

优酷



- ◆ 微信公众号：优酷娱乐营销
- ◆ 参选类别：TMA十周年——影响力互联网平台



- 优酷创办于2006年，是阿里巴巴文化娱乐集团的核心用户引擎，是中国领先的在线视频平台，现支持PC、电视、移动三大终端，兼版权、合制、自制、UGC、PGC及直播等多种内容形态。优酷以“为好内容全力以赴”为平台主张，凝聚全平台力量，坚定不移为用户长期、稳定推出好内容。

优酷是阿里巴巴文化娱乐集团的核心用户引擎，是中国领先的在线视频平台。2023年,优酷以用户为核心，用精品回应用户热爱，以创新的营销为品牌增长助力。

内容创作层面

为好内容全力以赴，优酷高筑内容营销护城河。

5月，优酷启动“酷营销云发布”，释放了170+内容片单，持续为娱乐营销注入能量。综艺领域，优酷以综艺厂牌“酷酷综”为核心，打造“酷热爱”、“酷欢乐”、“酷成长”、“酷生活”四大赛道，以多元化的精品综艺为用户提供情绪价值，持续带来《这！就是街舞6》《星电音联盟》《剧好听的歌》《我们恋爱吧5》等精品综艺。大剧方面，优酷布局“磅礴力量”、“东方传奇”、“悬疑罪案”、“大好时光”、“星辰大海”、“热血征途”六大主力赛道，释放了由迪丽热巴、龚俊主演的《安乐传》，由张若昀、黄尧主演的《鸣龙少年》，由赵露思、陈哲远主演的《偷偷藏不住》，由刘涛、秦海璐领衔主演的《做自己的光》等优质大剧。

2023年，以《长月烬明》为代表的优酷仙侠剧持续爆发，让“仙侠看优酷”成为用户共识，同时也让优酷坐稳“仙侠剧第一厂牌”。而正在热播的《护心》也凭借精彩的剧情成为广大用户的“新晋下饭剧”，热度一路高走，收获众多品牌青睐。

营销创新层面

创新产品搭建品牌沟通新场景，优酷加速营销提效。

优酷持续强化创新产品的精准投放能力和展现形式，升级「内生定投」、优酷OTT「投屏互动广告」、优酷OTT「UMax」等创新产品，将爆款IP带来的流量与热度转化为品牌的营销势能，助力品牌品效双收。今年优酷与分众达成深度合作，发布“户外联盟计划”，率先实现个人屏、家庭屏和公众屏的多屏联动。依托“户外联盟计划”，优酷首发创新产品「全屏通」，助力品牌精准触达核心目标用户群，斩获更高ROI。

2022年，优酷携手合作品牌打造的创新营销累计斩获金投赏、IAI、虎啸奖、金触点等行业奖项在内的182个奖项。

营销创新层面-代表案例

勇闯天涯superX 《这！就是街舞》四连冠：

节目内依托街舞IP完成品牌破圈，节目外拉通阿里生态经济体构建全链路品效销通路。在第四次合作中，双方还创新元宇宙营销，探索“数字人”、“数字藏品”和“数字场景”等玩法，在勇闯天涯superX与饿了么共创的“Battle了么大玩家”会场中，勇闯天涯superX定制的10000份NFT4天内一抢而空。

东鹏特饮“追凶”《他是谁》：

头部品牌东鹏特饮也借助剧中片中「破屏品牌标板」的广告形式抢占营销热点，玩转大剧营销。品牌与年轻人生活中的各种易疲劳场景关联，切入年轻人需求痛点，精准渗透焦灼追剧人群，凸显产品的功效；同时，通过“累了困了，喝东鹏特饮”的高记忆度的广告语提升品牌认知。

荣耀Magic 4上新双Bigday UMAX霸屏来袭：

荣耀Magic 4系列在新品上市时，通过优酷OTT「UMax」的裸眼3D视觉创意和大屏质感影音，让用户感知荣耀Magic 4系列“缪斯之眼”的极致对称设计，在优质家庭人群中巩固荣耀Magic 4系列的高端旗舰心智。



