动活动**



通过对参与互动的观众的调查，我们总结出了本次观众的一些特性

- 1、男性居多，占互动总人数的**49%**，女性占**42%**，9%为性别不详；
- 2、25岁至35岁观众占**45%**
- 3、高学历人群多，大学本科以上占**35%**
- 4、互动针对了全国所有城市，互动人数前5的省份为**河北、山东、河南、江苏、广东**

美国时间4月16日晚，第49届休斯敦国际电影节颁奖典礼上，主席Hunter Todd先生亲自宣布：由中外名人原创和制作的CCTV-2《惊喜连连》获得视频节目**金奖**！



项目概况

服务概况

- 官方运营平台
微博、微信
舆情处理、策划
运营、活动
- 传播渠道推广
微博大号内容发布
微博话题制造
微信大号推广
网络媒体新闻推广
- 宣传物料
现场剧照拍摄
嘉宾信息沟通
平台运营视觉设计
传播物料视觉设计

运营情况

- 微博
共计发布：**330**条
- 微信
共计推送：**129**条
- 百度百科
共计更新：**2**次

传播概况

- 微博
共计传播：**25**轮
- 微信
共计传播：**25**轮
- 媒体发稿
共计发稿**6**次
发稿媒体百余家

创意内容

- H5
制作H5：**4**个
H5互动页面：**21**页
- 视觉设计
共计设计：**152**幅
- 微信配图
封面图设计：**40**张
小头图设计：**14**张

合作平台

央视平台

《惊喜连连》宣传片央视播出：

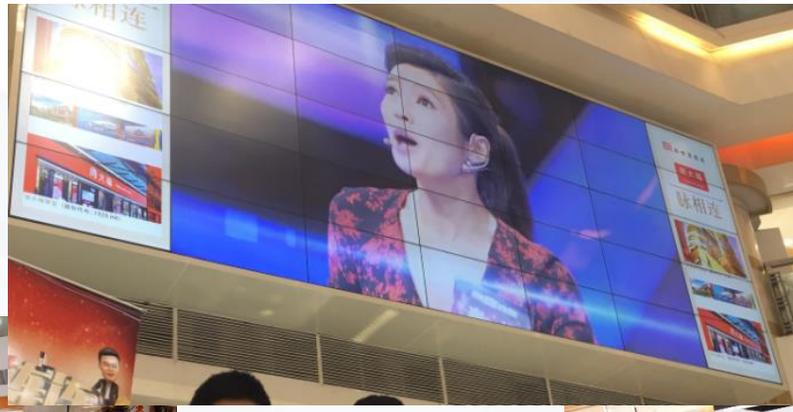
1. 宣传片播出频次：每天**10**次左右（频道内）
2. 频道外：在**cctv-3/8/10/12/15** 日均播出 **2次**
3. 户外媒体cctv看点：2016.1.1-30日在全国**23**个城市**4万**辆公交车、近**8万**块终端播放，每天滚动播出宣传片**10-12**次，日均覆盖人群达**4亿**人次

合作平台

商超线下活动——北京崇文门店新世界百货

在春节前，广大群众购置年货时，用一场**线下线上合作**活动，献礼顾客，献礼京城。通过实在的**年货奖品**带动顾客互动热情与活跃度，以出现在商场的摇神带动顾客参与答题游戏、以结合商场大屏带动顾客参与现场是抽奖，并在节目播出时实时直播，增强了节目形式的普及、为过年期间节目持续炒热带来一定粉丝基础。

现场共计发放奖品**13810**份，摇奖抽奖次数达**38**次。





Top
Mobile
Awards

洞察&策略

洞察&策略

- **受众分析**

- 根据节目的性质以及节目第一季的相关数据，节目**受众主要集中在三四线城市，且以中部及东南部城市为主。**
- 受众的受教育程度较高，基于央视二套的平台以及益智类节目类型，**本科学历以上受众占比较高**，超过35%，且**高收入受众**成为节目的主要受众。
- 台网互动的新颖形式以及更便利的商品购买渠道，吸引了大量的年轻受众，**25岁至35岁**观众占到所有受众群体的45%。

