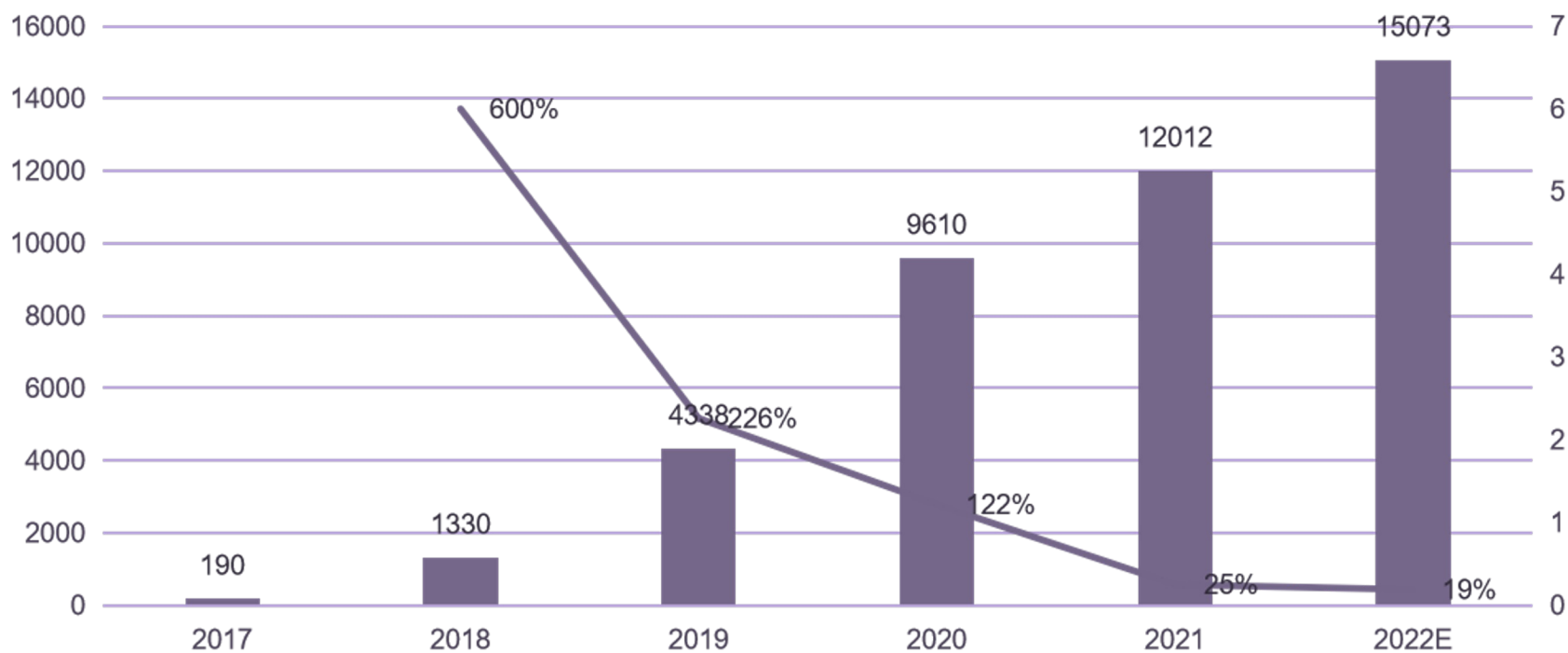


原创节点IP营销-UC直播618匠心品质节

- ◆ **品牌名称：**UC直播
- ◆ **所属行业：**网络平台及服务类
- ◆ **执行时间：**2023.06.18-06.30
- ◆ **参选类别：**直播营销类

2020年疫情的发生如同催化剂激发电商直播行业的活力，市场规模相较于上年增长122%，达9610亿元。2021年，中国直播电商行业的总规模已达到12012亿元。中商产业研究院预计2022年中国电商直播市场规模进一步上升至15073亿元。在资金、政策等红利加持下，直播电商在未来将实现进一步增长。



