



Shine Social

星邑互动

Shine



SHINE

星邑互动 是一家提供互联网及数字媒体领域全方位服务的广告公司，致力于提供跨媒体领域的整合营销服务。服务于国内外各行业领先客户，通过对策略、创意、媒介整合和行业发展的深度洞察，帮助他们在品牌推广方面取得不断的成功。

星邑互动在今年也荣获了国内及国际创意大赛的表彰，其中包括入围中国国际广告界长城奖，成功营销奖、艾菲奖及媒介360营销金奖。

SHANGHAI 上海

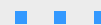
XIAMEN 厦门

ShineMedia

ShineSocial

我们作为本土公司，对中国特殊的经济环境、行业环境、和互联网环境，有着更深入的了解和更准确把握，在走向国际化的进程中，可以更有效的为客户提供切实有效的解决方案，也将中国特殊的行业状况信息带给世界。特别是在SNS平台上我们对受众的洞察，行业的敏感度，都更有把握。服务众多国内外知名品牌。

我们服务的客户...



我们能为您做什么？



平台运营

微博等社交平台品牌账号运营维护



微信后台建立及开发

量身定制CRM系统；
接入微信支付，精准推送，提高转化



整合营销

基于社交网络的数字整合传播



HTML5制作及推广

量身定制HTML5页面及整合传播



数据调研

基于消费者数据挖掘的调研服务



策略咨询

品牌社交领域咨询

以传播为核心
通过社会化媒体对企业品牌信息进行传播
媒体平台组合传播立体化事件，长尾效应延伸传播达成目的



2014 Lyrics Bottle Campaign

一句歌词一个故事一段回忆，今夏我们以歌传情

通过对市场的洞察我们展开了一场社交媒体大风暴，我们从**情感出发**，通过**悬念营销**，引发粉丝关注与兴趣，从不同层面触动消费者的内心，展开了一场全新的“歌词瓶”营销战役。

用24张歌词瓶海报引爆悬念。

一句歌词一个故事一段回忆，今夏我们以**歌传情**。

24个发生在我们身边的故事，每套海报的悬念与揭晓巧妙结合。

微博72%覆盖率

总计曝光量：6亿+

销售提升：10%



可口可乐歌词瓶社会化媒体传播

48张歌词瓶完整海报

玩转悬念营销



媒体平台

无论你关注了谁 都会看到歌词瓶

 **72%** 微博覆盖

5分钟一条 

18日19日微博平均5分钟就会发布一条可口可乐歌词瓶海报内容的微博，高密集度覆盖传播，媒体广泛关注。



微博发布：552条
粉丝UGC：13,503张
话题榜：19日第三名TOP3
搜索量：32W 话题阅读量：1.1亿

好内容+全覆盖+互动

——小歌词大意义



多平台配合覆盖传播

曝光量

6亿

销售提升

10%



Shine SOCIAL

中国市场二季度增长9%

2014年07月24日07:10 信息时报 收藏本文

大洋新闻 时间: 2014-07-24来源: 信息时报 作者: 罗兰

信息时报讯 (记者 罗兰) 美国时间7月22日晚间, 国际饮料巨头可口可乐公司在美国发布其2014年第二季度和上半年财报, 财报显示, 可口可乐第二季度全球业务增幅为3%, 汽水业务实现2%的加速增长, 其中可口可乐在中国二季度的业务增长达到了9%, 汽水的增幅达到10%。

知。(分享自 @梅花网) <http://t.cn/RvwnWsh>



+加标签

5月24日 10:02 来自皮皮时光机

品牌 案例 培训

力量

投入自己评价的商业创意大赛

歌词罐 昵称瓶 | 阅读数: 19656

换装“上唇”了。2013年夏又玩起了“歌词瓶”。不过戏感到厌倦, 目前仍是未

收藏于5月24日 13:08

(2) | 转发(21) | 取消收藏 | 评论(10)

