

2017年度数字营销媒体化转型案例

中国联通 “沃音乐” 官方微博

- ◆ **广告主**：联通沃音乐
- ◆ **所属行业**：通信类
- ◆ **执行时间**：2016.08-2017.08
- ◆ **参选类别**：内容营销类

转变思维，官博变身泛娱乐媒体

一个央企微博的互动逆袭



沃音乐是中国联通的音乐业务品牌，和中国移动的咪咕音乐、中国电信的天翼音乐，并称三大运营商音乐品牌。



中国移动：
@咪咕音乐



中国联通：
@沃音乐官博



中国电信：
@中国电信爱音乐

移动用户数劣势的沃音乐

在微博粉丝数、互动数上实现完美逆袭

2016年三大运营商移动用户数对比

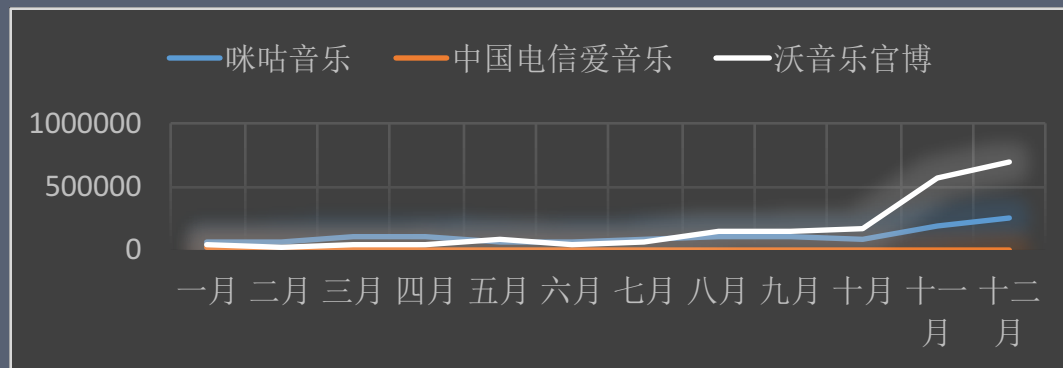
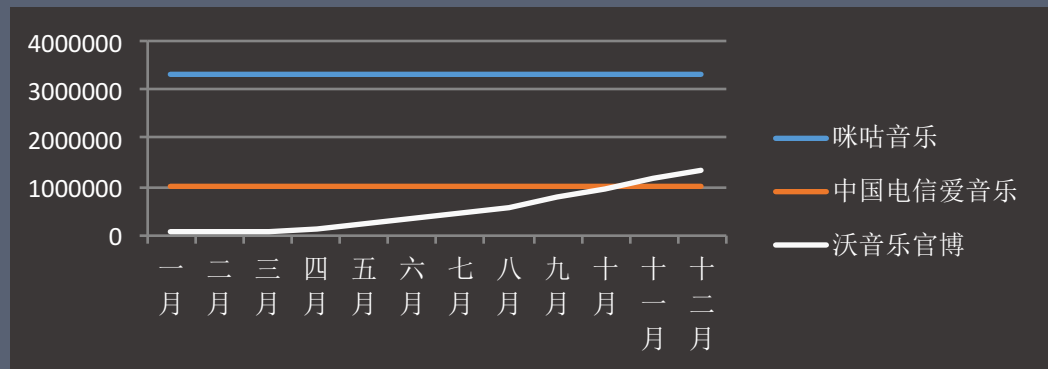
2016年三大运营商全年运营数据

	中国电信	中国联通	中国移动
累计用户	2.15亿	2.638亿	8.49亿

2016年三大运营商音乐品牌全年微博粉丝数、互动数等对比

账号	粉丝数	粉丝增长数	粉丝增长幅度	微博数	互动数
沃音乐官博	1423801	1345620	2508.89	5687	2044378
咪咕音乐	3356280	41066	0.26	7033	1252043
中国电信爱音乐	1025624	-4094	-0.4	2383	56277