2017-2022年中国电商直播市场规模发展

■ 市场规模 (亿元) — 增长率

教学（知识）类型

董宇辉

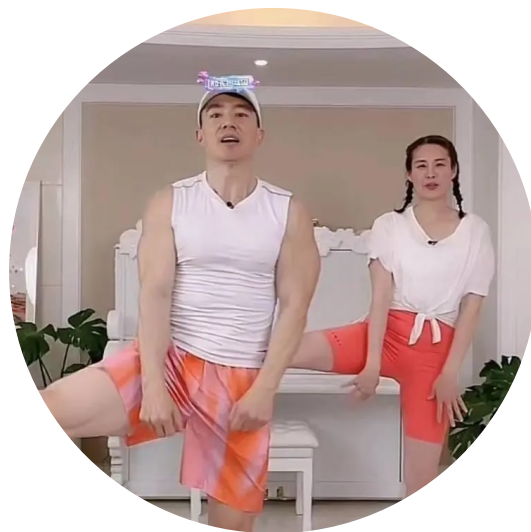


半年粉丝破：

1000W

教学（运动）类型

刘畊宏



半月累计观看人数超：

1.4亿

搞笑娱乐类型

疯狂小杨哥



全网首个粉丝超：

9999W+

专业类型

罗永浩



实时最高累计在线人数：

4800W+

交易目标

618当日GMV600W

商家目标

日均开播商家120+

双百目标

618百场直播
百余位大师主播

商品目标

618营销商品
超百余款



Top
Mobile
Awards

全链路布局，建立更便捷、流畅的消费场景 洞察&策略

UC直播，紧抓618大促节点营销，阶段性前、中、后期布局规划，从选品、内容、流量、运营等多角度配合，建立更便捷更自然的消费场景与多品类特色，高复购率的直播电商平台。

前期

内容+选品+用户

内容：打造以书画，文玩为主要品类的购物型IP活动内容；
选品：翡翠、玉石、书画、保健、文玩、紫砂等；
用户：大R、中R、小R、普通活跃用户、纯新用户分层。

中期

流量+产品+运营

流量：精准模型、机动扩流量、实时监控；
产品：主会场联动、主播榜单、商家标签、用户昵称隐藏等产品功能上线等；
运营：科学预测、节奏把控、积极响应。

后期

多场景引流+公私域下发+便捷消费体验

多场景流量公私域下发：搜索、信息流、大师专场等私域流量+SSP扩流量；
便捷消费体验：渠道能力+支付能力打通支付链路随时随地下单。



UC直播

便捷、自然的消费场景
多品类特色、高复购率的直播电商平台

内容力 X 产品力，建设有品类特色，高复购率的直播电商平台

紧抓时下吸引用户直播带货方式，充分利用大师达人号召力、营销力，建立更便捷更自然的消费场景与消费链路。

分层创意

主播吸引

策略保障

创意达成

建设有品类特色，高复购率的直播电商平台

原石	大R (历史消费 ≥ 10000)
翡翠	
和田玉	中R (历史消费 100-9999)
书画	
宝剑	小R (历史消费 100-9999)
木制文玩	普通活跃用户 (历史无消费 老客)
紫砂	
陶瓷	纯新用户 (历史无观看 新用户)



流量策略保障

用户玩法吸引

运营策略保障

精准模型

产品功能

机动扩量

流量监控

商家标签

带货榜单

新人红包

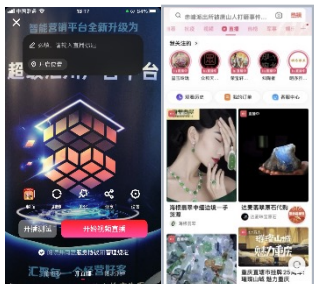
科学预测

节奏把控

积极响应

...

高质量的内容资讯



大鱼内容生态达人主播

以用户需要的商品和服务为基础进行直播

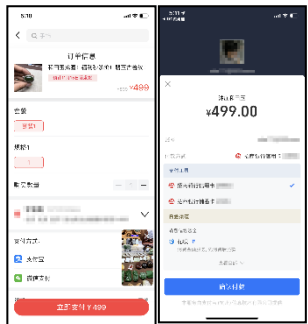
有价值的商品信息



公域+私域下发

根据用户的偏好和需求精准下发

便捷的消费体验



渠道能力+支付能力

打通支付链路
随时随地下单

用户+商品分层

百余位主播，18场大师专场打造吸引



Top
Mobile
Awards

原创节点IP-618匠心品质节

效果&反馈

以书画，文玩为主要品类的购物型IP活动



18位 书画界，国学届大师莅临直播间

超100场直播 累计曝光超过 5000万

7,000,000元 618单日GMV超