洞察&策略

- **策略**

- 节目第一季侧重在传统媒体的宣传，从垂直/门户类网站到央视新媒体、电视、电台等平台宣传配合再到纸媒的宣传配合。单向的宣传起到了一定的推广和宣传作用，但缺陷在于没有和观众建立良好的沟通渠道。
- 第二季节目，根据节目的主要受众人群分析，将宣传的重点放在**新媒体渠道**，包括节目**官方微博****微信**的整体营销、借助**微博微信KOL**的推广宣传。并辅助**落地活动**，在线下让受众真正参与到节目当中，通过互动活动实现受众群体的扩充，使节目得到广泛的传播。以**央视的各宣传平台、纸媒、地铁、户外落地广告位**等渠道配合宣传，建立节目的整体宣传网。



Top
Mobile
Awards

媒介&执行

微博服务概况

运营周期64天

微博概况

粉丝数量：**121,313**个

总微博发布：**231**条

每日发布数量：**3**条以上

微博阅读总量：**2,164,932**次

微博平均阅读：**9,372**次

微博话题

微博话题建立：**8**个

话题阅读量：**18,512,000**次

讨论量：**142,941**次

上榜次数：**1**次

曝光量：**6678,000**

微博活动

活动次数：**10**次

参与人数：**1,021**人

共计转发：**2,714**次

共计评论：**1,682**次

微博互动

共计转发：**25,015**次

共计评论：**4,465**次

微博运营汇总

平均每天：

博文阅读达到：**44,021**次

私信及回复：**9**次以上

平台关注与@达到：**404**次

以上日均数据在春节节目连播期体现最大

春节四期节目的数据，占总数据的56%

结论：观众对于节目密集播出和节目奖品发放告知阶段热情最高。平台粉丝更多选择阅读平台内容，参与平台有奖活动较为积极。在元旦、春节等节假日，粉丝对于参与节目相关互动产生出极大的热情。

转评赞：**29,524**次

@及收藏：**25,911**次

私信及回复：**1621**次

阅读量：**2,817,284**次

为使内容规整，集中话题讨论，根据节目播出时间，制定了每周微博官微的板块规划

内容涉及：**节目预告、嘉宾介绍、与商家互动、与粉丝互动、节目直播、节目回顾、获奖告知、生活百科**

日常微博话题板块规划

时间	话题标签	内容方向
日常	#惊喜值得买#	与金利福等商家合作标签，折扣信息全知道
	#摇神#	日常与粉丝互动标签
节目预告期	#惊喜列车#	下期节目相关趣味内容
	#惊喜值得买#	与金利福等商家合作标签，折扣信息全知道
	#惊喜达人#	下期节目达人相关内容
节目直播时段	#惊喜三分钟#	直播现场达人答题表现
	#惊喜开门红#	直播节目现场金利福等奖品折扣情况直播
节目回顾期	#惊喜达人#	上期节目达人表现汇总
	#惊喜列车#	上期节目相关趣味内容
	#Yao惊喜#	节目获奖情况公布

微博运营汇总

平台高推送量博文展示

12月节目开播前，第一季节目数据长图

阅读量：**6.2w**

互动量：**1,236**次



微博运营汇总

平台高推送量博文展示

12月节目开播前，针对节目中实力达人进行宣传，大开脑洞，将达人深度包装，引起网友的好奇心

阅读量：**46.4w**

互动量：**1,504**次



地动山摇的对决

1 天公大战外星人

2 漫威大战DC

3 钢铁侠大战变形金刚

惊喜连连

既然钢铁侠打不了蝙蝠侠，那可以帮着地球人对战赛伯坦的敌人吧？什么，不可能？过两天，一场钢铁侠和变形金刚的对决就要上演了！

从20世纪开始，漫威、DC两大阵容英雄持续登场，各路粉丝就在想着漫威和DC的大战，但是因为版权问题，这种对决只能出现在图片和漫画作品上，如果对决发生，天雷勾地火！那要毁灭多少个小宇宙啊~而且，你能想象美国队长和超人掰腕子的场景吗……

1976年陈洪明导演拍摄的香港电影《关公大战外星人》，展现了神奇雕刻家的“传奇”人生，脑洞大开的陈导用关公的青龙偃月刀斩杀的不仅是外星怪兽，更是众多网友的三观……

