

# 英迈传媒集团

英迈传媒集团  
IMEDIA GROUP

- 公司网址: [www.imediaad.com](http://www.imediaad.com)
- 微信公众号: 英迈传媒
- 参选类别: 年度数字营销影响力代理公司



发展历程：从全媒体代理到数字营销引领者

英迈传媒集团自2003年成立，历经23年行业深耕，完成从传统媒体代理到**数字营销全域服务商**的战略升级。

- 初期聚焦央视等核心媒体资源整合，连续十年获评中央电视台 AAAA 级代理公司、十佳代理公司；
- 2003年开始逐渐拓展腾讯、阿里、百度、字节跳动等主流数字平台合作，构建数字营销全媒体服务体系；
- 如今英迈传媒以数字营销为核心，布局英迈广告、英迈体育、英迈互娱、英迈文旅四大业务板块，成为覆盖“**策略制定-内容创作-数字投放-效果转化**”全链路的数字营销领军企业。

优势和服务



强大的  
资源合作网络



专业的  
整合传播策划力



敏锐的  
内容洞察力和把控力



精准高效的  
执行力



长期服务  
各行业标杆品牌

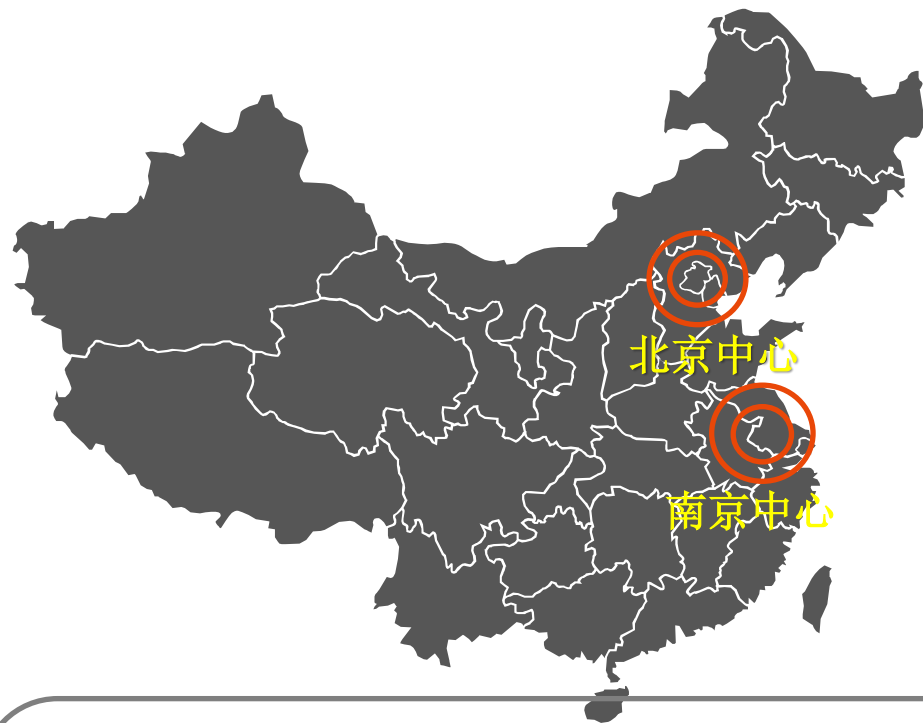


深谙国家政策的  
表达与解读

**营销规模：**年度全媒介营销规模超20亿元，其中数字营销业务占比持续提升，成为核心增长引擎；

**·办公布局：**设立北京、南京双中心，辐射全国市场，构建高效协同的服务网络；

**·资源网络：**累计与数百家数字平台和资源方保持实质性合作，涵盖抖音、微信、快手、小红书、微博、B站、长视频等头部平台。



主要合作媒体



部分资源库



- **核心团队：专业赋能与研究创新双轮驱动**

- **团队实力：**汇聚品牌策略、内容策划、数据分析、达人运营等各类专业人才，核心成员平均行业经验超10年，深度理解数字营销行业趋势与品牌需求；

- **技术应用：**依托AI大模型、QuestMobile、尼尔森、云图、秒针等数据分析工具，为品牌打造全链路数据追踪与反哺策略，同时近年来为品牌不断打造生成式AI营销、元宇宙品牌馆、数字人等匹配数字营销的创新产品，实现数字营销的精准化、智能化运营；

- **行业研究：**定期推出《英迈媒介观察报》、《英迈娱乐速递》、《总台新媒体月刊》、《AI动态》等专业内容，为数字营销策略制定提供数据支撑与行业洞察。



• 载誉满满



1.

