

鱼跃沟通

JOYING
鱼跃沟通
— 创意营销·游刃有鱼 —

- **公司网址:** <https://www.joyingchina.net/>
- **微信公众号:** 鱼跃沟通广告
- **参选类别:** 年度数字营销创新力代理公司



鱼跃简述

- 长沙鱼跃沟通广告有限公司（以下简称“鱼跃沟通”）成立于2012年，是湖南第一家具有4A资质的整合营销传播机构，也是中国最具实力及增长最快的整合营销传播机构之一。鱼跃沟通以全媒体整合品牌运营+MCN新媒体运营为双核发展战略，为企业与组织提供全面的品牌管理与营销服务，目前已为全球多家500强企业提供专业化整合营销服务。

鱼跃规模

- 鱼跃沟通总部设在长沙，以长沙为基点为全国提供创意与策略支撑，在上海、武汉、四川、云南、福建等全国5个省市设有分支机构，业务范围覆盖全国；
- 成都鱼跃：负责品牌互联网运营、营销及social媒介投放策略；
- 麦抖文化：负责运营及孵化KOL达人，打造自有短视频IP。

鱼跃沟通在册员工100 +

其中70%为创意执行人员



30+



40+



20+



20+

总监均有超5年的4A从业经验

麦抖
MCN

战略股东



爱奇艺战略入股的mcn 机构



小红书战略入股的明星运营机构

最丰富的明星资源最紧密的合作关系

麦抖 MCN

国内领先的MCN连营矩阵

抖音MCN机构

总体量行业 TOP 5



快手MCN机构

总体量行业 TOP 3



小红书MCN机构

总体量行业 TOP 1



- 报选创新力公司，重点阐述公司本年度在数字营销领域的创新表现和优异成绩。
- 爱尔眼科《近视防控守门人觉醒计划》整合传播方案



➤ 爱尔眼科近视防控守门人觉醒计划整合传播方案

- 【品牌主】：爱尔眼科
- 【创新亮点】：1：打造《一场特殊的家长期末测试》话题事件！

借寒假到来的节点，邀请20位家长代表来开一场“特殊家长会”，放大广大家长认知上的矛盾点，并打造成一件具有社会话题的事件，软性传递爱尔眼科专业形象，进一步深化爱尔眼科5P近视防控模式传播。

视频链接：<https://haokan.baidu.com/v?vid=3972500731432741295>

2：《5P近视防控模式剧情科普短视频系列》！

5P近视防控模式是爱尔眼科基于多年经验提出的理论体系，对于大众来说，是一个全新的内容，而且比较晦涩、难懂。

5P近视防控知识系列系列短剧，结合5P近视防控模式核心要点，以更具代入感的方式，将5P转化成用户语言和情境，向大众持续科普5P，使之简单易懂，从而产生认同。

系列1：https://weibo.com/7722919819/LcG6QAKJh?from=page_1006067722919819_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment

系列2：https://weibo.com/7722919819/LgHnWz4lx?from=page_1006067722919819_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment

系列3：https://weibo.com/7722919819/Licxm4Wah?from=page_1006067722919819_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment

系列4：https://weibo.com/7722919819/LmiHaxCe2?from=page_1006067722919819_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment

系列5：https://weibo.com/7722919819/LDqMpdqoX?from=page_1006067722919819_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment

➤ 爱尔眼科《近视防控守门人觉醒计划》整合传播方案

- 获2023第十一届TopDigital创新营销奖-整合营销（医疗健康行业）金奖
- 获第14届金鼠标数字营销大赛-数字媒体整合类 铜奖



➤ 内参酒父亲节IP打造：和隔壁老樊一起解读“父与酒 馥郁香”



- **内参酒父亲节IP打造：和隔壁老樊一起解读“父与酒 馥郁香”**

- 【品牌主】：内参酒

- 【作品说明】：在我们的人生旅途中，随着年龄的增长，与父亲往往是远远相伴却少有交集。父亲，似乎永远都不会像母亲那样温柔表达对你的爱，言简意赅的父亲，总是把所有的关心与爱都藏在心里。面对含蓄内敛，习惯把爱深藏于心的中国式父子，与其说很多话，不如把爱唱出来，通过一首打动人心的歌拉满受众情绪，分享一首歌破除直接表白的尴尬，唱一首歌打造父亲节仪式感。

因此，音乐营销赛道显然成为不错的解题方法：不做单方面的输出宣导，而是从一首歌一个故事，解读深厚的父子情；创作大众喜爱的表达载体，以词曲诠释，传递极具东方智慧的中国式父爱；不走行业常见父亲节表白套路，将“馥郁酒·父与酒”IP深植，绑定品牌文化以歌传情，与客群开启了一场双向奔赴的情感升温之旅。

由隔壁老樊_樊凯杰倾情献唱内参酒父亲节主题曲《父与酒》，于2023年6月18日浓情上线，父爱如山海般深沉宽广，似酒般馥郁醇厚，内参酒谨以此歌献给天下父亲，用一杯酒，一首歌，参悟一生父爱。

- 视频链接：<https://v.qq.com/x/page/b3519tdb48d.html>

- **内参酒父亲节IP打造：和隔壁老樊一起解读“父与酒 馥郁香”**
 - 获2023TBI杰出品牌创新奖 -整合营销类 金奖
 - 获广告主金伙伴盛典媒企合作案例-2023年度整合营销金案
 - 获2023第七届DMAA国际数字营销奖-酒饮类 银奖
 - 第10届TMA移动营销大奖-案例类IP营销类 铜奖



品牌客户—超8年全国整合品牌推广服务经验



北斗

劲仔