媒介360 V

【可口可乐“瓶”营销: 换装不变味 可乐价的快乐】抓准消费者对生活中小快乐、小幸福、小感动的需求。●歌词瓶: 升级版音乐营销 不靠乐符, 动心弦●昵称瓶: 卖萌4步走→微博预热 新装上架→锁定学生 在线同学会→限量定制 微博引爆→昵称冠冕 有声有色●圣诞礼花瓶: 小成本 大惊喜<http://t.cn/Rv2Rf6Y>



+加标签

@广告门 V

在去年的昵称瓶为可口可乐赢得者建立进一步的联系。



5月21日 12:03 来自微博 weibo.com

汽水销售提升10%



可口可乐歌词瓶社会化媒体传播



Sina SOCIAL



2014 Polar Bear Campaign

冬季新包装，北极熊出没



可口可乐北极熊包装 内容传播 @可口可乐 微博、微信

官方微博、微信运营，结合节日、大小热点。或从情感出发，图文结合引发粉丝主动讨论。或是创意表达，吸引粉丝主动扩散。深化了粉丝对可口可乐北极熊罐包装的认知度，强化了粉丝对可口可乐的品牌好感度，促进销售。

总计曝光量：167,924,277
互动量：427,933

还记得这些陪你长大的好朋友吗？把你们的快乐时光分享给小可吧！

情感



热点

圣诞夜必备！八种方式召唤圣诞老人，快和小可一起get起来吧~



匆匆那年，逝去的青春里，我却偏偏只喜欢同桌的你。



洞察

据说今天本年度最后一个神一样的星期五哟→ 2014/4/4，星期五；2014/6/6，星期五；2014/8/8，星期五；2014/10/10，星期五；2014/12/12，星期五！开启周末畅爽模式啦！





2014 Polar Bear Campaign

冬季新包装，北极熊出没



WeChat

多角度入手，让微信内容更加多元化，更加丰富，满足粉丝的不同需求和爱好。

DIY、干货

小可教你轻松DIY圣诞暖心小礼物

2014-12-23 可口可乐



2014年暖暖的冬日，阳光正好，如童话般美好的圣诞节也即将到来我们身边。

如果你想亲手DIY圣诞礼物给小伙伴，连圣诞老人看到这份礼物都会被萌呆，你想送什么呢？小可来教你轻松制作属于你的圣诞暖心小礼物，一起动手做吧！

来自圣诞老人公公的小卡片

热门电影

小可观影 | 看懂《星际穿越》必知的九大热词

2014-11-21 可口可乐



《星际穿越》中震撼人心的表演、令人目眩神迷的智慧和雄心，让许多人都难以忘怀。在享受这场太空冒险的视听震撼之余，不禁要问真的懂了吗？小可就在这把片中涉及的科学术语和现象做简单的科普，让你更好的理解《星际穿越》，看懂诺兰的宇宙世界啦~

暖心正能量

梦想还是要有的，万一实现了呢。新的一年你是否也和小可一样有满满的抱负，已经精神抖擞地做好计划了呢？

1.每天早睡早起一小时



2.坚持阅读，静心感受文字的力量



多元内容 Content

2015年春节火车票 预售期时间表											
票种	预售期	票种	预售期	票种	预售期	票种	预售期	票种	预售期	票种	预售期
成人票	12月15日	成人票	12月15日	成人票	12月15日	成人票	12月15日	成人票	12月15日	成人票	12月15日
儿童票	12月15日	儿童票	12月15日	儿童票	12月15日	儿童票	12月15日	儿童票	12月15日	儿童票	12月15日
学生票	12月15日	学生票	12月15日	学生票	12月15日	学生票	12月15日	学生票	12月15日	学生票	12月15日
团体票	12月15日	团体票	12月15日	团体票	12月15日	团体票	12月15日	团体票	12月15日	团体票	12月15日
动车票	12月15日	动车票	12月15日	动车票	12月15日	动车票	12月15日	动车票	12月15日	动车票	12月15日
高铁票	12月15日	高铁票	12月15日	高铁票	12月15日	高铁票	12月15日	高铁票	12月15日	高铁票	12月15日
国际票	12月15日	国际票	12月15日	国际票	12月15日	国际票	12月15日	国际票	12月15日	国际票	12月15日
港澳台票	12月15日	港澳台票	12月15日	港澳台票	12月15日	港澳台票	12月15日	港澳台票	12月15日	港澳台票	12月15日
邮轮票	12月15日	邮轮票	12月15日	邮轮票	12月15日	邮轮票	12月15日	邮轮票	12月15日	邮轮票	12月15日
旅游票	12月15日	旅游票	12月15日	旅游票	12月15日	旅游票	12月15日	旅游票	12月15日	旅游票	12月15日
其他票	12月15日	其他票	12月15日	其他票	12月15日	其他票	12月15日	其他票	12月15日	其他票	12月15日

