

剧毒盛宴战略发布 项目传播报告

广告主：无

所属行业：互联网

执行时间：2016年5月25日-6月10日

报送单位：乐视视频

参选类别：

- 创意类
- 技术类
- 内容营销类
- 互动体验类
- 媒介整合类
- 电商营销类
- 视频直播营销类

剧毒盛宴

背景&目标

“一剧两星、一晚两集”实施后，中国电视剧产业进入调整期和转型升级。



用户在哪？



IP “泡沫”？



明星成本？

乐视视频作为以大剧为优势的差异化新媒体平台，
如何进行行业破局



传播目标

打破固化合作模式
引导行业尝试“新玩法”
使用户感知受益
成为电视剧行业急需破局的关键



HOW?

洞察&策略

洞察

电视剧行业身处“最好的时代”，为何却让人感受到**危机重重**？

用户 **【危机】**

吐槽成为判断电视剧热度的重要标准？

制片方 **【危机】**

卡斯阵容是标配？热度IP是保障？

平台方 **【危机】**

版权天价，如何盈利成为头疼问题

策略：电视剧行业的痛点需求

以毒攻毒

- 【利用】
用户“痛点”

毒树一帜

- 【痛打】
竞品“痛点”

毒到见解

- 【揭发】
行业“痛点”

毒母

毒到见解

抛出行业痛点做为倒计时悬念，引发业内关注

连续六天倒计时抛出发布会悬念，直指行业“难言之隐”

结合《百鸟朝凤》制片人下跪、五毛特效等热议话题进行内容设计

改档

怎么变脸比变天还快



6月7日 上海电视节

剧毒盛宴

乐视视频 | 乐视全球直播
乐视超级电视 | 乐视超级手机 | 乐视金融 | 乐视全球直播

特效

哈士奇知道你把它当狼吗



6月7日 上海电视节

剧毒盛宴

乐视视频 | 乐视全球直播
乐视超级电视 | 乐视超级手机 | 乐视金融 | 乐视全球直播

翻拍

让你孙子的孙子也看这个吗



6月7日 上海电视节

剧毒盛宴

乐视视频 | 乐视全球直播
乐视超级电视 | 乐视超级手机 | 乐视金融 | 乐视全球直播

衍生

果然是“母”不嫌“子”丑



6月7日 上海电视节

剧毒盛宴

乐视视频 | 乐视全球直播
乐视超级电视 | 乐视超级手机 | 乐视金融 | 乐视全球直播

天价

说好的一分价钱一分货呢



6月7日 上海电视节

剧毒盛宴

乐视视频 | 乐视全球直播
乐视超级电视 | 乐视超级手机 | 乐视金融 | 乐视全球直播

卡司

别提钱 伤感情



6月7日 上海电视节

剧毒盛宴

乐视视频 | 乐视全球直播
乐视超级电视 | 乐视超级手机 | 乐视金融 | 乐视全球直播

以毒攻毒

首发、爆发由明星进行扩散，制造热度话题

【首发声】@Angelababy工作室 六一热点首发预告传播

【爆发点】《漂亮的他》首发物料热点结合，@盛一伦 趣味“散毒”接地气势

精准粉丝、剧迷受众

结合《翻译官》《孤芳不自赏》等几个重；热度传播

发起剧迷、粉丝活动提高活跃度



AngelababyStudio

6月1日 11:41 来自 微博 weibo.com

#607剧毒盛宴# 天了噜！wuli大baby@angelababy 被@乐视视频 变成小朋友啦~乐乐说你们转的多就让颖哥变回白嫖嫖，快！快！快！这不是演习~再说一遍，这不是演习😁



688

1108

1254



乐视视频

6月3日 21:58 来自 微博 weibo.com

#607剧毒盛宴# 当迷雾融入月光，当箫声将你致幻，别紧张，那是我注入你血液的一剂剧毒，骁勇善战楚北捷@钟汉良，清白无瑕白嫖嫖@angelababy，风流倜傥何侠@孙艺洲，笑舞不驯耀天公主@甘婷婷TD，孤芳儿女情，剧毒不自赏《#孤芳不自赏#》剧组在此良祝。6月7日，亲临沪上邀你赴宴，共饮一江剧毒。... 展开全文



