**优酷**

**参选类别：**年度数字营销影响力互联网媒体/平台

**简介及核心优势**

内容力和营销力依旧是视频平台立于不败之地的基石。

内容上，优酷围绕**“一横八纵”内容战略**，持续为用户带来优质内容。

剧集方面，始终坚持大剧战略、精品战略和独播战略，重磅推出悬疑剧场、宠爱剧场、合家欢剧场、港剧场、都市生活剧场五大剧场，持续为行业输送优质大剧。

综艺方面，以超级综艺为主轴，推出超级综艺、潮流文化、女性生活三条综艺排播带。

营销上，2020年11月11日，优酷发布“酷营销-CBD模型”，即以内容向心力、生态融合力、数据驱动力三大营销价值，赋能品牌破局式增长。

**数字营销领域突出成绩**

**1、招商成绩显著：**2020年，优酷招商成绩显著，《这！就是街舞3》与49家客户达成合作；《巡回检察组》与30个品牌主达成合作；《平凡的荣耀》收获20+品牌合作。

**2、推出“云制播”技术：**在后疫情时代，优酷推出“云制播”技术，助力2020秋交会“新剧发布”通过“线下现场推介+线上直播推介”顺利召开。

**3、首创行业消费场助力模式：**《追光吧！哥哥》在天猫vivo官方旗舰店增设哥哥助力渠道，首创行业消费场助力模式。

**4、上线内生定投剧场**：实现内生广告更精准、定向投放，减少广告主押爆款剧风险，提升广告投放性价比。

**5、OTT广告UMax全新升级：**UMax突破用户视觉习惯，通过裸眼3D震撼视觉，让产品细节尽收眼底，覆盖全部用户受众，助力品牌高效破圈。

**服务的主要客户**

2020年，优酷以多元化精品化内容布局及创新营销方法，助力广告合作品牌达成营销目标。

合作品牌：火星人集成灶、唯品会、中国人保、沃尔沃、香飘飘、捷途、特仑苏、别克、口味王、捷达、勇闯天涯superX、支付宝、雀巢茶萃、一叶子、皇家美素佳儿、58同城、Redmi、梅赛德斯-奔驰、M·A·C魅可、德克士、上美集团、日产、华为、统一茶里王、雅诗兰黛、可口可乐、迪奥、宝洁等，覆盖快消、美妆日化、母婴、3c电子、互联网服务等行业。

《这！就是街舞》第三季为例，实际招商收入比第二季提升60%的成绩刷新优酷综艺招商新纪录，牵手49家合作品牌。

独家冠名勇闯天涯superX：天猫旗舰店GMV8月环比增长59.8倍，成交人数8月环比增长40.9倍。

雀巢茶萃：打造新品最强记忆，88%+品牌记忆度。

梅赛德斯-奔驰：品牌天猫旗舰店总互动人数近3万人，其中81%均为品牌新客。

M·A·C魅可：品牌认知度提升20%+，《街舞3》引导成交达19万+，下单金额3600万+。

德克士：后链路导流近10w人，门店业绩增速超100%。