大小钢铁侠，上阵父子兵！各位不用担心，不会真的“地动山摇”，他们会在智商上分出高下！

孰强孰弱，2016年1月1日晚19点30 锁定CCTV-2 《惊喜连连》“地动山摇”的对决 摇出你的惊喜

微博运营汇总

平台高推送量博文展示

元旦首播前，放出带有摇神特色的表情包，给予粉丝亲切感，增强互动性

阅读量：**84.4w**

互动量：**1,187**次



微博运营汇总

平台高推送量博文展示

1月，针对节目中的搞怪外国人，延展发散

阅读量：**22.7w**

互动量：**2,378**次



NO.1 手舞足蹈式
“HELLO. 看我! 你在害怕什么~”

NO.2 简单粗暴式
“fuck. 来, follow me F-U-C-K”
Fuck
- Fuck does not always mean ill
- Just like 1=1 it has more than one use.

NO.3 浪迹天涯式
这位萌老头的中文名字叫“土豪”
土豪外教今年66岁
精通61门语言, 去过60多个国家
简直是66666

NO.4 入乡随俗式
是谁带坏了我们可爱的外教老师?
站出来, 给你一朵小红花

NO.5 捉摸不透式
来, 猜猜今天我是谁~

NO.6 仰望星空式
同学们, 这节课我们
来学习一下地球的板块运动

这么多姿势诡异, 招式奇特的外教
小编也好像去蹭堂课呢。
不过…小编还有一个大招没出
接下来介绍这位外教更是
奇葩得清新脱俗一尘不染呢

一身cos装的**龙海峰老师**
来自四川财经大学天府学院
全身都是萌点的他
上课还自带装备
走在学校里简直是一个
行走的“漫威动画”呀!

惊喜连连
Cosplay 狂热爱好者
龙海峰老师即将“降驾”在
《惊喜连连》的舞台!
1月24日19点30分
CCTV-2
敬请期待他的“超人”表现!

微博运营汇总

平台高推送量博文展示

1月，针对节目中的搞怪外国人，延展发散，制作人物海报

阅读量：**22.7w**

互动量：**2,378**次

惊喜连连 V
1月23日 18:30 来自 微博 weibo.com
#惊喜达人# 歪果仁也来过春节啦~ 他们对中国的喜爱可是超乎你们的想象呢！在中国各地度过了许多个春节的洋人朋友们，明儿要来《惊喜连连》“过年”啦~纯正东北口音的安泽@来自拉脱维亚的安泽，玩Cosplay的外教，洋娃娃吴孟天@孟天Wiley，美丽混血金小鱼@Miss金小鱼，总有一款适合你~

阅读 42.5万 推广 741 274 18



微博运营汇总

平台高推送量博文展示

2月，针对节目中明星李茂，制作长图、gif，并发动个人粉丝团，带来深度互动

阅读量：**22.7w**

互动量：**2,378**次



微博传播汇总

微博传播大号：**42**个

KOL传播覆盖人群：

182,740,191

KOL传播曝光量：

182,074,512

微博传播转评赞

32,855次

热门话题阅读量

2467.8万

热门话题讨论量

29.7万

一小时热门话题榜第三名

内地明星榜第二名

微博传播汇总

微博KOL大号传播展示



2015.12.25 【2015我们摇爆了！】

微博账号：杜甫很忙、今日热门推荐、热门新闻娱乐八卦、热点话题榜

覆盖粉丝：31,975,303

共计转发：12647次 评论：3777次

链接：<http://weibo.com/1738041392/Dax5x37al>

<http://www.weibo.com/1661680125/Daxxp4k9A>

<http://weibo.com/1829680265/Dax8ugtj>

http://weibo.com/1802573521/Dax7ca944?from=page_1005051802573521_profile&wvr=6&mod=weibotime

微博传播汇总

微博KOL大号传播展示



2015.12.30【地动山摇的对决】

微博账号：黑客师、大脑切片、P哥出品

覆盖粉丝：8,191,200

共计转发：2245次 评论：1053次

链接：http://weibo.com/5150774534/DaQRdIPWm?from=page_1005055150774534_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment

<http://weibo.com/3164835813/DaQPsznKp?type=comment>

<http://weibo.com/1852580853/DaQzgwnUF>

微博传播汇总

微博KOL大号传播展示



2015.1.15 【魔方玩得这么溜，你咋不上天！】

微博账号：扒蒜小妹爱吐槽、我们也爱讲冷笑话、全球创意搜罗

覆盖粉丝：5,607,139

共计转发：1346次 评论：1558次

链接：<http://weibo.com/1831459923/DdhnpeOy>

<http://weibo.com/1661181405/DdhVv9jM6?fr>

http://weibo.com/1658364043/DdhBR9l98?from=page_1005051658364043_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment

