

【新闻稿】



## 猫眼全文娱营销平台告捷，单个案例曝光 17.8 亿次

2019 年 8 月 2 日 – 近日，《蜘蛛侠·英雄远征》（香港译名《蜘蛛侠：决战千里》）在中国上映。猫眼娱乐（「猫眼」或「本公司」，HKEx: 1896）成为了此次在中国区拿到蜘蛛侠形象授权的 M&M's 的营销合作伙伴。通过猫眼全文娱营销平台强大的内容创意和全网文娱媒体矩阵优势，M&M's 与蜘蛛侠彼得帕加（Peter Parker）在中国进行了一场深情邂逅。而此前，猫眼娱乐更多是作为电影、电视、演出和展览赛事的营销平台广为人知。

截止目前，《蜘蛛侠》观影场景整体曝光超 17.8 亿，用户互动点击超 1.2 亿，其中，猫眼拼团、idol 打榜总共计曝光量超过 15 亿，猫眼矩阵内 KOL 单条微博阅读量超 2800 万。

在此次营销过程中，猫眼采用多种渠道和创意。首先，打开猫眼小程序，或是点击「猫眼电影演出」公众号、「猫眼娱乐服务号」、猫眼影迷社群购买电影票时，用户能在最显眼的位置看到被蜘蛛侠「挟持」的 M&M's，以及买 M&M's 看《蜘蛛侠》减价券的福利放送。

其次，为营造 M&M's 和蜘蛛侠的同框机会，猫眼安排二者一起出现在「喵不可言」、「斑布猫」等头部抖音博主的创意里，累计播放量 3500 多万。值得一提的是，「喵不可言」正是前两天因为制作 800 条牛仔裤堆出「现男友」李现的视频而被推上微博热搜第一的短视频账号。

最后，猫眼还充分发挥了线上线下的观影场景曝光优势，比如，在猫眼小程序、APP 等购票环节，全量曝光 M&M's，仅猫眼拼团、idol 打榜共计曝光量超过 15 亿。另一方面，猫眼动用了全国范围内影城的取票机，每当取票时用户都会惊喜地发现由 M&M's 送出的《蜘蛛侠》电影票减价券。

直到现在，本次活动的曝光量还在增加。不断滚动的数值背后，我们能看到猫眼作为一个全文娱营销平台所具备的实力。

对于影视行业的人来说，深耕影视娱乐圈的猫眼一直是个内容营销的好手。如今，当广告人看到猫眼也会洞察品牌受众的心智、懂得给品牌受众讲故事的方法、更因常年身处文娱传播一线而手持忠实用户及优质场景入口时，必须承认：猫眼已经成长为一个合格的「广告人」了，值得被更多影视圈外的品牌发现。

猫眼在本月初的「2019 猫眼全文娱战略升级发布会」上亮出了她在文娱营销领域的实力：10 亿量级的文娱消费场景用户、1.9 亿+文娱媒体矩阵粉丝、2 亿+小程序生态用户、22 亿+文娱营销预告片播放量，以及覆盖 42 个城市的影迷会、130 个城市 400 多个核心

商圈的 100 万+曝光点位。

我们不能再固守执念的认为它仅仅是一个垂直于影视、娱乐行业，拥有资源整合、分发能力的文娱平台。事实上，猫眼已晋升为拥有整合营销实力，可为不同行业品牌主，打造现象级文娱营销案的金牌服务商。

场景，是猫眼在文娱营销中的原生优势。它自建文娱信息流媒体矩阵，旗下账号在微博、抖音、网易、新浪等平台长期高居文娱类账号排名榜首，汇集成出色的线上流量池。

例如：旗下「喵不可言」抖音号，全网粉丝量 400 万+，总播放量过数亿；擅长借势热点文娱话题，推出「牛仔裤摆现男友」、「多米诺骨牌告白林志玲」等创意作品，曾登顶内地知名排行榜卡司数据排行榜，并多次位列微博热搜榜。

实际上，猫眼已经为肯德基、OREO、Mars 等 100 余家品牌提供过服务，能够深入娱乐消费场景——这是其他品牌服务商在文娱营销中不曾具备的高级能力。M&M's 的品牌营销案例，是猫眼实力的一次出色检验。

- 完 -

### **有关猫眼娱乐 (HKEx: 1896)**

猫眼娱乐是中国提供创新互联网赋能娱乐服务的领先平台，通过持续地能力建设，如今的猫眼娱乐不仅仅是中国最大的在线电影票务平台和第二大的现场娱乐线上票务平台，更是能够为整个文娱行业多条产业链提供全方位服务的「互联网+娱乐」平台，具体业务包括线上票务服务、娱乐内容服务、娱乐电商服务、广告及其他业务。

2019 年 7 月，猫眼娱乐发布猫眼全文娱战略，并正式启动与腾讯的战略合作「腾猫联盟」。猫眼全文娱战略提出的「猫爪」模型，主要由猫眼全文娱票务平台、猫眼全文娱产品平台、猫眼全文娱数据平台、猫眼全文娱营销平台及猫眼全文娱资金平台五大平台组成，全面服务电影、现场娱乐、剧集、视频、短视频、文娱媒体、音乐、艺人及 KOL 等各个领域。

### **媒体查询：**

汇思讯中国有限公司

陈洁仪

电话：+852 2232 3933

电邮：[schan@christensenir.com](mailto:schan@christensenir.com)