

猫眼视频 MCN

官方网址：<https://maoyan.com/>

参选类别：年度数字营销影响力代理公司

公司简介及核心优势

猫眼视频 MCN 目前包含创意、文旅、娱乐媒体、虚拟、剧情等五大板块，其中：

娱乐媒体板块包含猫眼电影、猫眼剧综团、猫眼大明星等账号，主要内容更是及时更新娱乐圈热点、独家采访影视作品主创等等，与电影直接相关；

创意、文旅板块猫眼选择与多位知名网红进行合作，进一步扩展短视频内容类别，例如旅游类头部 KOL 小小莎今年就与猫眼娱乐达成合作，成为猫眼 MCN 业务重要的一部分；

而虚拟板块则集合了多个虚拟 IP 形象，如“斑布猫”、“傻强日记”、“约翰强尼”等，目前粉丝总体量已超 2400 万。

在线上，猫眼拥有包含微信、QQ、美团等 6 大流量入口，形成了一个覆盖 10 亿用户的消费流量场景的产品矩阵，这为猫眼提供了线上流量的基本盘。

在微信、今日头条等头部平台构建起的小程序矩阵，也拥有至少 2.5 亿的用户，成为了猫眼新布局的流量渠道。

与此同时，猫眼在各大内容平台打造的 MCN 账号矩阵、猫眼自身内容社区内也分别拥有数亿级用户群体，综合来看，猫眼确实能够作用全网用户的覆盖。

在线下，猫眼在 42 个城市建立影迷会，与全国 9500 家影院进行营销合作，在 130 多个城市的核心商圈以及 460 多所高校具备 100 万个以上的曝光点位。

另外在线下团队方面，猫眼建立了自己的“地面发行铁军”，以一个两三百人的团队覆盖全国九成以上影院，以此来构建起不容小觑的线下宣发渠道。

数字营销领域突出成绩

猫眼视频 MCN 是猫眼全文娱营销平台的重要一环。如今，猫眼已建立起以短视频为主的新媒体营销生态，打造覆盖线上线下的营销阵地，包括微信、QQ、美团、大众点评、猫眼、格瓦拉等六大流量入口，与此同时，猫眼 MCN 超级头部 KOL 全程跟进玛氏的线下活动，其中直播获得近 600 万曝光、200 多万粉丝互动，而 KOL 在微博、抖音发布的定制内容，也获得超 230 万曝光和近 10 万次粉丝互动。

全文娱营销平台包括 10 亿量级的文娱消费场景用户、1.9 亿+文娱媒体矩阵粉丝、2 亿+小程序生态用户、22 亿+文娱营销预告片播放量，以及覆盖 42 个城市的影迷会、130 个城市 400 多个核心商圈的 100 万+曝光点位。

服务的主要客户

品牌营销方面，猫眼也成功为肯德基、奥利奥、玛氏等 100 余家品牌提供了娱乐营销服务。

例如在《蜘蛛侠》相关影片上映期间，M&M's 公司获得了中国区蜘蛛侠形象授权，猫眼则是其营销合作伙伴，猫眼旗下 MCN 账号“喵不可言”、“傻强日记”产出了多条创意短视频，最终整个活动获得了超 17.8 亿次曝光以及 1.2 亿互动点击。

例如电影《吹哨人》在上映前就选择了抖音短视频平台进行宣传预热。在 11 月 29 日晚汤唯、雷佳音空降@多余和毛毛姐的抖音直播间，两位主演搭配网红一起为即将上映的电影进行宣发以及预售买票。

这场直播活动累计观看量达到 1000 万次以上，相关话题#电影吹哨人# #吹哨人时刻#的累计讨论量也达到 1.7 亿次以上。

目前猫眼的这些虚拟 IP 在海内外作品宣传与品牌营销方向也已经有了不少成功案例。

影视宣发方面，在电影《哪吒之魔童降世》热映期间，“喵不可言”创作出了哪吒形象的风吹画作品，在抖音、快手双平台获得了 1.15 亿播放。电影《少年的你》走红，“喵不可言”创作了用 200 片面包拼出主人公“小北”的内容，在抖音播放量超过了 3980 万。