微博KOL大号传播展示



2015.2.20 【撩妹天神李茂】

微博账号：娱公子、一起神回复

覆盖粉丝：9,547,741

共计转发：906次 评论：65次

链接：http://weibo.com/2274757324/DiK25gdZE?ref=&type=comment#_rnd1455965897895

http://www.weibo.com/1895964183/DiKCn8azC?from=page_1005051895964183_profile&wvr=6&mod=weibotime

微博传播汇总

微博KOL传播

总共**42**个微博大号参与传播，共传播**25**轮，覆盖粉丝

总量**182,740,191**人，总互动量**32,855**次

发布内容	博主	链接	粉丝量(w)	互动总量
第一期 精彩中国 第二期 欢乐出发	热点话题榜	http://weibo.com/208668688	528	1613
	全球热门排行榜	http://weibo.com/u/1789834424	585	645
	这个微博有点贱	http://weibo.com/270033754	253	1269
	p哥出品	http://weibo.com/u/1852580853	179	379
	热门新闻娱乐八卦	http://weibo.com/1988julia?is_hot=1	784	1050
	今日热门搜罗	http://weibo.com/fashion999?is_hot=1	129	1203
	这微博是个奇葩	http://weibo.com/u/2028685805	130	815
	厕所必备读物	http://weibo.com/u/2893051183	855	1499
	杜甫很忙	http://weibo.com/634032789?is_hot=1	320	1293
第三期 开着新车回家了	全球搞笑热门排行榜	http://weibo.com/u/1870021300?is_hot=1	147	1022
	一起啊走遍神州大地	http://weibo.com/u/5359133478	89	1293
	我Hold不住了	http://weibo.com/u/1789834424	953	1383
第四期 我家宝贝长大了	热议话题榜	http://weibo.com/heavycrop	356	917
	猫小北的厕所读物	http://weibo.com/u/3838999046	55	1540
	神回复吐槽帝	http://weibo.com/shftcd	277	715
	这个绝对有意思	http://weibo.com/jiongym?is_hot=1	138	558
第五期 世界那么大	Nicole的生活书	http://weibo.com/nicole831026	177	510
	我们爱讲冷笑话	http://weibo.com/lengxiaohua?is_hot=1	741	1453
	这个绝对有意思	http://weibo.com/jiongym?is_hot=1	138	547
第六期 老爸老妈辛苦了	复古写真馆	http://weibo.com/fuguclub?is_hot=1	343	1059
	Nicole的生活书	http://weibo.com/nicole831026	177	1435

微博传播汇总

微博KOL传播

总共**42**个微博大号参与传播，共传播**25**轮，覆盖粉丝

总量**182,740,191**人，总互动量**32,855**次

第七期 歪国人也过中国年	Edwin欧美音乐疯	http://weibo.com/u/3197269764	166	932
	这个绝对有意思	http://weibo.com/jiongyim?is_hot=1	138	1547
	神回复吐槽帝	http://weibo.com/shftcd	277	1121
第八期 欢天喜地过大年	神回复吐槽帝	http://weibo.com/shftcd	277	1715
	我Hold不住了	http://weibo.com/u/1789834424	953	940
	爆料一姐	http://weibo.com/u/2217389255	111	734
第九期 财经频道大拜年	最神奇的视频	http://weibo.com/sqsp	151	1428
	我们爱讲冷笑话	http://weibo.com/lengxiaohua?is_hot=1	741	639
	请叫我头条君	http://weibo.com/703167847	328	1369
第十期 我想有个家	Nicole的生活书	http://weibo.com/nicole831026	177	1295
	我们爱讲冷笑话	http://weibo.com/lengxiaohua?is_hot=1	741	709
	热议话题榜	http://weibo.com/heavycrop	356	910
第十一期 灯谜会	复古写真馆	http://weibo.com/fuguclub?is_hot=1	343	1161
	大脑切片	http://weibo.com/dnqp	330	979
	请叫我头条君	http://weibo.com/703167847	328	1427
第十二期 我爱大满贯	Nicole的生活书	http://weibo.com/nicole831026	177	1683
	全球时尚	http://weibo.com/dingshengjiblog?is_hot=1	513	426
	大脑切片	http://weibo.com/dnqp	330	671
	这个绝对有意思	http://weibo.com/jiongyim?is_hot=1	138	1566
	神回复吐槽帝	http://weibo.com/shftcd	277	1401