技术创新赋能  
引领数字营销新趋势

2.

案例标杆引领  
重塑数字营销价值链路

3.

行业生态共建  
提升数字营销影响力

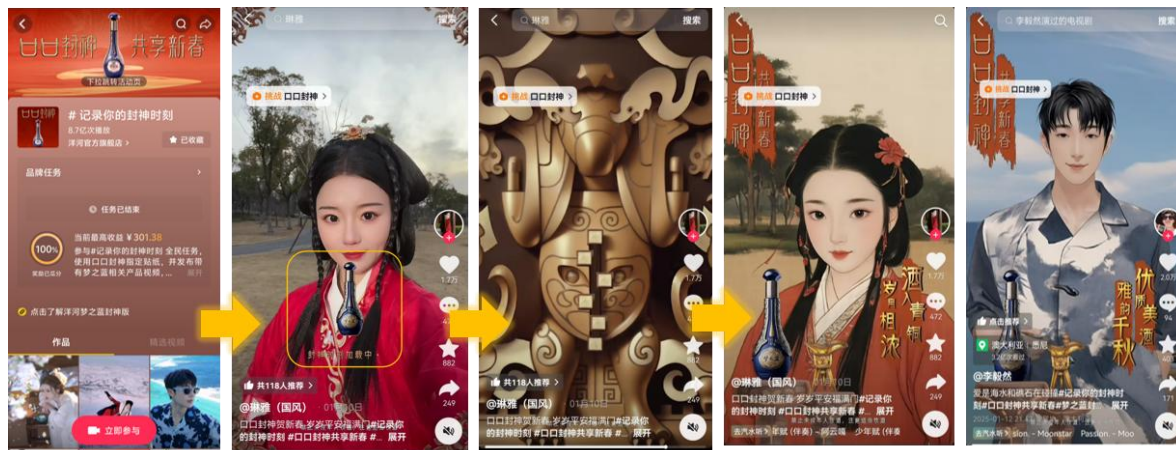
技术创新赋能  
引领数字营销新趋势

# 2025年春节档 洋河·梦之蓝×《封神》IP： “国潮+全域整合” 的品销共振营销范式

IP深度绑定，借电影热度引爆国潮心智核心动作：联动《封神第二部》打造“口口封神共新春”主题，以抖音AI挑战+新观影IP为载体，将“梦之蓝”与电影国风美学强绑定。

**关键成果：**AI挑战赛播放破8.7亿、两波话题互动超 2000万+，借春节档电影热度快速抢占“国潮高端酒”心智。

AI挑战赛



抖音新春观影IP



- ①第一波#追不及待想看封神第二部了，播放量：**526万+**
- ②第二波#封神第二部中的女性角色，播放量：**1507万+**

31条冲榜娱乐账号中，有15条内容植入梦之蓝封神版产品宣传片段&AIGC挑战赛画面



技术创新赋能  
引领数字营销新趋势

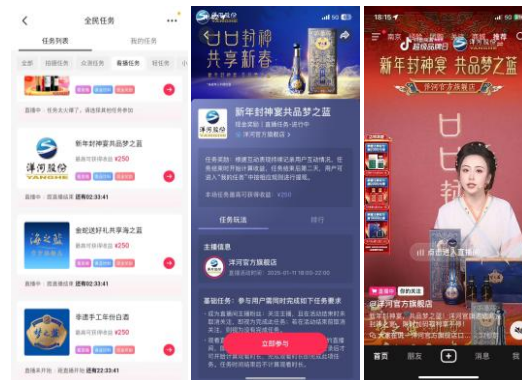
# 2025年春节档 洋河·梦之蓝×《封神》IP： “国潮+全域整合”的品销共振营销范式

国风大秀直播盛典



联动超品日直播

8场品牌直播叠加抖音看播任务



抖音信息流&磁贴



## 全域场景渗透 —— 多链路打通品销转化

- **核心动作**：落地“国风大秀直播+超品日直播+信息流”组合，将IP热度延伸至“直播带货+卡券发放”消费场景。
- 以“IP内容+国潮体验”为钩子，实现“平台曝光→直播转化→私域沉淀”的链路贯通，缓解春节档营销的流量分散问题。最终实现**“品牌声量提升+产品销量转化”**双轨并行，为洋河梦之蓝在春节市场上的竞争力赋能