上图根据中国铁路总公司绘制版本整理绘制

故事时段

11月28日起，12306网站放票时

餐厅不仅明亮，你还会发现到处都充满着可口可乐的元素，还可以观看“办公室微运动”教程视频哦，一起跟着小可“吃动平衡”吧。



针对受众的时事热点

吃喝玩乐

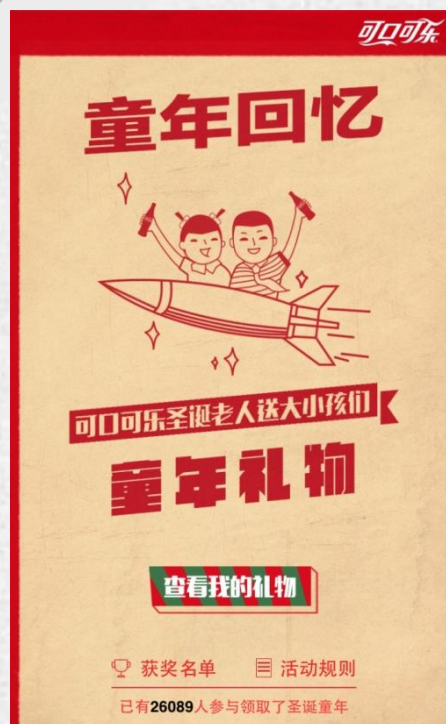


圣诞童年主题HTML5

圣诞老人的童年礼物

我们现在所见的圣诞老人形象为可口可乐所创造。为了在圣诞节这个契机，推广可口可乐圣诞老人的形象，我们从现在微信活跃人群和可口可乐微信粉丝的主要群体情感层面出发，捕捉童年回忆这个共同的情感共鸣点，让可口可乐圣诞老人为我们派送充满童年回忆的圣诞礼物。

在活动的短短一周超过2W多名的粉丝参与。通过活动把可口可乐和圣诞老人的形象紧密联系在一起，让更多人知道圣诞老人形象源于可口可乐，深化了品牌文化和对品牌的认同感。





果粒奶优晒早餐HTML5

Hello早餐，Hello今天的晨之味

为了深化和推广果粒奶优作为营养早餐中的一员，通过晒早餐活动结合营养早餐菜谱制作了H5进行推广。运用手绘手法介绍菜谱，通过入菜或者搭配的形式把果粒奶优跟早餐进行结合关联，潜移默化的影响粉丝营养早餐必备果粒奶优的概念。让粉丝自主上传营养早餐，增强官方微信的互动及品牌粘性，从而推动粉丝对果粒奶优的喜爱，引导粉丝早餐和果粒奶优的搭配从而深化品牌形象和影响力促进销量。



美汁源

果汁健康专家

美汁源果粒橙

病毒视频传播

在春节的时间节点有效的通过病毒视频与消费者进行沟通，结合明星效应，从情感出发，追溯一颗橙子寻回故乡的故事，唤起大家过年回家的情感共鸣。视频在社会化媒体平台广泛传播。



105 58898 5479
关注 粉丝

美汁源饮料 <http://weibo.com/minutemaidsjuice>

#美汁源阳光奇缘# 温暖的旅程仍在继续——跟随@陳奕迅所長 一路来到了美汁源的家乡佛罗里达，这里有汲取200天阳光照耀的鲜橙，还有果农Fran和小伙伴们收获的欢笑与歌声，在Eason的镜头下又会发生怎样有趣的故事呢？新的一年，祝大家新春快乐！还有更多惊喜互动，将会为大家送上哟~ [美汁源阳光奇缘](#)