钟汉良 饰 楚北捷

《孤芳不自赏》

5082

1209

3227

《孤芳》剧组互动

盛一伦互动



盛一伦

6月6日 12:07 来自 微博 weibo.com

#607剧毒盛宴# 出关 放毒 @乐视视频



收藏

11325

5502

29640

毒树一帜

战略+内容齐发声
全渠道全方位扩散

- 战略发布区别于其他视频网站单传内容片单的唯一模式。以战略为点，内容为面全方位发声
- 5家KOL发声、9大生态账号协同、8家顶尖影视公司联手、3类BD渠道合作
- 企业领导发声从预热到结束全程参与，并与片方、业内知名KOL互动制造行业影响力



媒介&执行

超级IP首次集中曝光

53部顶级巨作，六大类型全覆盖，200多部优质IP储备

古装言情



下一个网台联播现象剧王
《孤芳不自赏》



《将军在上》 《白蛇》 《雪中盟》

《上古》
《萌妃驾到》
《木槿花西月锦绣》

仙侠玄幻



人气偶像鹿晗首触荧屏
《择天记》



《海上牧云记》 《轩辕剑之汉之云》 《剑门大师》

《幻城》
《三生三世十里桃花》

《凡人修仙传》
江湖召集令 IP新玩法

月关系列

网络历史小说第一人
首度独家合作



《夜行记》 《回到明朝当王爷》 《步步生莲》 《夜天子》

年代巨制



茅盾文学奖
《白鹿原》
《最后的王公》
《我是个大师》

都市时尚



中韩联手打造
《漂亮的她》



电视剧教父郑晓龙新作
《北京人与纽约客》



《海上繁花》 《剑侠情缘》 《翻译官》 《欢乐颂2》

《一粒红尘》
《绅士的正确打开方式》
《你这么爱我，我要当真的了》
《在遗忘的时光里重逢》
《28岁未成年》
《我的男神》
《中国式关系》
《猎场》
《当我们混在纽约》
《因为遇见你》
《撕碎你的谎言》

乐视制造



《超少年密码》



乐视影视传媒董事长
《太子妃升职记》 爆款
一开播



《亲爱的阿基米德》 《曾少年》 《医骨香》 《心理罪》

《结爱·异客逢欢》
《那一场呼啸而过的青春》
《灰姑娘的摩登时代》
《龙城武士》
《镇魂》
《尸语者》
《CIS异闻录》
《又拐个皇帝回现代》
《公主贵性》

大数据-媒体邀请

72家

媒体现场报道

96%

媒体签到率

150家

总传播媒体覆盖

在没有明星阵容的情况下，邀请全国各地重点城市娱乐、互联网、科技、财经媒体，到场72家。



总邀请媒体75家，到场72家，媒体签到率达96%。



本次发布会传播共覆盖全国媒体150多家，包含网络、平面、视频、微信新媒体等全部类型。



大数据-线上传播

1000+次

网络媒体传播频次

发布会所有文章网络传播总频次达1000+次，覆盖新浪、网易等门户及重点媒体。



25万+

新媒体阅读量

微信传播覆盖王冠雄、信海光、首席娱乐官等行业知名自媒体，以及娱乐、文化、电视剧类知名kol，最高单篇阅读量达10万+



66万+

百度相关话题

多角度话题营造，全方位媒体覆盖，10天内百度搜索“剧毒乐视”相关话题量高达66万。



大数据-KOL&记者传播



HAPPY BIRTHDAY
北京晨报冯遒

今天 乐视视频“剧毒盛宴”在上海电视节...

