

淘宝直播2024十个勤天双旦狂欢跨年项目

- **品牌名称:** 淘宝直播
- **所属行业:** 综合类电商平台
- **执行时间:** 2023.12.01-12.25
- **参选类别:** 社会化营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://v.qq.com/x/page/m35380bagnm.html>

每逢跨年，必然掀起各方营销内卷大战。十数台晚会齐齐拉开序幕，卷创意、卷阵容、卷舞美，连带着观众和用户也得加入一起卷，为了感兴趣的内容或喜欢的明星在各个平台来回切换，本次跨年直播想要在各大晚会中杀出重围本就是一件很困难的事情，再加上这次直播是淘宝乃至全网首次24小时不间断跨年直播，在内容编排、艺人配合、公关舆情方面都有着一定的风险。

每逢跨年，必然掀起各方营销内卷大战。十数台晚会齐齐拉开序幕，卷创意、卷阵容、卷舞美，连带着观众和用户也得加入一起卷，为了感兴趣的内容或喜欢的明星在各个平台来回切换，本次跨年直播想要在各大晚会中杀出重围本就是一件很困难的事情，再加上这次直播是淘宝乃至全网首次24小时不间断跨年直播，在内容编排、艺人配合、公关舆情方面都有着一定的风险。

*场观：350万pv (总计)

* 时长：80s (时长成本1.1007, 小于fcc项目2.46指标)

* 搜索回流：25万pv, 18.8万uv (对标fcc项目成本/整体搜索回流uv<25)

* 目标人群：18-25岁年轻用户群体

* 主会场带动分享：10万uv

* 主会场带动14天拉活：15万

* 项目UGC任务：总开播数1000+

在确认跨年合作艺人名单后，我们确定了传播主题为：【2023跨年“疯”收夜】

十位阳光少年带着一份冲劲儿努力“耕耘”了一整年，这份执着和疯狂都表现的淋漓尽致，在2023的最后一天，少年们在丰收的喜悦中也把这份“疯”劲儿收了回来，在回顾感慨的同时，也携粉丝一同展望2024

预热阶段：用户为什么要来看？（微信粉丝群、微博、小红书）

策略1：以明星热度看点、周边，深度触达粉丝群体

全方位全渠道触达粉丝、潜在粉丝，360度满足粉丝心愿。

策略2：以内容洞察用户情绪，吸引大众用户

通过直播间环节设置、有趣玩法，营造新年氛围，调动大众用户的跨年情绪，吸引大众用户进站

爆发/续热阶段：出圈传播直播事件外围发酵（微博、抖音、小红书）

策略3：直播间预埋出圈

以当天预埋的直播间事件，辐射大众娱乐用户，设计冲榜热搜，扩大直播整体声量

预热阶段 (小红书、微博、微信社群、超话)

策略1: 以明星热度看点、周边, 深度触达粉丝群体

全方位全渠道触达粉丝、潜在粉丝, 360度满足粉丝心愿, 深度触达粉丝

传播渠道: 微博、小红书、微信社群

1、2023 ‘疯’收许愿池: 邀请禾伙人展示自己2023年的“疯”收 (形式不限, 越疯越好), 有机会获得拍立得, 上淘搜索“跨年疯收夜”, 带到直播关键信息, 淘宝直播小助理会随机回复掉落心愿礼物; 许愿池选出头彩锦鲤, 互动量最高的获得2888+后陡门限定年货)

传播渠道: 微博+小红书

传播形式:

微博: 带#话题 转评赞淘宝直播官方微博, 收获相关的周边礼物

小红书: 由@淘宝 官方发布, 网友评论+按需求发布展示自己23年的“疯”收, 再由淘宝直播小助理在评论区进行回复抽取。

策略2：以内容洞察用户情绪，吸引大众用户

通过直播间环节设置、有趣玩法，营造新年氛围，调动大众用户的跨年情绪，吸引大众用户进站

核心抓手：跨年氛围感

1、大众预热事件-晴天种子派送，2024继续疯收...