美汁源阳光奇缘

播放

48

1月29日 11:25 来自新浪微博

170 | 转发1247 | 收藏 | 评论59



难以忘记儿时吃早餐的情景，即使爸妈再忙，都会坐在一起，一片吐司面包，加一杯橙汁，浓浓的幸福感在心里扎根发芽。



家，就是你转身那个温暖的拥抱，永远敞开大门等着你。
亲爱的你，如果累了，别忘了回家……
送给每一个2014年回家路上的你！
点击[阅读原文](#)播放视频

阅读原文

举报





Lenovo VIBE X2

个性化的时尚手机，玩转色彩

我们根据VIBE X2的产品特色以及创意理念
设计海报用于国外社交媒体平台推广。

STAR PRODUCT: VIBE X2 CAMPAIGN STRATEGY & ASSETS



23 © 2014 Lenovo Corporation. All rights reserved.

"Layers by VIBE"

X2 CAMPAIGN THEME

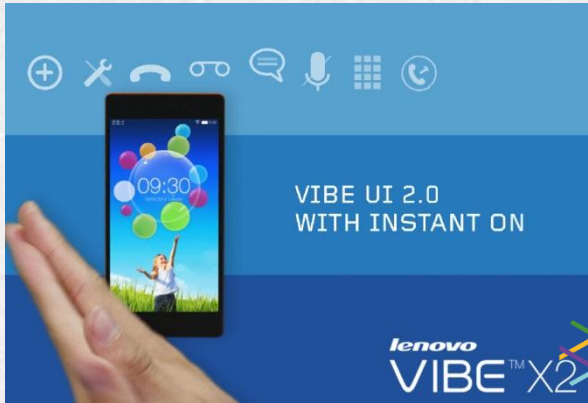
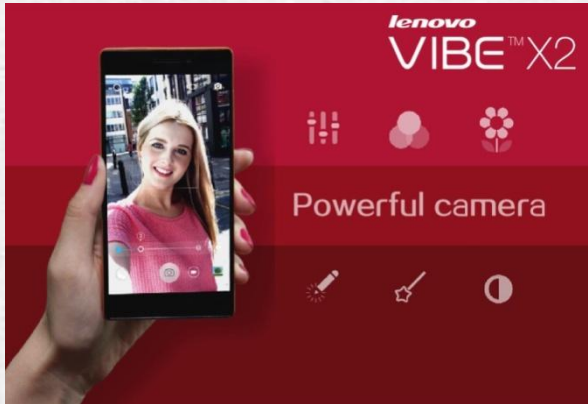
The world is multi-layered

You like more colors
You prefer multiple options
Your personality has many dimensions
You multi-task and multi-major
Sometimes more is more

One layer is never enough.
Your life is Multi-layered.



24 © 2014 Lenovo Corporation. All rights reserved.



Bear 小熊

小熊电器

小众品牌的情感牌，宣传不停顿

“爱，不停炖”作为小熊电器微电影主题，已经贯穿了一年多，在故事围绕父女，恋人，夫妻等不同角色之间展开，我们提出命题：爱，如何保鲜？让读者在愉快的观影之后能够主动通过话题进行分享，参与活动达到自主传播的二次曝光。

作为一个较为小众的年轻化品牌，微电影中的产品曝光与故事的结合点在佳节将至之时，也加深了受众的记忆及对产品的喜爱。

@小熊电器 V: 有人说，爱情的保质期只有18个月，而生活琐事就像逐渐升温的水，悄无声息想要杀死感情这只青蛙。但事实真的如此吗？也许你以为消失的东西其实未曾改变，一直存在。两个人，时刻相互理解，默默分担。爱，就能永久保鲜。你还记得那些为爱默默付出的努力么？<http://t.cn/zRUWh1> <http://t.cn/zRUfODG>



