

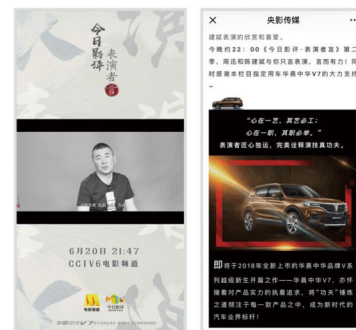
# 今日影评 · 表演者言

2017年与2018年,《今日影评》栏目匠心推出《表演者言》系列节目。由知名演员周迅与电影频道联合发起,其摒除一切多余的形式,仅以朴实的清谈,深入浅出地解读影视艺术,将十一位专业表演者的经验心得凝练成一节节富有教育意义的表演课,阐述表演的真谛。

两季节目电视端黄金时段播出,网络端头部视频播放总量近亿,微博话题讨论数近百万,移动媒体与电视媒体同步发声,引起社会强烈反响;而华晨中华V7作为《今日影评·表演者言》第二季栏目指定用车,与栏目的合作过程中呼应了“表演初心”,展现“坚守匠心”的品牌态度,为优秀电影精神传播助力。

品牌与《今日影评·表演者言》第二季在合作信息曝光层面,总计发布新闻稿百余篇,从文化、时尚、娱乐、汽车等多个维度进行品牌形象传播;全国总曝光人数超过5000万,实现了公关传播投资回报的杠杆化。在传统公关传播之外,品牌在数字领域与粉丝群体积极进行互动,获得了单条活动微博转发数达到10万的不斐战绩。微博话题中参与讨论者逾15万,影响了超过9000万的微博用户,并在品牌全国上市当天晚间黄金时段,成功冲击热门话题排行榜第二,与世界杯话题同框,实现世界杯热度与节目热度的双重叠加,带动曝光量和关注度的大幅上升。

品牌与《今日影评·表演者言》第二季的合作实现了高曝光、高触达的广告价值,又达到高口碑、高互动的公关效果;坚持有态度、正能量的内容策略和大范围、多圈层的媒介策略,充分利用IP类媒体,向受众传达品牌主张,将行业地位、品牌态度、产品理念融合成立体可感的形象,深化用户对于品牌产品的认知。



合作品牌: 华晨中华V7

