

蒙牛《谷爱凌 我,18》-交付报告

腾讯广告

合作身份 总冠

项目周期 2022年1月-2月

节目期数 4期

3.4亿

节目总播放量

8690万

实际期均播放量

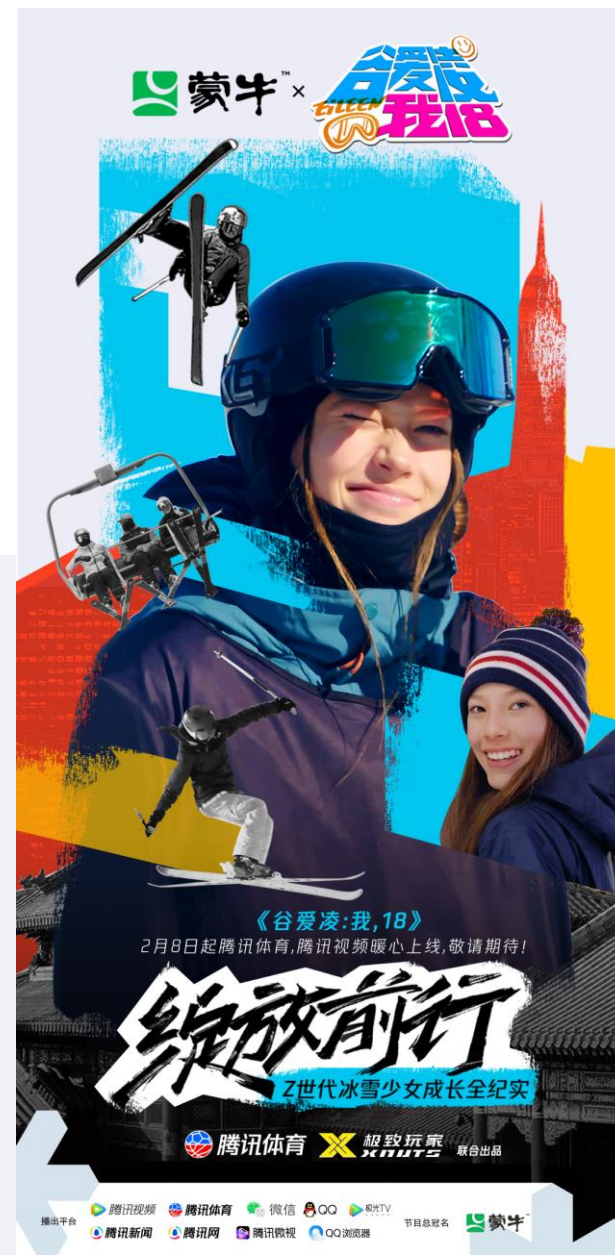
123%

权益时长完成比例

106%

权益频次完成比例

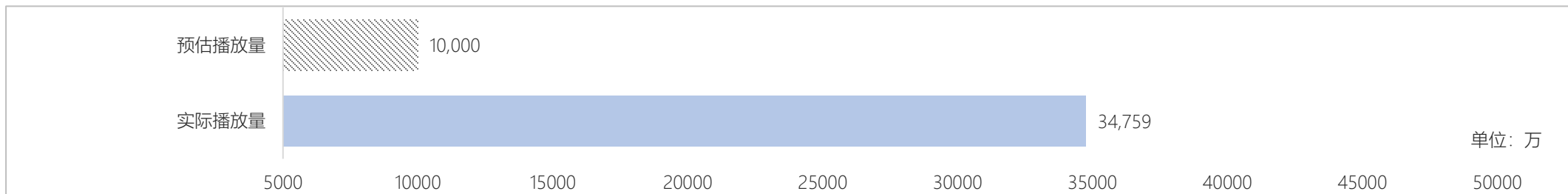
数据来源：腾讯视频，截止至2022年2月23日



1 节目播放数据表现

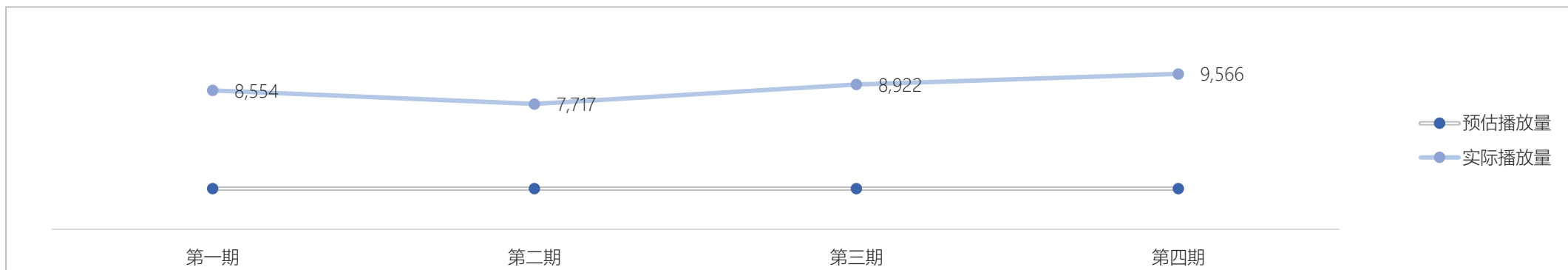
整体播放表现

节目预估播放量1亿，实际总播放量达 3.4亿，播放量完成率为347.59%，数据表现超出预期。



单期播放走势

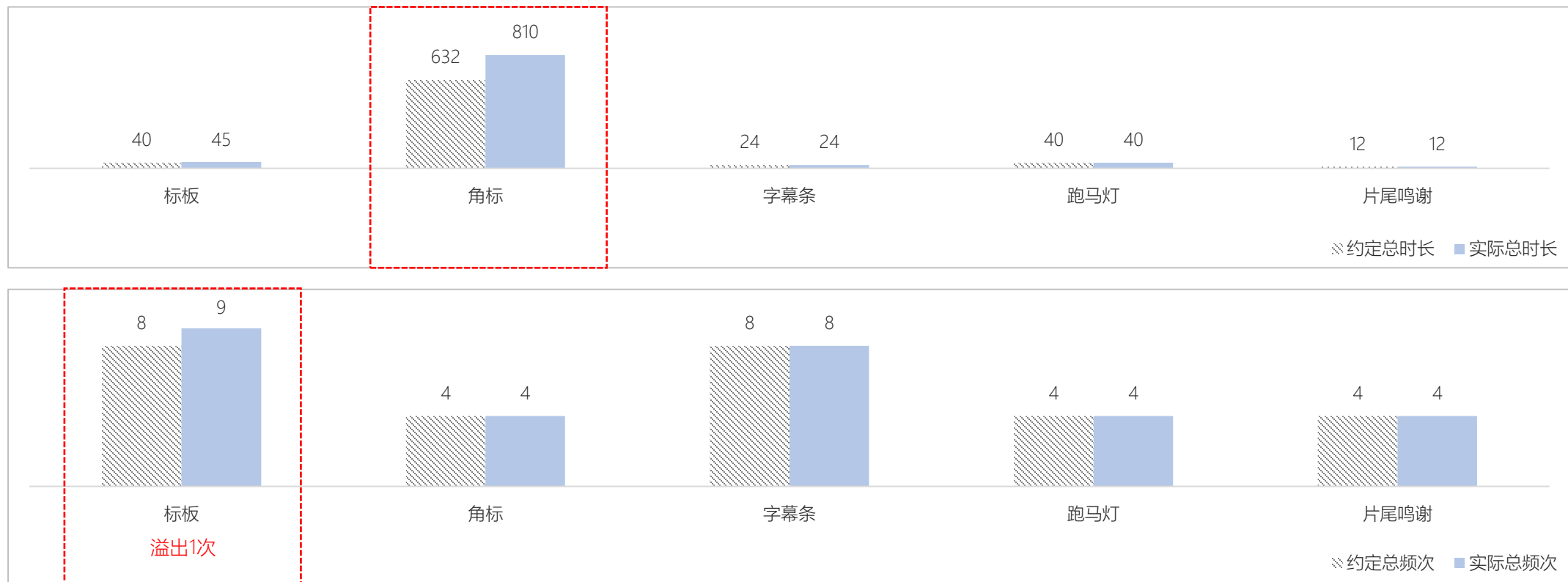
整体收视情况呈上升趋势，第四上升程度较大。播放量最高为9566万（第四期），播放量最低为7717万（第二期）。



细分权益执行回顾（包装权益）

包装权益约定总时长748秒，实际执行总时长931秒，总时长完成比例为124%

包装权益约定总频次43次，实际执行总频次46次，总频次完成比例为107%



*标版溢出情况说明：由于第一期漏上标版1次，故而在第二&三期进行赔偿，每期赔偿增加1次标版。

*资源包外溢出权益以红框标示

数据来源：资源包+代理监测数据

2

权益执行数据表现

— 细分单期权益执行回顾（包装权益）

权益分布情况									
权益类型	权益细项	第一期		第二期		第三期		第四期	
		频次/次	时长/秒	频次/次	时长/秒	频次/次	时长/秒	频次/次	时长/秒
包装权益	标版	1	5	3	15	3	15	2	10
	信息条	2	6	2	6	2	6	2	6
	跑马灯	1	10	1	10	1	10	1	10
	角标	1	180	1	210	1	210	1	210
	片尾鸣谢	1	3	1	3	1	3	1	3
总计		6	204	8	244	8	244	7	239