乐视视频总裁高飞：150亿战略布局电视剧 建立内容开放生态



DEAD OR ALIVE
人民日报经济网-李一鹏

永不抱怨

今天 乐视视频“剧毒盛宴”在上海电视节...

乐视视频总裁高飞：150亿战略布局电视剧 建立内容开放生态

乐视视频总裁高飞：150亿战略布局电视剧 建立内容开放生态



战钊-光明网-副主编

健康，平安

今天 上海 乐视视频总裁高飞：150亿战略布局电视剧 建立内容开放生态

近200位 KOL朋友圈传播



马海邻-解放日报上海观察

城阙辅三秦 风烟望五津

今天 有钱 乐视视频总裁高飞：150亿战略布局电视剧 建立内容开放生态



生活周刊-王姬

最后他拿出一本满是灰尘的大书读了起来。

今天 乐视视频“剧毒盛宴”在上海电视节...

乐视视频总裁高飞：150亿战略布局电视剧 建立内容开放生态

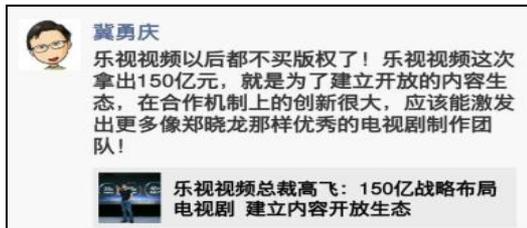


李瀛寰

53部剧目单，这“毒”放的够彻底！剧迷最喜欢的就是能花钱的片方，乐视视频这次开放的内容政策，应该能激发出更多活力

乐视视频总裁高飞：150亿战略布局电视剧 建立内容开放生态

1分钟前 删除



冀勇庆

乐视视频以后都不买版权了！乐视视频这次拿出150亿元，就是为了建立开放的内容生态，在合作机制上的创新很大，应该能激发出更多像郑晓龙那样优秀的电视剧制作团队！

乐视视频总裁高飞：150亿战略布局电视剧 建立内容开放生态

重点媒体传播展示-网络、平面、视频媒体

网络媒体



平面媒体



视频媒体



效果&反馈

传播声量亮点 (以下数据截止为6月13日)

3 话题热度TOP1

- #607剧毒盛宴#两次荣登新浪微博榜单，其中一次为总榜第一名。主话题阅读量远超同行业同类型发布会，甚至超过本届上海电视节主话题。

9429.2

主话题阅读量 (万)

1535.8

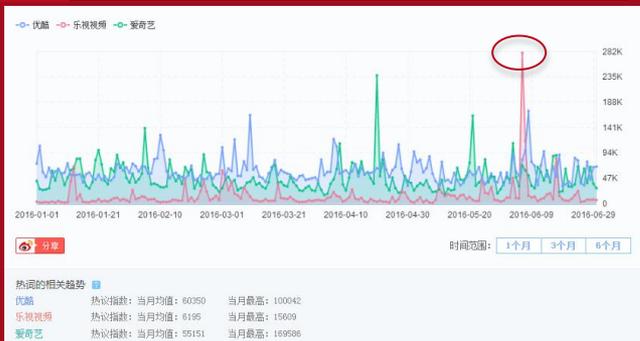
2852.3

#爱奇艺世界#

#第22届上海电视节#

#607剧毒盛宴#

2 品牌微指数创新高



- 6月6日爆发期传播，#乐视视频#微指数达到2016上半年的最高峰值，是以往最高点的6倍。也成为上半年同行业品牌声量最高峰值。6月7日发布会当天话题热度也达到以往最高点的2倍。

1 上百位业内人士扩散好评

业内公司及行业个人分别自主进行扩散及讨论

@二月立春

发表了博文《一次升维——内容产业的乐视主张》每个人都会有这样的经验：真正牵魂绕梦的竞争，是发生在资质、认识和追求最接近的两个人之间，在这个境况下，所有经典的竞争桥段都会发生，彼此之间互有位置交

目一次升维——内容产业的乐视主张