10月8日 20:35 来自新浪微博

转发(23926) | 评论(6027)

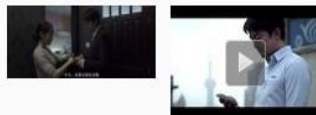
@小熊电器 V: 爱，不仅要爱，更要行动！他，情真意切，获得小熊电器全力支持创意求婚；她，毫不知情，面对突如其来意外之举如何反应？这是一个真实的故事，这是一段挚爱的宣言。他，能否找到爱的归宿？11.11来临之前，让我们共同见证！<http://t.cn/zsZqIE>



2012-11-7 09:52 来自专业版微博

转发(12548) | 评论(1632)

@中国4A V: #创意分享#他失业了，却不好意思跟她说。终于放下身价，成了装修工人，却依然没告诉她。在工地上被粉尘引出一阵阵咳嗽声让她发现了他的秘密，她却什么也不说，默默地把他对她的爱变成每天装在他餐盒的美食。当爱情被生活的压力磨灭，对彼此的牵挂将依然为爱保鲜。<http://t.cn/zRUWh1>



10月23日 20:29 来自1510cloud

转发(20) | 评论(6)



SHINE MEDIA

专业媒介团队，整合SNS平台受众资源，实现精准优质的媒介投放；
横跨多个平台：新浪微博、腾讯微博、微信公众平台、Qzone等；
通过传播数据获取受众反应，配合内容营销，为品牌打造最有效的SNS平台传播闭环；
针对品牌及具体内容，选择最适合的平台KOL；
服务国内外知名品牌，助力客户推广 campaign 冲击微博热门话题榜前三甲；

联动各SNS平台...





#我想见金秀贤#话题推广



话题发布后48小时内
登上热门话题推荐榜

共造成了28,257,452次曝光

#我想见金秀贤#话题推广

4月21日0:00-4月22日0:00

原创帖子发布6篇（原创帖子6篇，发布频次8次）



#我想见金秀贤#

参与讨论 赞(3)

话题主页 主持人推荐 话题榜

306 全部讨论 15 一周讨论 4 24小时讨论

关于

分类: 其他 地区: 上海

标签: 上海金秀贤见面会 可口可乐 都敏俊 都教授 金秀贤

导语: 想见都教授? 来上海吧! 金秀贤欧巴将会出现在5月底上海可口可乐金秀贤见面会! 只要买瓶金盖的可口可乐, 输入瓶盖码, 参加“午后韩风秋大奖”活动, 就有机会赢金秀贤见面会门票。都教授, 见见我! #我想见金秀贤#

微话题

热门话题榜

排名	话题	主持人
TOP 1	#kimi新发型# 林志颖帮Kimi剪帅哥新... 娱乐八卦	368146 新浪娱乐 V
TOP 2	#微博上市# 微博上市首日大涨19%, 说说你和微博... 科技	306788 新浪科技 V
TOP 3	#扫黄打非-净网2014# 扫黄打非办、国信办... 社会	253543 微博管理员 V
4	#肺活量测试# 肺活量测试: 深吸一口气, 呼气... 创意征集	201224 湖南卫视芒果TV
5	#我想见金秀贤# 想见都教授? 来上海吧! 金秀贤... 上海 其他	145794 可口可乐 V
6	#美丑鉴别法# 有一款日本网友疯玩的测试趣图在... 娱乐八卦	136810 新浪海南 V
7	#我们读书吧# 4月23日“世界读书日”, @人民... 读书	128284 人民日报 V

创意征集 美食 情感 娱乐八卦 体育 动漫

5	#我们读书吧# 4月23日“世界读书日”, @人民... 读书	145505 人民日报 V
6	#想到曾经瘦过就心酸# 我曾经也瘦过, 一想到... 创意征集	144307 日剧全攻略 V
7	#毕业生平均月薪# 2014年应届毕业生就业调研... 社会	142220 新浪山西 V
8	#我想见金秀贤# 想见都教授? 来上海吧! 金秀贤... 上海 其他	140277 可口可乐 V

TYOU
hank