2016年三大运营商音乐类官博微博粉丝数、互动数对比

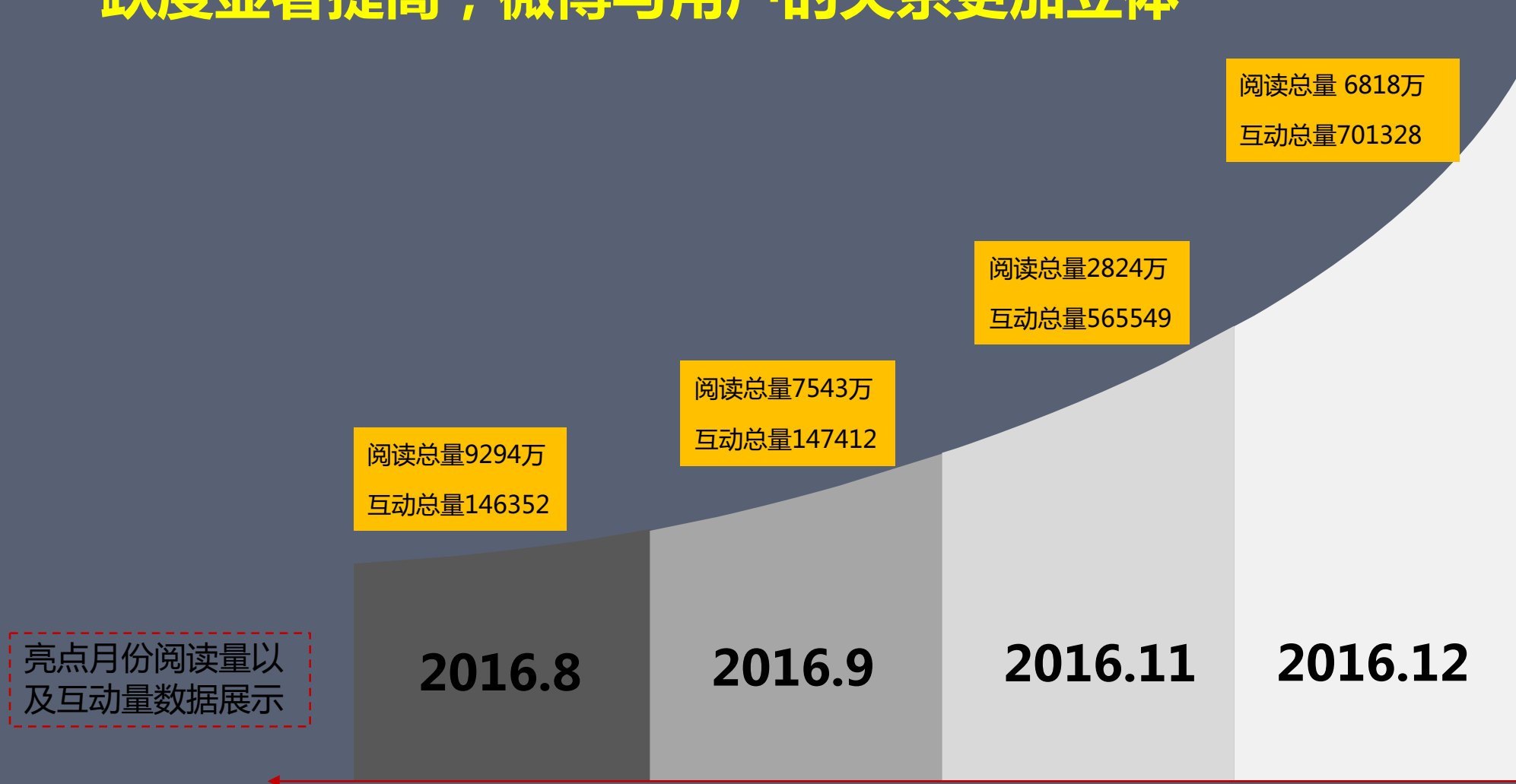


粉丝数	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月
咪咕音乐	3313609	3311397	3306886	3303911	3301122	3301614	3301381	3298817	3298707	3304008	3309441	3335318
中国电信爱音乐	1029668	1029260	1028849	1028476	1028119	1027766	1027428	1027069	1026651	1026357	1026054	1025857
沃音乐官博	85184	85359	85660	140773	237344	337075	437159	552929	755480	945664	1141068	1341863

互动数	一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月
咪咕音乐	68221	55200	96721	101687	66448	64974	76029	106967	106424	73999	191328	244045
中国电信爱音乐	9567	3946	9731	4682	4683	2093	4652	3400	4068	4557	3824	1074
沃音乐官博	34218	25655	39657	39545	77630	48929	50899	149185	147412	164461	565549	701238

从三大运营商音乐品牌微博粉丝数、互动数走势图来看，在2016年初，三大音乐品牌官博的互动数据差别不大；但在2016年后半程，沃音乐官博发力明显，实现异军突起，1月份沃音乐粉丝数仍是咪咕音乐的四十分之一，但是一年内，沃音乐粉丝数提升到了咪咕的五分之二，而微博年度总互动量反超咪咕79万多。

2016年沃音乐月阅读量接近破亿，互动数增长迅猛，用户活跃度显著提高，微博与用户的关系更加立体





改变, 发生在2016!

