

全民 K 歌 X 腾讯 NEXT IDEA X 九大博物馆新文创

广告主：TME 腾讯音乐娱乐集团

所属行业：互联网娱乐

执行时间：2019.03.01-12.31

参选类别：数字媒体整合类

营销背景

全民 K 歌和 Next Idea 腾讯创新大赛，携手中国九大“中央地方共建国家级博物馆”，共同发起以“给我一个古的 IDEA”为主题的文物创意解说与朗诵大赛，邀你用声音探索中华文化瑰宝的独特魅力，为中国文物配解说词，让“古的”智慧焕发出“Good” IDEA！



营销目标

在惊叹并传承古人“古的”智慧之精妙的同时，如何让国家级博物馆内这些难得一见的珍贵藏品走进当代人的生活。据报道每年超过 8 亿的人进行博物馆的浏览。此次大赛邀请到的九大博物馆，是一批具备国际一流水准的、展现了中华文明魅力、反映了中国文化价值的“中央地方共建国家级博物馆”，包括上海博物馆、湖南省博物馆、河南博物院、陕西历史博物馆、湖北省博物馆、浙江省博物馆、重庆中国三峡博物馆、首都博物馆和山西博物院。根据九大博物馆提供的文物，以自己最具创意的解说或朗诵的形式来演绎一段文物解说词；大赛中优秀的朗诵作品将有机会被相关博物馆采纳，亿万游览博物馆的游客将“聆听”到这些充满创意的为珍贵文物发声的解说。

策略与创意

全民 K 歌尝试将平台“唱听看玩”立体音娱体系中独特的朗诵功能与九大博物馆的“镇馆之宝”相结合，用年轻化的娱乐互动让传统文物“鲜活”起来。用户在全民 K 歌手机 APP 上就能轻松阅览各件文物的专属页面，不仅能快速了解到这些瑰宝的奇妙与珍贵之处，更可以根据博物馆提供的解说资料，用自己喜欢的表现形式去录制“独家”朗诵作品。为达到“无门槛”的全民参与方式，本次大赛除“朗诵”赛道外，还专门设立了“原创”赛道，将进一步激发更广泛人群的参与，让用户在年轻感十足的、轻松娱乐的氛围中，通过创意点亮传统文化，充分感受并传承古人的匠心、技艺与智慧。



执行过程/媒体表现

- 1、全网#给我一个古的Idea#传播总量预计达 2.5 亿，互动量达 134 万，其中，火箭少女 101 打 call 视频累计播放量达 1300 万；
- 2、微博单话题阅读量达 2 亿，微博指数环比增长峰值达 4666%；

3、全网高权重媒体新华网等发布报道及转载达 50+ 篇；

4、H5 解说词页面累计 PV 量达到 761 万次；

重点链接：

新华社客户端：

<http://xhpfmapi.zhongguowangshi.com/vh512/share/6360353?channel=weixin&from=singlemessage&isappinstalled=0>

新京报微博：<https://m.weibo.cn/status/4398267364476576?>

火箭少女 101 孟美岐

https://weibo.com/5813256522/HFe2SBSfm?from=page_1004065813256522_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment

营销效果与市场反馈

全民 K 歌和 Next Idea 腾讯创新大赛，携手中国九大“中央地方共建国家级博物馆”，共同发起以“给我一个古的 IDEA”为主题的文物创意解说与朗诵大赛，邀你用声音探索中华文化瑰宝的独特魅力，让“古的”智慧焕发出“Good” IDEA！通过两个月的宣传，数据：



1) 全网传播总量预计达 2.5 亿，互动量达 134 万，其中，火箭少女 101 打 call 视频累计播放量达 1300 万；

- 2) 微博话题#给我一个古的 IDEA#和#火箭少女 101 文物创意官#话题阅读量突破 2.5 亿，助力品牌方全民 K 歌微博指数环比增长峰值达 4666%；
- 3) 新华网/新京报等全网高权重媒体发布报道及转载达 630+ 篇；
- 4) 九大博物馆官方微博发声，权威引领文化破圈；
- 5) 品牌方大赛活动页面累计 PV 量达到 761 万，参赛人数超过 5 万。