技术创新赋能  
引领数字营销新趋势

# 2025 年春节档 文王贡酒： AR互动+全域种草的区域品效共振实践

### AR扫瓶身，看贺岁视频+互动领福利+电商小程序引流



### 多媒体矩阵助力，精准引导区域用户流量流入



### 达人多媒体分发发酵：抖音、微博、小红书、快手、视频号



@汪理想吃不胖@阜阳好吃的老徐@涛哥吃阜阳

## 项目概述

imedia 英迈传媒

小千岁送祝福

一个小千岁贺岁视频：3D形象惊艳亮相，呈现真实过年合家欢场景  
抖音信息流 微信朋友圈

小千岁祝福视频 一个会拜年的酒瓶：AR小程序扫瓶身，文王小千岁为过年酒宴添福气  
实体酒瓶+电商小程序 二维码入口春节销售氛围

跳转小千岁祝福视频 春运买票高峰12306：归乡人，伴福到家

微博热搜

拍摄体验会拜年酒瓶视频

公关拔高



# 总曝光量 1.87亿+

案例标杆引领  
重塑数字营销价值链路

# 2025 年春节档 红花郎： “红动全球” 的白酒文化出海传播路径



红花郎“春晚季”用一场全域、深度、有温度的全球营销，让中国白酒朝着传承传递中国文化、成为世界认可的中国文化符号方向稳步迈进。



## #红花郎红动全球# 微博话题阅读12亿



### 全球达人 引领网友打卡



### 红花郎点亮全球大屏



### 微博红包 卡券引流



### 海外媒体 积极报道



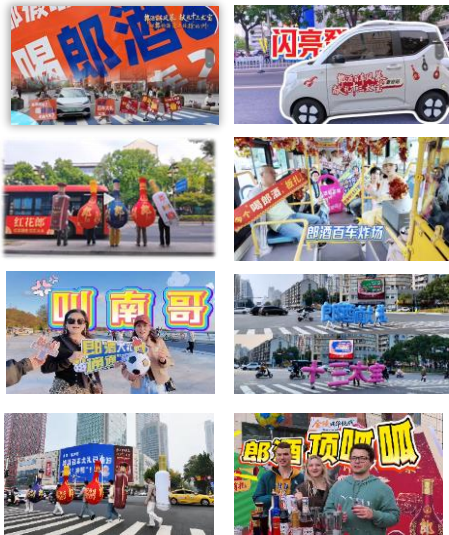
# 案例标杆引领 重塑数字营销价值链路

# 2025 年郎酒江苏风暴： 百车献礼+全域种草 的区域深耕方案

**传播背景：**围绕郎酒集团在江苏区域特色活动“郎酒百辆汽车，献礼江苏”，结合2025年苏超热点，以及中秋、国庆的节日节点，打造创意快闪事件营销活动，并针对线下快闪事件设计线上整合营销资源传播。



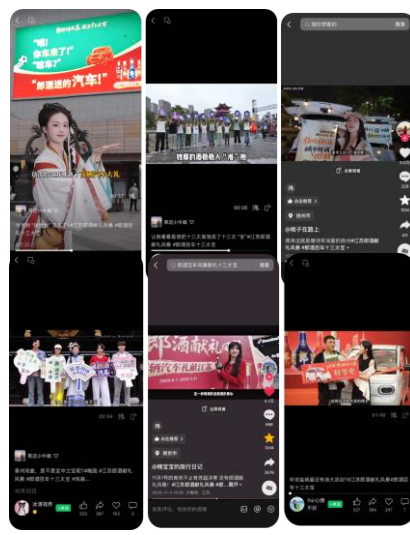
## 线下城市快闪



## 高空传播



## KOL矩阵



## 官媒报道



传播营销与品牌活动相辅相成，以品牌叙事引爆情绪价值

以营销落地加速拓网深耕，实现品牌的“升空与落地”！

01 百车大奖，立体攻势

案例标杆引领 重塑数字营销价值链路

2025年达人营销 奇富科技：数据驱动+品效协同的品效合一提效范式

1, 深研数据严筛达人

**STEP-1 综合评估 初步筛选达人**  
根据TAM人群、品牌数据要求，初筛达人账号；了解达人说，过往内容属性，内容数据，评估达人适配性。

**STEP-2 全面沟通，二轮评估 确认可执行性**  
与初筛达人接洽，Brief沟通，评估达人配合度及可执行性；二轮筛选。

**STEP-3 提报达人名单 客户评估，并确定合作**  
提报筛选名单，客户从成本、数据、内容适配度等再次评估，确定合作达人。

初筛 (160+) → 数据筛 (60+) → 精筛 (40-50)

2, 深钻内容严控效果

是什么激发用户想要贷款?

