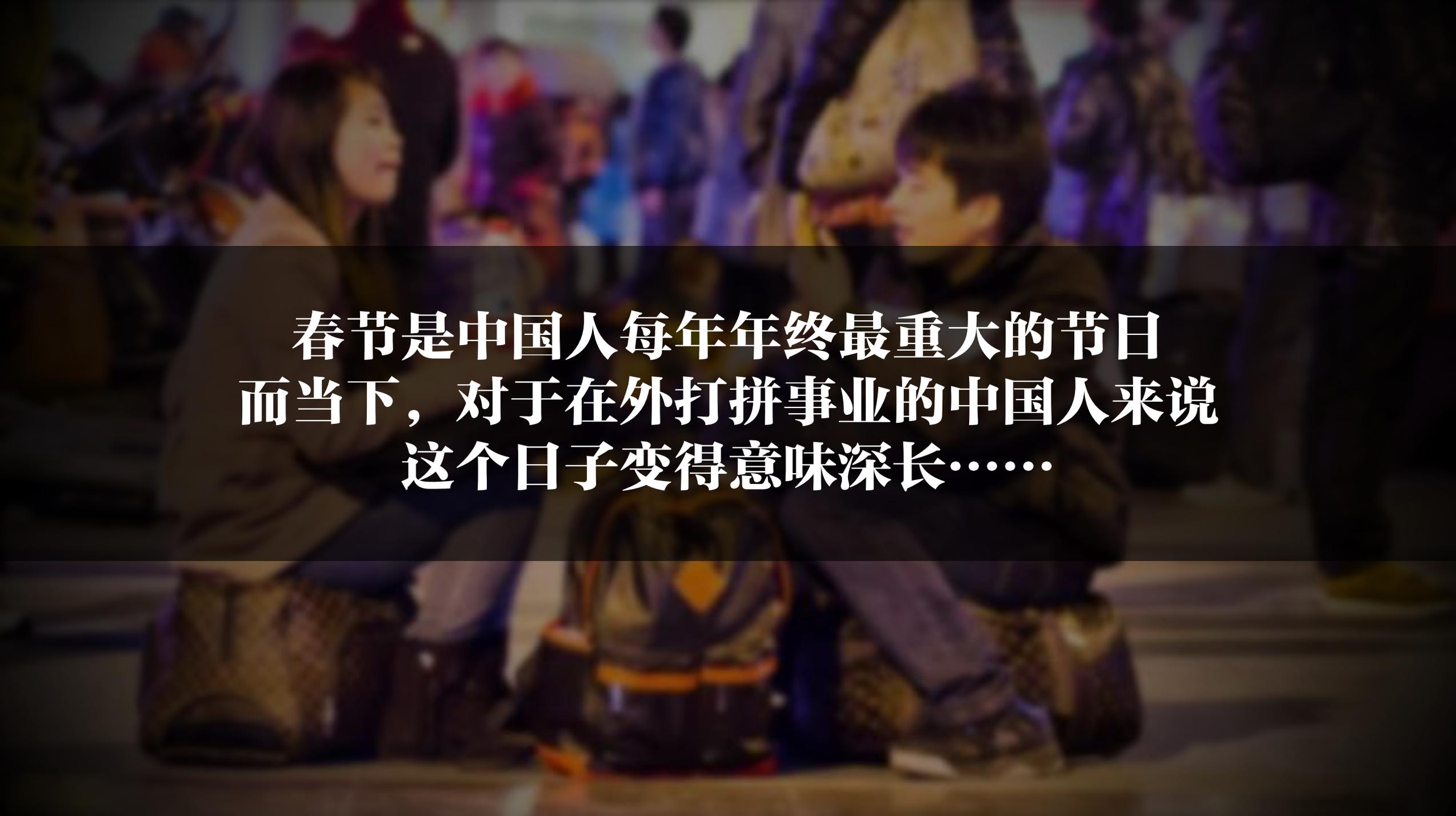


# 一点资讯2016春节春运招商方案

## “真我真年味儿”

(回归真我，享受真真切切的年味儿)

一点资讯 | 营销策略部 出品



**春节是中国人每年年终最重大的节日  
而当下，对于在外打拼事业的中国人来说  
这个日子变得意味深长……**



# 社会背景

## 中国流动人口趋势逐年递增 主要流向特大城及经济发达地区



十二五时期，我国流动人口平均增长约800万人，2014年末达到2.52亿人。超过总人口的1/6，流动人口的总流向趋势是特大城市人口聚集态势仍然强劲，尤其是北京、上海吸纳跨省流动人口的趋势持续增强。