内容阐述：淘宝直播官宣十个勤天心愿之夜，讲述少年们的“疯”收故事，向大家发起抽奖送出2024年晴天向日葵种子和手写养护卡/在卡片上签名，期待2024再一次“疯”收

传播渠道：淘宝官方微博/十个勤天转发

传播形式：微博：带#话题 转评赞淘宝直播官方微博，抽送向日葵种子



2、电子跨年心智传播——拒绝人挤人，淘宝直播拉满你的跨年仪式感，一起电子跨年——直播间倒数、跨年烟火、跨年心愿、2024年第一场日出

具有跨年氛围感的直播环节梗图示意：



渠道：小红书、微信

传播形式：小红书、微信社群梗图、跨年流程图传播

3、主会场站内抽签玩法

淘宝直播官宣主会场新年签玩法，引导搜索“勤天幸运签”/“勤天接好运”

渠道：微博、微信

传播形式：官宣海报+微博营销号微信社群梗图传播

新年祝福签语音

蒋敦豪（玄学人设立住+十人的组合）：大家好，我是蒋敦豪！（致辞开头）祝你2024年一帆风顺，二龙腾飞，三阳开泰，四季平安，五福临门，六六大顺，七星高照，八方来财，九九同心，十个勤天，祝你新年快乐，2024“疯”收！

鹭卓（气泡音）：hi，我是玫瑰花王子鹭卓，2023很开心能够疯收大家的喜欢，希望2024年大家都能疯收属于自己的最灿烂的花

李耕耘（爱吃甜食）：你好，我李命镪祝你（霸道语气）2024每天都有甜甜的蛋糕吃，啾咪！（甜妹语气）

李昊（强调猛男人设，爱说儿化音）：今天是猛男李昊给你送祝福一天儿，祝你新年儿快乐儿，2024一定“疯”儿收儿，明年见！

赵一博（标志话术：今天的你也辛苦了）：嘿嘿，我是赵一博，今年的你，也辛苦啦（温柔），明年的你一定会“疯”收！

卓沅（甜妹语气）：朋友们，大家好，我是卓沅，今天是个好日子，祝你新年快乐，2024继续做最真实的自己，一起疯收！

赵小童（赵局+文艺）：咳咳，我是赵小童，新年有一句很喜欢的话和大家分享下——如果生命是绵延之流，愿你在其中找到肯定的、不变的、稳定的东西，新年快乐，一起迎接2024第一个日出吧！

爆发/续热阶段：出圈传播直播事件外围发酵（微博、抖音、小红书）

策略3：直播间预埋出圈

以当天预埋的直播间事件，辐射大众娱乐用户，设计冲榜热搜，扩大直播整体声量

传播渠道：微博热搜、抖音热搜

策略4：直播公益续热

直播间贴片说明

pr稿件：直播间打赏全部用于公益事业（农业研究、流浪动物救助）

话题曝光

跨年疯收夜相关内容全网曝光累计超6亿

微博热搜总榜5条霸榜 曝光超4亿

总榜第11位 #不要再瞎练八段锦了 曝光超9035.6w 互动2.1w+



总榜第20位 #十个勤天跨年直播 曝光超9616.5w 互动11.7w+

总榜第29位 #十个勤天拍立得 曝光超1467.1w 互动1.3w+

总榜第35位 #别人睡觉跨年我是上班跨年 曝光超10000w 互动3.8w+



跨年热搜榜第5位 #原来跨年晚会还可以这么玩 曝光超5080.5w 互动3000+

实时上升热点 #2023十个勤天爆笑盘点 曝光超89.7w 互动900+

活动主话题#跨年疯收夜 曝光超9471.4w 互动103.5w+



淘宝直播官方发布十个勤天周边互动抽奖，引发全网发帖超1.5w篇，转发超8w

互动话题#跨年疯收夜听你说心愿 全网话题曝光超1816.6w

微博曝光超1537.7w 原创量达5906

抖音曝光超245.6w



小红书曝光超33.3w





预告短视频

发布瞬间冲上微博视频热门榜单第7位

微博、抖音、逛逛3平台发布，总播放量超782w，总互动量超77.4w

微博：播放量417.6w+ 互动量49.3w+

抖音：播放量329.5w+ 互动量28.1w+

逛逛：播放量35w+



跨年直播cut精彩混剪，各平台持续发酵

预告片二创自然发酵粉圈扩散