水位增势 | 内容心智 | 营销升级

平台趋势持续向好，市场认可度走高

用户持续 **增长**

NO.1

2023年优酷APP多次登顶APP Store
下载排行榜第一

流量持续 **领先**

NO.1

2023年以来优酷OTT（CIBN酷喵影视）
月均日活跃终端数均排名第一

商业价值 **认可**

202%

2023年3月优酷商业化收入
达到去年同期的202%

水位增势 | 内容心智 | 营销升级



2023「优酷综艺」丰富题材布局，各赛道全面开花



话题不断，爆款认证

首播4小时优酷站内热度破10000
全网热搜突破3718个
25个行业数据平台TOP1



口碑领跑，上宣&行业安利

豆瓣开分8.1分，口碑领跑
中国青年报等上宣媒体口碑安利
行业专家认证，专业满分



热度霸榜，素人高位热搜

猫眼全网热度总榜/艺恩娱数网
网络综艺播放量指数/酷云综艺网
播热度/抖音综艺榜TOP1
“云众生态”超话排名TOP1



榜单席卷，好歌出圈

豆瓣开分7.5分
骨朵综艺榜TOP3，网综TOP1
单依纯《爱的回归线》连续3天
蝉联QQ音乐榜首



高位热搜，持续发电

首播告捷，收割全网热搜138个
主榜高位热搜引爆话题
#黄子韬说不喜欢员工这两个字# 微博主榜TOP7
#黄子韬和马伯骞情人节被困高速# 微博主榜TOP9
#黄子韬说让马伯骞去干建筑师# 微博主榜TOP8



首播即火，话题十足

云合全网舆情热度Top3，搜索热度Top1
抖音主榜&娱乐榜 双榜第一
综艺热播榜蝉联TOP1
微博话题连续两日霸榜热一

水位增势 | 内容心智 | 营销升级



2023「优酷剧集」爆款持续发力，每月上新出圈作品



全程高燃，热度强势霸榜

全网热搜1730+ / 热度值破万20次
带动同名漫画播放量增长超800%

口碑黑马，行业数据全面登顶

豆瓣评分从7.3涨至8分
灯塔/猫眼/云合/骨朵等权威榜单TOP1



热度领跑 实力认证

优酷站内54小时破万 / 热度最快破万刑侦剧 / 连续20天破万 / CVB/CSM实时收视率TOP1

热搜狂揽 霸榜全网

全网热搜2003+ / 微博热搜1086+ / 微博话题阅读量达13.6亿+



数据登顶 刷新多个纪录

云合/骨朵/德塔文等平台的热度/话题度/传播度/搜索热度/反馈活跃度等均第一

市占纪录刷新 彰显文化自信

创云合近两年剧集网播首日播放量最高纪录，文化主流媒体点赞



专家背书 口碑点赞

20+中医专家背书
微博剧集影响力热播榜TOP1

剧情破圈 大众热议

2023都市剧场最快破万剧集
猫眼、灯塔、云合热度TOP1



首周断层霸屏 各大榜单TOP1

灯塔全网正片市占率/猫眼全网热度日榜/德塔文景气指数/云合全舆情热度榜/微博剧集榜等均第一

站内站外刷新多个纪录

优酷热度值最快破万现偶剧集/2023暑期档首个抖音爆款剧集



万众期待 空降即沸

全网热搜350+ / 微博热搜270+ / 微博主榜38个 / 微博话题主话题阅读量39.6亿+

#安乐传空降了#微博热搜主榜TOP1
#安乐传#微博热搜主榜TOP2
微博电视剧话题榜/剧集影响力榜/实况热聊榜TOP1



水位增势 | 内容心智 | 营销升级

生态/流量营销双引擎升级，提供更强营销价值

生态 持续升维

生态资源赋能

电商场



新零售场



更多场景



生态



IP+

产品

★ 两大联盟计划



户外联盟

超级IP联动品牌
户外数智化营销提效



电商联盟

IP内容进驻淘宝内容场
打通内容种草全新链路

产品 持续创新

内生定投 行业首创 持续深耕

击穿
会员

灵活
定向

数据
回流

OTT 投屏广告获 “2023德国iF奖”

灵活
定向

数据
回流

裸眼
3D

投屏
摇一摇

★ 全屏通

最大化UV覆盖



个人屏 家庭屏 公众屏

★ 新品效

服务品效需求



全点通
新睿视

内容是平台的灵魂，2023年，优酷密集排播热综、大剧、人文等优质内容，实现关注度跃升。演员专业艺训励志真人秀《无限超越班》首播4小时站内热度破10000，登微博、猫眼、艺恩等25个平台热榜TOP1，云合数据显示，其在2023年长视频平台自制综艺中期均V30排名第一。正在热播的仙侠剧《长月烬明》创“优酷站内剧集预约人数最高、上线后破万速度最快”两大平台纪录，直接带动优酷登App Store下载排行榜TOP1，并以云合市占率峰值33.2%拿下“仙侠剧”第一；另据击壤数据，该剧品牌合作总数登4月上新大剧招商客户数TOP1。此外，优质内容的影响力也进一步辐射到家庭场景，奥维云网数据显示，CIBN酷喵影视（优酷TV版）在2023年以来日活跃终端数均排名第一。