微博传播汇总

微博话题榜单

2015.2.20 【李茂教你撩妹带你飞】

排名成绩：总榜第四、内地明星榜第二

KOL传播：6个

娱公子、一起神回复、大脑切片

P哥出品、杜甫很忙、今日热门推荐

阅读量：667.8w 讨论量：1.5w



返回 发现 热门话题

推荐 榜单 我的 张家口 社会 明星 善

第一名 #带着爸妈去寻宝#
本期《带着爸妈去旅行》开启了寻宝之旅，一路惊...
1.3万讨论 1203.2万阅读

第二名 #金牌奶爸岳云鹏#
原来岳云鹏不仅会说学逗唱，而且还会照顾孩子，...
5809讨论 283.4万阅读

第三名 #千门夜似昼，笙度上元节#
“一曲笙歌春如海，千门灯火夜似昼。”正月十五，...
6278讨论 143.6万阅读

#李茂教你撩妹带你飞#
新婚燕尔的李茂，登上节目舞台，放送福利~宅男...
1.5万讨论 450.3万阅读

#上瘾网络剧#
根据《你丫上瘾了》改编网络剧，由北京锋芒文化...
95.1万讨论 5.7亿阅读

#BIGBANG快乐大本营#
一切以官方消息为准

设置 聊天室 发微博 更多内容

话题主页 设置 图片墙 主持人推荐 话题榜

导语：新婚燕尔的李茂，登上节目舞台，放送福利~宅男赶紧学起来，李茂带你飞~

#李茂教你撩妹带你飞#

话题主持人
惊喜连连
本周活跃天数 0 | 担任天数 57

明星大侦探
这能有多刺激
李茂带你飞

情人节那天发生了什么？
可千万别错过！这是全中国最刺激最...
情人节还能怎么玩？
不能！

本档节目全新升级，
全明星阵容，
精彩案件等你来挑战！
明星大侦探，
带你一起神回复，
脑洞切片，
P哥出品，
今日热门推荐。

明星大侦探
第一季 脑力手

明星大侦探
第二季 穿帮现场

明星大侦探
第三季 脑洞现场

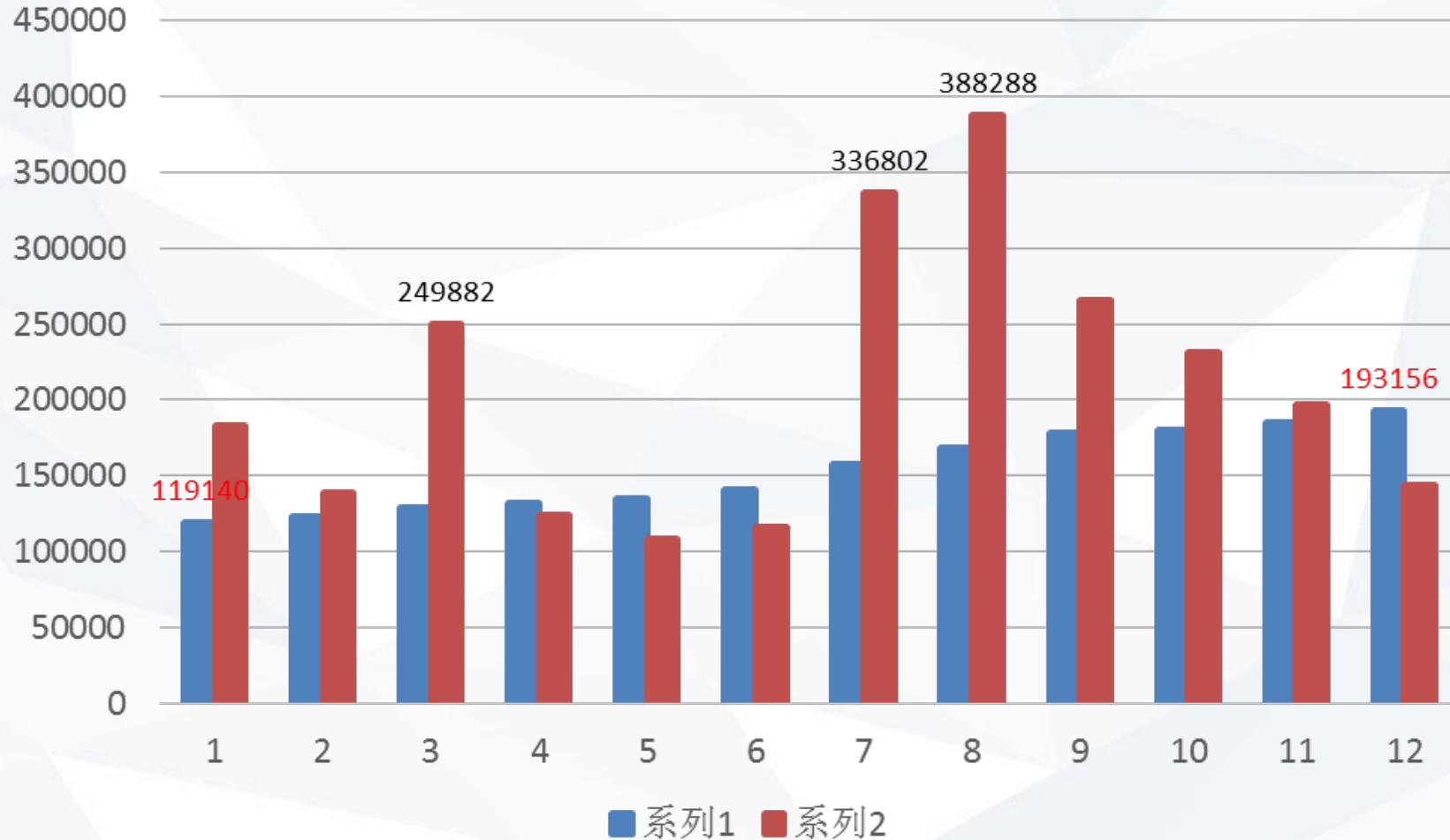
明星大侦探
第四季 脑洞现场

微信规划

日常微信内容规划		
时间	栏目	内容
周一	惊喜列车	上期节目回顾（数据亮点）
	惊喜开门红	节目内获奖名单公布