## 流动人口的重要组成部分是80后人群 诉求集中在谋取生存和事业发展



流动人口平均年龄是28岁，超过一半人口出生在1980年以后。这部分流动人口的主要诉求是谋求生存和发展，尤其是对未来发展有更多期待。

## 中国消费者春节钱都花哪儿了？



中国人回家过年更爱为  
亲朋付出，鲜少顾及自我。

据调查显示，孝敬老人与购买年货是2015年春节消费支出最主要的两个方面，而紧随其后的便是走亲访友礼品与聚会娱乐方面的支出，2015年网络红包及压岁钱占据总花销的29%。

数据来源：益普索-2015春节消费调查

# 一点洞察 双重矛盾下，春节让中国人显得格外脆弱



一点洞察

# 沟通直指人心，方能戳中大众春节痛点



这个快速奔跑的时代，  
人们困惑、疲惫、不能自己……  
需要时间找到自我情感的归属，  
需要空间感受生活与情感的点滴。

## 这是大众的痛点！

当人们处在困惑与矛盾时，  
不经意间的触达内心，产生共鸣，

## 才是最好的沟通！

亲情

思乡

等待

矛盾



初心

欢聚

留恋

回忆

# 一点机遇 漫长的春运之路是沟通的最好时机



春运回家之路  
自我归属之路

# 一点优势 一点资讯是最好的沟通渠道和平台

1.

INTEREST  
ENGINE



BIG  
DATA



依托兴趣引擎, 拥有千万级的日活跃用户

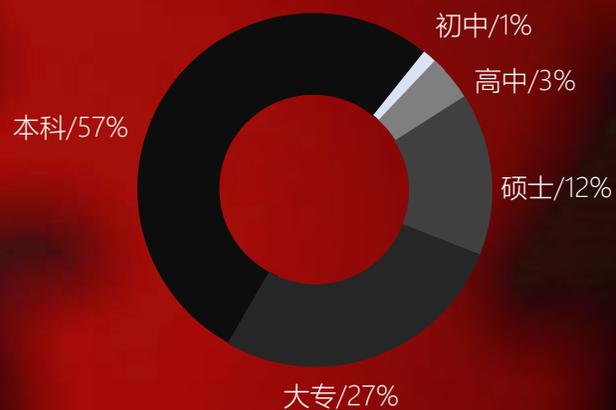
数据来源: 一点资讯2015年11月

# 一点优势 平台用户属性与目标受众极为匹配

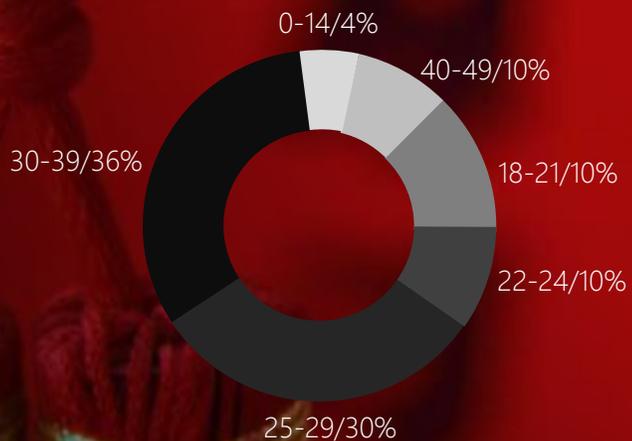
性别：男性为主



学历分布



年龄：85后为主力军



婚姻状况



# 一点优势 资讯分类聚合和精准算法，个性化推荐内容

## 1500+ 春节春运相关频道

买票

春晚

年夜饭

庙会

手机百度抢票步骤详解:三步抢到热门路线火车票

春运火车票预售期延长至60天 极路由推12306抢票专版

手机人民网 6评 3小时前

央视主持人方静癌症去世 盘点至今已世的六大央视春晚主持人

《笑傲江湖》选手现身央视春晚三审剧31年后或重返春晚

一点娱乐 6小时前

李玉刚天津签售:猴年央视春晚“妙”

1. 春节春运 (涵盖所有周边资讯)