一个国企的官博是如何做到月度阅读量近亿？

沃音乐
官博

微博的重
新定位

用户的精
准聚焦

媒体化战略
取得硕果

重新定位微博：用户内容传播和互动的快速平台

自2012年微信出现开始，140字的微博已经在焦虑中度过了灰色而走向衰落的四年。在2016微博开始了她的艰难嬗变，如今的新浪微博正在成为一个抱团追星、粉CP、追八卦的地点，一个草根网红的网络选秀现场，一条互联网时代的造星流水线。

企业自媒体



微博
即时发布平台+主力互动平台



微信订阅号
自媒体出版系统



APP
业务和服务的掌上平台



用户的精准聚焦：

1

和以前不同，目前微博重新崛起在于年轻用户

2

年轻用户你想看的想听的是明星的一切

3

年轻用户热衷的粉丝福利

沃音乐官方微博：为年轻用户量身定制的福利多多的泛娱乐追星媒体平台

树立媒体化战略：媒体思维运作企业自媒体

24小时快速反应
追踪最新热点

良好艺人关系
爆料独家资讯

沃音乐
Wo Music



大型全国活动
引爆年轻群体

明星公益+见面会
亲手触碰偶像



沃音乐官博 | 微博搜索

2016年7-12月沃音乐官博活动粉丝参与数

- 7月-12月期间微博活动平台共发起52个活动，其中26个活动由思进设计活动内容与奖品，包括**节日节点普惠性活动、明星定向吸粉活动、沃音乐校园活动、对外合作宣传活动**。
- 活动效果：3个1万+，1个8000+，2个7000+，1个6000+，1个5000+，1个4000+，4个3000+；目前参与人数最高的是感恩节百万粉丝大回馈，共1.9万人参与。

节点热点	活动	参与人数
感恩节	转发送iPad mini + 小米手环 + 乐乐公仔 + 零食包	1.9万
演唱会	转发送鹿晗应援手灯 + 专辑 + 定制抱枕 + 马克杯	1.3万
双十一	转发送【iPhone 6s】双十一表白礼	1.2万
圣诞节	送20份圣诞大餐（巧克力 + 曲奇饼干 + 布丁）	8232
生日	转发送千玺同款卫衣 + 暖水袋 + 巧克力 + 设计诗	7917
长城热点	转发壕送20份熊军彭勇长城电影官方周边	7676
万圣节	万圣节沃小乐送糖果大礼包	6763
出道节点	转发送李易峰写真《壹刻》 + 零食大礼包	6172
生日	转发送黄景瑜生日会门票 + 同款T恤 + 周边礼包	5833
开学季	转发赢李维斯学生手表 + 真空保温杯 + 16g U盘	4878
感恩第二波	转发送20份暖冬大礼（秋裤 + 暖手宝 + 护手霜）	3950
奥运季	转发送阿迪达斯双肩包和无线运动耳机	3499
国庆	转发赢悦诗风吟防晒霜 + 移动电源 + U型枕	3440
生日节点	陈伟霆1121生日快乐，转发送饱饱周边大礼包	3158

节点热点	活动	参与人数
定向吸粉	转发送黄景瑜《泽海鲸鱼》写真 + 定制抱枕！	1981
出道周年	1106韩庚出道十一周年，壕送11份福利礼包	1585
长城热点	转发壕送20份小皇帝长城电影官方周边	1583
演唱会	转发送大老师定制抱枕 + 马克杯 + 同款饼干！	1255
定向吸粉	转发送鹿晗珍藏版抱枕 + 马克杯	950
定向吸粉	转发送张艺兴珍藏版抱枕 + 马克杯	805
固定活动	第一期沃在现场有图有真相明星图片/视频有奖征集	708
固定活动	第四期沃在现场有图有真相明星图片/视频有奖征集	627
生日	祝王源1108生日快乐，转发送源源周边大礼包	551
固定活动	第二期沃在现场有图有真相明星图片/视频有奖征集	452
固定活动	第三期晒明星现场图，赢现金红包 + 明星定制马克杯	444
生日	祝吴亦凡1106生日快乐，送凡凡周边大礼包	396