	摇神答疑	节目相关情况公告
	我们的朋友	金利福珠宝等商家广告宣传
周二	-	-
周三	摇神课堂	上期节目经典题目的延展
	惊喜值得买	节目中的金利福珠宝等商品介绍
周四	Yao惊喜	微信内互动活动
周五	惊喜列车	下期节目亮点汇总
	惊喜达人	节目达人介绍（话题点较多的）
	惊喜达人	节目达人介绍（话题点较多的）
周六	惊喜幕后	节目幕后的故事
	惊喜达人	节目达人介绍
	惊喜达人	节目达人介绍
周日	惊喜现场	下期节目预告
	惊喜对决	四位达人的简单介绍和微信投票

微信运营概况

官方微信公众号粉丝、阅读量



微信概况

在运营期内：

微信粉丝呈持续增长态势，且增长较为平均，对于粉丝的把握度较高；

微信文章阅读量变化较为明显，其中，第三期因为答题H5上线，文章的阅读量较高，第七、第八期结合新年节目播出，热度较高，最高达到单期

388,288的阅读总量。

微信传播汇总

微信KOL传播

总共**26**个微信KOL参与传播，共传播**25**轮，覆盖粉丝总量**2,9090,000**人，总互动量**236,432**次

发布内容	账号名称	微信号	粉丝量(w)	阅读数
第一期 精彩中国 第二期 欢乐出发	娱乐小观众	youmexiaohua	67	8,106
	微热门	qqwrd007	77	11,502
	娱乐头条	ylltttt	286	8,251
	娱乐没有圈	yllmmyyqq	327	11,872
	娱乐八卦	ylbgzh	216	8,585
第三期 开着新车回家了	大内无敌贱客	wxgxtop	11	6,554
	热点时尚风	rdssf1	137	7,624
第四期 我家宝贝长大了	这个很有意思	youmexiaohua	17	7,896
	大内无敌贱客	wxgxtop	11	7,069
第五期 世界那么大	娱乐综艺	yulezongyi	71	7,562
	热点时尚风	rdssf1	137	8,876
第六期 老爸老妈辛苦了	涨姿势	zishi698	16	6,222
	今日热门推荐	jremtj	211	11,498