上海人典型的年夜饭菜单及食谱

年夜饭吃什么

非黄春卷 单炸春卷 (备孕孕妇食谱)

快看!2015南充大庙会冬季美食节来希望广场啦

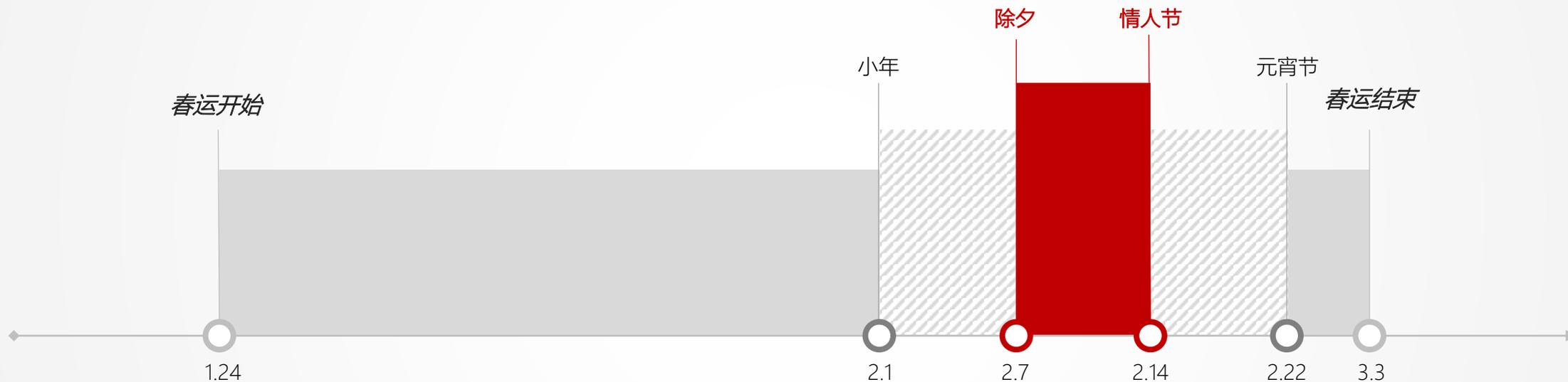
[大众娱情]牛城传统庙会看大戏买花布 品老邢台味道

舌尖上的春节——盘点各地春节特色美食

用户基于”关键词”搜索订阅，  
一键匹配聚合全网资讯，关注所有周边价值内容。

# ROADMAP

# ON THE ROAD, TAKE **1.** HOME.



## >> 春运篇

找到真我-探索&认知自我归属

话题PK / 春运专题 / 创意互动 / 病毒视频 / 信息流视频形式推广

## >> 春节篇

找回真年味儿-过自己想要的春节

春节早晚报PUSH / 春节专题 / 春节指数专栏 / 黄金资源推送



# 春运篇 | ON THE ROAD 在路上

| 每到春运进入高峰，每天都有数亿人次在全国各个城市之间迁徙。  
30多年来中国春运大军从1亿人次增长到36亿人次

| 2015春运期间，全国铁路累计发送旅客2.95亿人次，  
公路24.22亿人次，水路4284万人次，民航4914万人次。



**这是一场前无仅有的大迁徙！  
一点资讯将与数亿移动互联网用户  
一同见证这一场重大迁移事件！**



# 话题投票PK，快速制造网友争议与关注

VS  
物质 VS 情感

## “衣锦还乡” VS “亲情裸归”

通过对春节回家不同角度的解读，引发网友争论和关注，引导网友对“真我”的思考，为后续传播做话题铺垫。



# 春运专题+订阅频道-吸睛内容全呈现



一点资讯春运专题  
冠名赞助  
头图体现客户logo

专题内丰富春运内容  
人工干预筛选优质内容  
内容分类展示



春运专题 春运频道

DEMO仅为示意, 请以最终上线为准。

# 直戳人心的创意互动—品牌植入

有这么一类人，他们看似工作光鲜，生活优越。每到过年，似乎都要“伪装”成功人士衣锦还乡。其实，他们只想做自己！

## 创意阐述



互动页面依据五个不同行业的普通人展开，每个人都有自己背后的故事。

- 1、页面打开，广告人职场范儿十足，字幕展现他的个人背景。
- 2、然后，浮层提示：撕开这个人的“假面”。
- 3、用户通过手势控制，撕开页面一角，露出广告人另外一层面貌：不婚主义者、爱狗、不喜社交。
- 4、字幕：我不想跟他们解释，我其实并不成功，我只想不再通宵加班，吃老妈做的回锅肉。