超级剧综×超级场景

优质IP价值裂变助推品牌品效再燃

伴随优质内容的到来，新的品牌增长机会不断涌现，优酷将深耕5年的“IP全链路营销”方法论升级为“Cool”营销（Creative-Beyond loop-Love），通过创新商业模式，拓展营销边界，激活用户对于品牌的热爱。“Cool”营销不止于单纯的营销资源组合，而是可持续发展的商业模式；不只追求营销的短期效果，更注重品牌的长期价值。

『综艺营销』以「好内容」为出发点，持续基于平台生态的营销创新

无记忆不营销

借势构建超级影响力
绑定节目最关键记忆点
建立品牌强认知关联

打造品牌热度话题
基于IPx行业最强连接点
构建品牌独特气质

无放大不营销

1拖N内容矩阵深耕
构建主题宇宙
深耕用户彰显品牌内核

辐射式生态营销扩散
以IP为轴心扩容营销周期
整合阿里生态全渠道布局
打通品牌全域消费者营销场

无创新不营销

情绪代入
放大用户情绪价值
建立品牌精神联结

互动融入
节目不止于看
创新交互强化品牌基因

无福利不营销

激发全员“参与感”
内容偏好预约提醒
互动讨论表达自我
沉浸体验福利种草

强化会员“获得感”
线上定制专属福利
线下打造私域场景

『剧集营销』推出全新“剧+X”企划，探索剧集营销无限可能



从内容场到货场，致力种草拔草
链路策略帮助品牌品效合一

剧+
生态

从内容到产品，全平台共振
一键加码，使品牌营销更加有效

剧+
产品

从线上看剧到线下狂欢
辐射娱乐全场景，品牌营销全程陪伴

剧+
整合

剧+
明星

顶流型艺人&待爆型艺人
吃透粉丝经济

剧+
IP矩阵

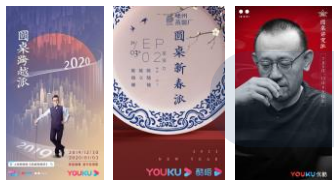
围绕IP打造系列特别策划
缔造IP小宇宙

剧+
微综

从热门爆款剧集到定制微综艺
内容破壁联动，深度渗透核心观影人群

『泛文娱营销』

通过整合资源IP化运营，打造“周末宅计划”和“周末逃计划”等营销IP，深度打通线上、线下场景为品牌开创更多营销空间



经典IP定制番外 借势IP赋能品牌



定向需求承接 低碳环保/文化溯源



同类主题IP专题页 显著集群优势

IP价值
辐射

名人价值
辐射

文化名人专题页 专题冠名/长线合作

线下站台 发布会/沙龙等活动嘉宾

社交话题联动 小红书、抖音私域运营



【生态资源赋能】

基于生态资源，加持品牌立体化营销

双IP共振

尖货营销

人群激活

户外联盟

电商联盟



【生态内容自造】

基于生态能力 创新内容矩阵

虚拟现实偶像

超级剧综潮玩

节点营销内容

直播内容矩阵



- 勇闯天涯superX、喜力啤酒、剑南春、汾酒、红星二锅头、牛栏山、茅台等酒水行业品牌
- 皇家美素佳儿、伊利金领冠、君乐宝奶粉等母婴行业品牌
- 喜临门、万和、长虹、博世等家居家电行业品牌
- 康师傅冰红茶、华润怡宝、可口可乐、蒙牛纯甄、养乐多、农夫山泉、美汁源等饮品行业品牌
- 雅迪电动车、现代汽车集团、宝马、锋兰达、沃尔沃、深蓝汽车、捷达等交通行业品牌
- 兰蔻、海蓝之谜、雅诗兰黛、苏菲、洁伶、凡士林、联合利华等美妆及个人用品行业品牌
- 百多邦、华润三九、无限极、健民药业、桂龙药业、济民可信、达克宁等医药行业品牌
- 蕉内、Nike、Clarks、鳄鱼等服饰行业品牌
- 蚂蚁财富、中国移动、自如、中免日上、度小满、猎聘、飞猪等平台类
- 阿尔卑斯、双汇、王小卤、必胜客、须尽欢、KFC、家乐、胡姬花、海天等食品行业品牌
- Intel、荣耀、华为、三星、小米等电子3C行业品牌