微信传播汇总

微信KOL传播

总共**26**个微信KOL参与传播，共传播**25**轮，覆盖粉丝总量**2,9090,000**人，总互动量**236,432**次

第七期 歪国人也过中国年	娱乐八卦	ylbgzh	216	11,059
	全球热门	qqqrrmm	90	9,533
第八期 欢天喜地过大年	全球热门	qqqrrmm	90	11,686
	头条新闻	ttxinwwen	136	11,356
第九期 财经频道大拜年	娱乐综艺	yulezongyi	71	8,888
	全球微热点	qqwr007	17	7,796
第十期 我想有个家	星娱乐	TrendEntLife	132	10,406
	涨姿势	zishi698	16	7,341
第十一期 灯谜会	今日热门推荐	jremtj	211	6,384
	就要你好看	haokan910	21	8,444
第十二期 我爱大满贯	大内无敌贱客	wxgxtop	11	12,235
	女神要时尚	nsyssz	177	6,010
	热点时尚风	rdssf1	137	8,349

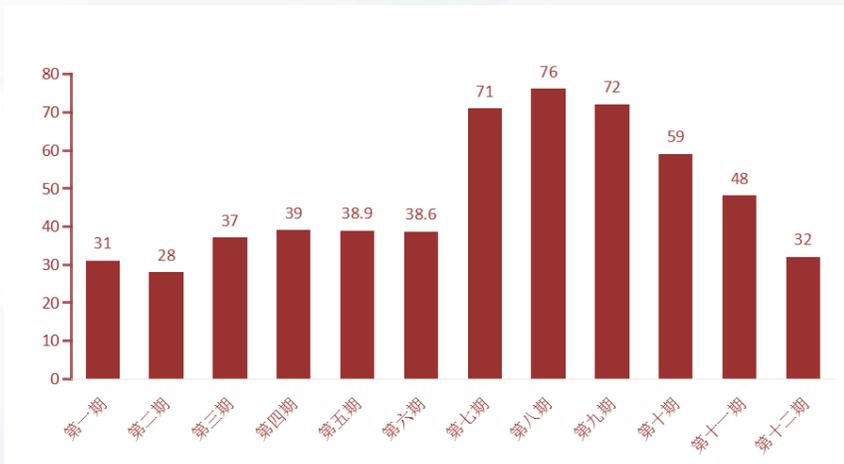


Top
Mobile
Awards

效果&反馈

Result 结果-传播到达 品牌提升 销量支持

金利福《惊喜连连》第二季观众互动数据（数据表格左右对应）



（参与人数：万人）

页面访问总次数：

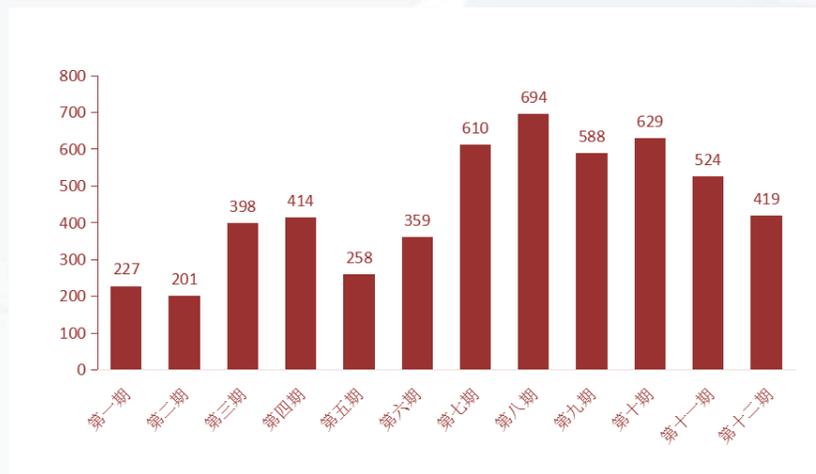
5327万



（奖品发放：万份）

互动总人数：

575万



（参与人次：万次）

打折券（奖券）发放：

1787万

Result 结果-传播到达 品牌提升 销量支持

金利福《惊喜连连》第二季平均收视、摇一摇总参与次数相关数据