# 引发热议的视频短片，自媒体影响力扩散

推荐频道首页信息流  
推荐H5内容页面



H5页面详情展示视频内容



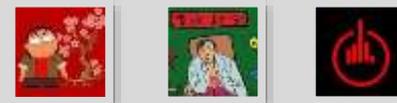
视频内容：以情感为主线，通过对不同社会领域的普通大众专访（图文/视频），反映春运这一独特中国社会现象下“回家”的意义-脱下伪装，找回儿时的初心。

自媒体+新产品首发  
两大亮点助阵

亮点1

自媒体人入镜发声，  
同步第三方平台传播

自媒体人备选：  
东东枪、留几手、赖宝



亮点2

首页推荐**视频**信息流推荐，  
新型广告形式首发  
(规划视频信息流产品形式  
1月底上线，需确认)

# 春节篇 | BE IN HOME 年味儿

工信部公布的数据显示，2015年从除夕到初六的春节长假期间，用户通过移动互联网消费的流量为4937.6万G，每个用户平均每天使用54.8M，比平日流量高出50%以上。其中，除夕当日移动移动数据流量725.5万G，同比增长69.5%。

# 中国传统春节三大icon，各地风情一点通

## 年夜饭

地域 | 风俗 | 情感



## 年货

地域 | 习俗 | 文化



## 年俗

传承 | 地域 | 文化



盘点中国各地春节不同人文风俗。

# 春节内容专题冠名赞助，优势资源力推



一点资讯春节专题  
冠名赞助  
头图体现客户logo

专题内三大内容板块  
年夜饭、年货、年俗  
聚焦春节热点内容

春节内容专题 春节相关频道

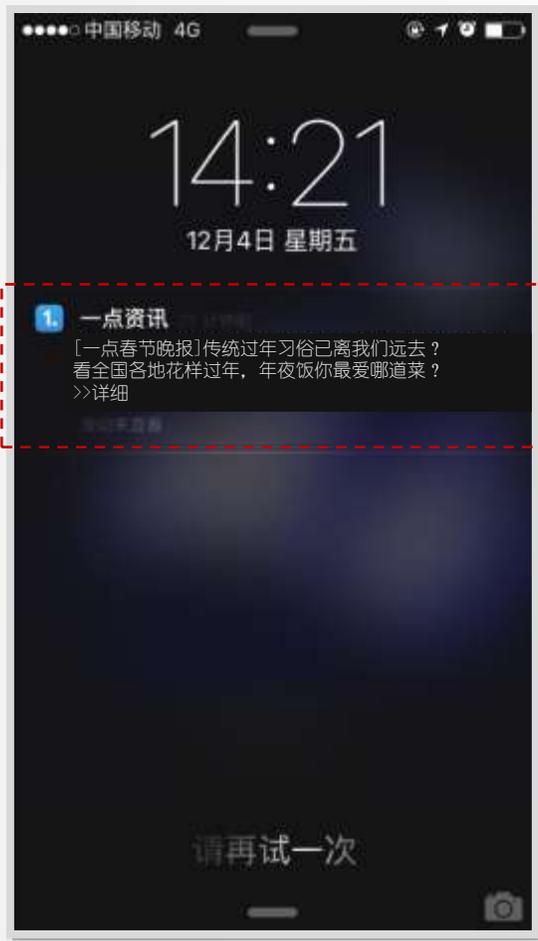


订阅“春节”  
相关频道

海量春节  
内容展示

# 春节每日播报PUSH推送-品牌赞助

一点早晚报栏目重磅升级-春节特别版  
春节期间，每天四次PUSH力推



品牌logo+品牌特约字样

一点春节早报(9:00)

一点春节午报(12:00)

一点春节晚报(18:00)

一点春节夜咖(21:00)

春节期间2.7—2.14  
每天四次PUSH推送  
持续一周品牌超强曝光

DEMO仅为示意，请以最终上线为准。

# “兴趣指数” 专栏-春节特别策划



## 品牌合作方式:

品牌特约赞助, 体现数据联合发布的字样。一点资讯联合品牌发布春运大数据, 彰显品牌对社会热点的关注与专业。

## 优质资源热推:

- > 首页推荐频道信息流
- > 热点频道信息流
- > 春节订阅频道信息流

# 平台优质资源推广，引爆春节营销

## Point1 覆盖重要用户浏览通道

开屏启动页



首页推荐“置顶”