数据来源：资源包+代理监测数据

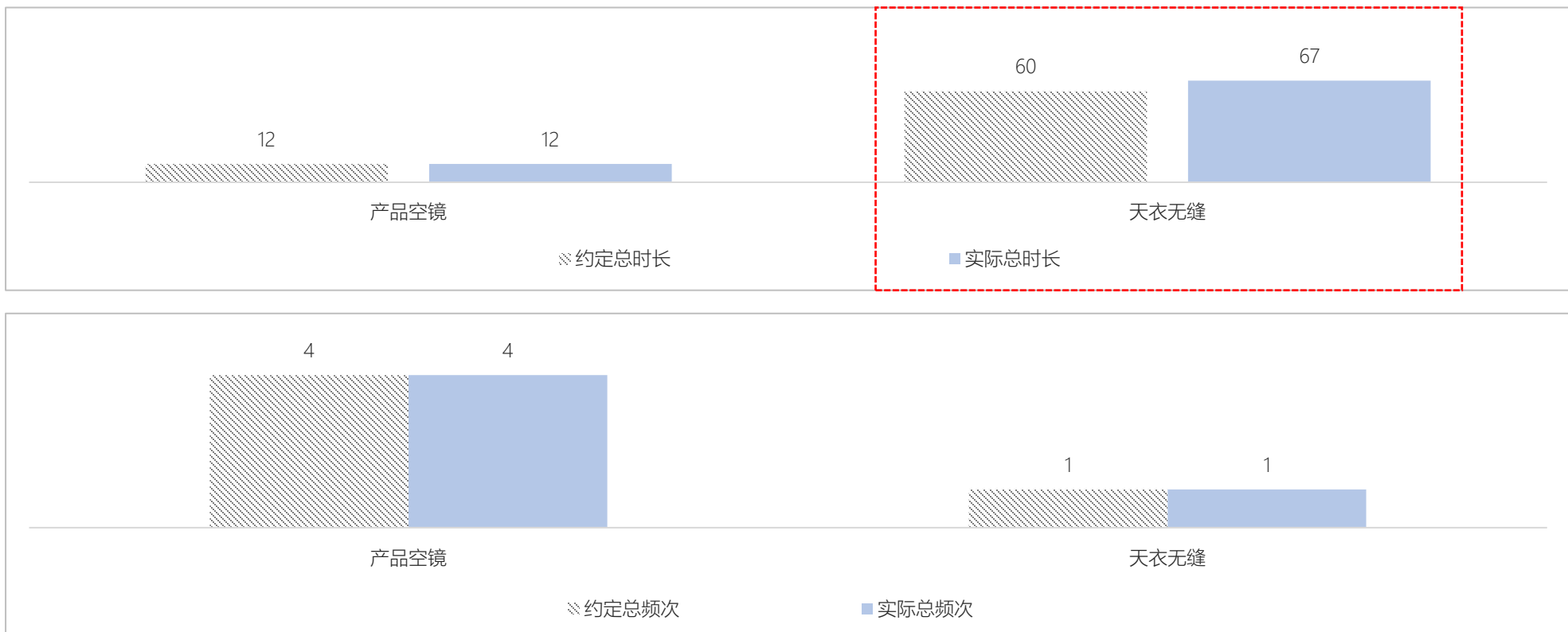
2

权益执行数据表现

细分权益执行回顾 (植入权益)

植入权益约定总时长72秒，实际执行总时长79秒，总时长完成比例为109.7%

植入权益约定总频次5次，实际执行总频次5次，总频次完成比例为100%



数据来源：资源包+代理监测数据，资源包外溢出权益以红框标示

3 项目总结



效果维度

节目整体播放效果远超预估KPI，全网播放量达到**4.8亿**

话题总曝光**194亿**

优质的节目内容配合奥运前期埋线的长线宣发，引发超高舆论热度
全网热搜**271个**

站内运营推广助力，视频号总点击**5000万+**

国家体育总局 发文报道

人民日报、中国体育报、北京日报、环球网
等多家权威媒体发文力荐！

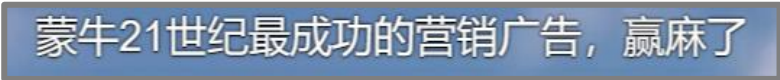
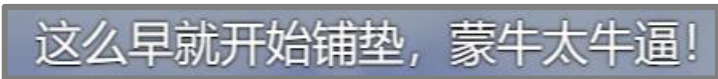
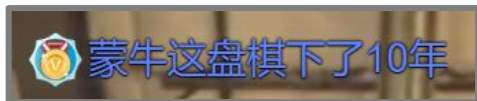


3 项目总结



内容展现

通过天衣无缝、产品空镜等创意植入方式，在潜移默化中为观众植入了“蒙牛眼光独到，布局多年”的潜在想法，收获了诸多好评



权益维度

从执行角度上，此次合作最终执行露出的品牌权益基本持平资源包。在传播推广方面（视频号及端内资源），溢出内容较多，远超资源包。

附-权益截图展示

包装权益



标版



字幕条



跑马灯



片尾鸣谢



角标

植入权益



产品空镜



天衣无缝



天衣无缝



天衣无缝



天衣无缝

附-外围传播截图