2016年7-12月沃音乐官博原创视频数 媒介&执行

- **目前共剪辑28个视频**，包括8个【揭秘全世界最好的徐良】系列视频；4个韩庚大话西游3视频应援；还有黄景瑜、易烱千玺、王源、陈伟霆、罗志祥、王一博的生日祝福视频和张艺兴新歌混剪等。
- 其中阅读量与转发量最高的前三条：**易烱千玺生日视频阅读量19万+**，**转发量2500+**；黄景瑜生日视频阅读量11万+，转发量1300+；王源生日视频阅读量13万+，转发量1000+。

视频	数量
【揭秘全世界最好的徐良】系列视频	8个
韩庚大话西游3视频应援	4个
黄景瑜生日	1个
易烱千玺生日	1个
王源生日	1个
陈伟霆生日	1个
罗志祥生日	1个
王一博生日/皮卡丘之歌	2个
张艺兴新歌混剪	1个
邓紫棋生日采访	1个
许嵩to沃音乐	1个
汪苏泷MV精选	1个
【全家人的智慧FIND钢琴】岁月流逝	1个
时尚芭莎视频	1个
沃音乐饭盟客户端介绍视频	1个
大张伟北京演唱会/沃音乐视频	2个
共计	28个



2016年7-12月沃音乐官博原创手绘漫画图

共手绘设计作品58张，广受粉丝好评。涵盖17个明星，包括7张奥运期间明星手绘；8张大话西游3人物手绘；7张黄景瑜手绘；6张李易峰麻雀手绘；8张罗志祥手绘；2张大张伟手绘；易烱千玺、王源、吴亦凡、杨洋、徐良、许嵩、鹿晗的手绘各1张；还有12个乐乐表情包；运营之家1张。



2016年7-12月沃音乐官博大型活动现场采编

- 目前为止，共采编活动14场，涵盖明星生日会/见面会/演唱会、时尚晚会盛事、行业重大颁奖典礼等。
- 活动效果最好的三场为：大张伟演唱会（采编内容阅读量164万，互动量达36765）；腾讯视频星光盛典（采编内容阅读量121.8万，互动量为24787）；2016国剧盛典（采编内容阅读量114万，互动量为12630）

序号	活动名称	日期	活动城市
1	徐良北京新专发布会	7月18日	北京
2	五月天新专发布会	7月21日	北京
3	TFBOYS粉丝北京见面会	8月8日	北京
4	邓紫棋生日记者会	8月16日	北京
5	明星时尚芭莎慈善会	9月9日	北京
6	金鹰节活动	10月16日	长沙
7	大张伟演唱会采编活动	11月19日	北京
8	芭莎男士风云盛典	11月28日	北京
9	爱奇艺尖叫之夜	12月3日	北京
10	腾讯视频星光盛典	12月10日	北京
11	网易有态度人物盛典	12月18日	北京
12	2016国剧盛典	12月20日	北京
13	2016优酷盛典	12月21日	北京
14	2016移动视频风云盛典	12月25日	北京

沃音乐的麦牌露出



2016沃音乐官博盘点

- 1、跟上了微博用户转换的节奏，再造了一颗年轻的心；
- 2、以粉丝心态革新了用户沟通的语言，与明星粉丝零距离；
- 3、媒体化思维打造立体内容体系，好内容带动粉丝疯长。



2016，沃音乐官博从内到外，改朝换代
在运营商同类官博中一骑绝尘，向娱乐新
媒体的方向大步迈进！



站在粉丝营销的风口

2016年是沃音乐官博运营取得重大突破的一年，我们站在粉丝经济的风口，月度阅读量提升一个量级，2017，泛娱乐IP化运营正在持续，沃音乐媒体化转型已完成原始积累。下一步，它将更注重IP化打造，与网红、直播领域相结合，深耕年轻群体的市场，实现品牌传播与销售转化，成为行业中玩转粉丝经济的标杆。