热点频道推荐



首页推荐“实时热搜”



# 平台优质资源推广，引爆春节营销

## Point2 覆盖用户主要搜索入口

搜索框推荐



发现频道探索页推荐



订阅频道卡片推荐



# 合作形式

详细招商资源待确认，确认后更新添加。

## 春运冠名赞助

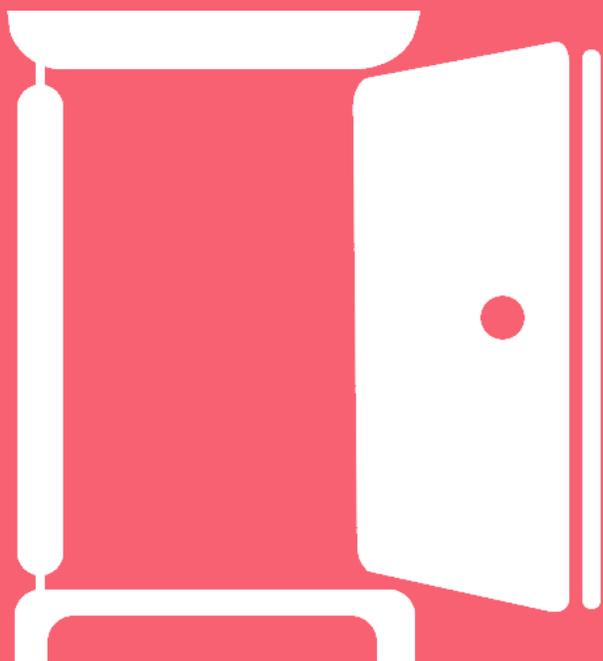
- > 春运专题冠名赞助
- > 话题PK品牌赞助
- > 城市切换提醒品牌植入
- > 创意互动冠名赞助

## 春节冠名赞助

- > 春节专题冠名赞助
- > 春节每日播报PUSH冠名
- > 春节指数品牌特约赞助  
(体现数据联合发布字样)



新春快乐



营销任意门

www.yxrym.com

你的营销军火库



**营销任意门——海量高质量营销策划方案、行业报告、营销案例、行业资讯!**

最新4A方案 | 培训资料 | 网课资料 | 行业报告 | 资源对接  
每年超100G资料分享, **每天持续更新.....**

品牌策略 / 定位方案 / 媒介策略 / 社会化传播 / 数字营销 / 直播 / 年会 /  
整合营销 / 创意方案 / 事件炒作 / 公关活动 / 招商方案 / 发布会.....

快消、汽车、金融、地产、美妆、旅游、互联网、电商、服饰、  
游戏、家装、3C、母婴、体育、餐饮、医疗.....



掌门个人微信



网站

# 便捷搜索 #

# 在线查看 #

# 随意下载 #

上汽×阿里·互联网汽车  
品牌战略及上市整合营销方案

一汽-大众华中区2018春节返乡人群网络传播

2018美的扫地机器人新品推广  
整合营销推广方案

金锣无淀粉品牌比稿方案

正荣集团20周年年度传播方案

billboard®  
· 登陆中国 - 电音派对巡演及音乐节活动方案

成为营销任意门

福福...  
整合传播方案

MIA电音节-SHANGHAI站招商方案

钻石会员

天猫超市  
CHAOSHI.TMALL.COM

“年终盛惠”活动传播方案

安踏跑步18PF全年推广方案

每年超100G资料

慈溪·江南大院项目展示中心华美绽放  
(策划案)

媒·说 你听见了吗？

2018体育内容大年下的赛事营销

让我们用创意触摸年轻

康佳Kmini洗衣机2017-2018年度品牌传播策略方案  
KONKA Kmini washing machine brand promotion strategy scheme in 2017-2018

持续更新1000+方案

KFC 6大经典国漫IP合作  
暑假儿童餐推广计划

致力打造营销策划人便捷使用的网站

双汇2018数字营销

“好食成双 汇聚一堂”

东风雪铁龙  
抖音全年运营方案



掌门个人微信



网站

100年润发电商策略提案

VOLVO第三极暨K516上市传播互动战役

花瑶花 · 品牌定位思考