5x3x2 创作多角度的视频素材

EMERGENCY 紧急	NECESSITY 必要	FREEDOM 自由	EASE / CONVENIENCE 便捷	SECURITY 安全
用户痛点：急需资金周转，解决燃眉之急	用户痛点：急需资金周转，解决燃眉之急	用户痛点：急需资金周转，解决燃眉之急	用户痛点：急需资金周转，解决燃眉之急	用户痛点：急需资金周转，解决燃眉之急

**爆款方法论：“三高法则”**

证明	操作示例
<b>高冲突前置</b>	开头黄金3秒留住用户，痛点前置，引发好奇、价值预告，引发期待、攻略价值；
<b>高共情话术</b>	根据达人设和情绪，定制话术，季聊台词：“借不到钱不是你没用，是没选对平台” → 消除用户自卑心理
<b>高诱导按钮</b>	将“测额度”按钮与利益绑定 → 突出利益优势，行动号召力

内容公式：痛点冲突（前3秒）+ 低门槛解决方案（中段）+ 限时利益驱动（结尾）

当广告和原生的达人内容，采用同样的格式和风格时，看起来更接近原生内容，用户会更容易接受这类广告并与之互动，从而大幅提升广告成效。

1-2月：春节资金高压力 内容方向： -场景：包工头讨薪欠薪借钱开工、小店主备货资金断裂 -痛点：“有年前借款? 3小时到账过好年” -投放策略：定向“返乡”“春运”话题标签	3-4月：长尾场景精细化 内容方向： -场景：春耕借钱、突出“等额本息还款”（收益产生后再分期，减轻压力）	11月：电商大促资金峰值 内容方向： -场景：“零首付提车? 现在租车比租车省2万”（日押租金更便宜） -电商从业者：“双11爆单垫资10万，次日到账冲3万”（商家入驻商城台数据数据）
---	---	---

货运纪实类达人：直击「刚需救急」场景  
乡村剧情类达人：激活「熟人社会」信任链  
三农记录类达人：抢占「生产性借贷」心智  
搞笑生活类达人：软化「借贷抵触感」

3, 持续追踪及时调整

达人长达20天的数据追踪

20天  
每天 10天  
3小时 24小时

10个维度的综合考量

基础指标：  
1. 播放量  
即上线后，是否符合完成预期播放量

深度分析：  
1. 播放量对比商业播放量  
即上线后7天的播放量/下中时段的播放量（仅对比数值，忽略大于/小于100%考量）

2. 完播CPM  
即上线后实际CPM，是否符合该轮投放策略的CPM

2. 完播CPM对比预估CPM  
即上线后的完播CPM/7中时段的预估CPM（仅对比数值，忽略100%、60%等倍数考量）

3. 完播率、平均时长  
完播率：视频完整播放量/播放量  
平均时长：视频播放时长/播放次数

3. 完播率对比商业完播率  
即上线后的完播率/商业完播率

4. 互动效果  
评论、点赞、分享的数据表现

4. 评论相关性  
评论与视频的关键词匹配度/评论内容相关性（仅对比数值，忽略10%、20%等考量）

5. 品牌形象  
评论倾向（正面、负面）、分类关键词

5. 爆文率  
爆文定义为：即可有信得、5A人群资产相关数据（注：成为爆文才有该数据）

6. 观众画像/人群资产  
地域（省份、城市）、性别、年龄

4, 效果超预期

- 播放量 提升100%
- CPM 降本50%
- 完播率 提升45%
- 爆文率 提升70%
- 助力竞价
- 转化 提升5%
- 点击成本 降本2%

行业生态共建  
提升数字营销影响力

# 构建开放生态 促进数字化营销从粗放到精细的效能升级

**资源整合：**联动多方资源叠加头部平台构建开放合作生态，为品牌提供“平台资源+技术工具+运营经验”的整合解决方案，实现全域资源的高效协同与价值释放。

**经验输出：**通过研讨会、案例分享会等形式，分享AI营销、达人运营、数字闭环等实战方法论，赋能客户数字营销能力升级，助力整体效能提升。

**标准体系构建：**建立“策略-内容-投放-效果”全链路数字营销服务标准，依托技术赋能与数据下钻，打通前后端链路，对各环节进行深度把控与持续优化，推动数字营销从粗放向精细化管理升级。



2025年度我司服务品牌聚焦白酒、电商、快消、金融等核心行业，服务洋河、郎酒、拼多多、体彩、六福珠宝、茅台、奇富科技等行业领军品牌，其中与洋河、青岛啤酒、恒源祥等品牌合作年限超20年，近些年在客户服务已形成“数字内容创新+全域资源整合+品效合一落地”一体化链路，在达人营销、短视频营销、AI营销、线上线下整合营销等赛道打造出多个行业标杆案例。

