**时尚芭莎**

**所属行业**：时尚媒体

**参选类别**：数字营销最具影响力品牌

**品牌简介**

《时尚芭莎》是由2002年创办的，定位为成熟、高品味的职业女性时装杂志。在期刊市场日益激烈的竞争中，《时尚芭莎》表现突出。《时尚芭莎》不仅提供最新的时尚资讯、精辟的流行趋势报道、最受关注的人物专访和女性话题，还时刻与读者分享当代女性生活的乐趣和美学，为女性读者提供自强不息、自信独立的精神力量。

**2022年数字营销影响力表现**

深受智能手机和互联网影响而成长的Z时代人群是时尚芭莎新媒体的主流受众群体。时尚芭莎新媒体高度聚焦女性与时尚，全方位高效输出优质内容。深耕年轻化营销，内容形式不断创新、多媒体多元化呈现、注重交互体验，为用户搭建强社交平台。以时尚芭莎为核心的新媒体矩阵账号多达30多个，总用户数达4200万。

**微博：**时尚芭莎、MiniBAZAAR、芭莎电影、芭莎美容、芭莎视频BazaarV、时尚芭莎艺术、芭莎CLUB等。微博矩阵总粉丝量突破 2400万，居于时尚媒体领域微博头部账号前列。

**微信：**时尚芭莎、MiniBAZAAR、芭莎电影、时尚芭莎艺术构成的微信矩阵，在细分垂直领域发布最专业最及时的深度报道。微信矩阵总粉丝量超 336万 ，时尚热点事件和时尚美学专业报道，以时尚媒体视角进行专业解析。

**抖音：**《时尚芭莎》官方抖音视频内容覆盖明星、娱乐热点、时尚等创意视频栏目。粉丝量已逾218万 ，成为时尚类抖音短视频领域最强视频大号。抖音视频栏目：#Bazaar wow# — 明星采访；#秀场直击#—明星秀场；#明星穿搭#—明星机场/活动私服穿搭；#封面大片#—芭莎拍摄的大片；#活动资讯#—红毯/活动现场拍摄视频；#片场直击#—拍摄现场艺人互动等栏目。

**小红书：**平台热门翻包种草类账号，分享美妆好物，传递多元化的美容健康观念。“芭莎课代表”，“女明星的家”等多个已有栏目。全新“美妆先锋”IP将与平面杂志共同联动，每月与KOL一起传播芭莎引领的“仿妆”话题，提升芭莎美妆的影响力。

**代表案例**

**芭次元盛典：**《时尚芭莎》特别邀请当下最热门的国产动画影视 IP中的60余位动画人物共赴“芭次元”动画盛典。他们共聚神奇“芭次元”空间——无门则世界大同。他们身着国潮设计师精心打造的华服亮相“芭次元”红毯，尽享视觉盛宴。

**智美女性论坛：**

时尚芭莎在上海主办一场线下论坛活动，邀约七位不同领域的智美女性，以热爱为核心开启专题讨论，与INTOYOU心慕与你一起探索她们多面人生的故事，用柔和细语唤醒女性独立，用细腻的力量激活每一种美，开启一段爱我本色之旅。

**芭莎国际美妆大奖：**

2022年芭莎国际美妆盛典全面升级，盛典以“力由心生”为主题，意在表达美妆好物不仅从外在给予肌肤和五感多方位的关怀，更从内在焕发生机活力。让人类之美可抵岁月漫长，更具有无限延展的空间。围绕这一主题，盛典在红毯、颁奖之外，还设置了精彩表演和美力先锋演讲多个环节，更专门打造“能量公园”快闪店，延伸对于美与力量的诠释和解读，呈现了一道融合多元内容的时尚盛宴。

一年一度的芭莎国际美妆盛典，已然历经7年发展与沉淀，在坚持为消费者带来极具权威性的购物参考的同时，也将继续带动品牌以优质产品为驱动力推动行业良性发展，赋能多元化的美学理念，让美从心出发，心无界，力无限！

**时尚芭莎年度设计大赏：**

以推动美学传播为初心，以「了不起的设计」之名，启动首届年度设计大赏，力求将美学艺术与生活的实用主义融汇联动，重塑设计美学认知，引领设计美学生活方式。以「甄选设计好物，匠心回敬生活」为主旨，评选年度产品设计榜单、年度设计师榜单、年度跨界设计榜单。时尚芭莎设计大赏微博话题阅读量累计1.8亿+次。