

# 氢互动



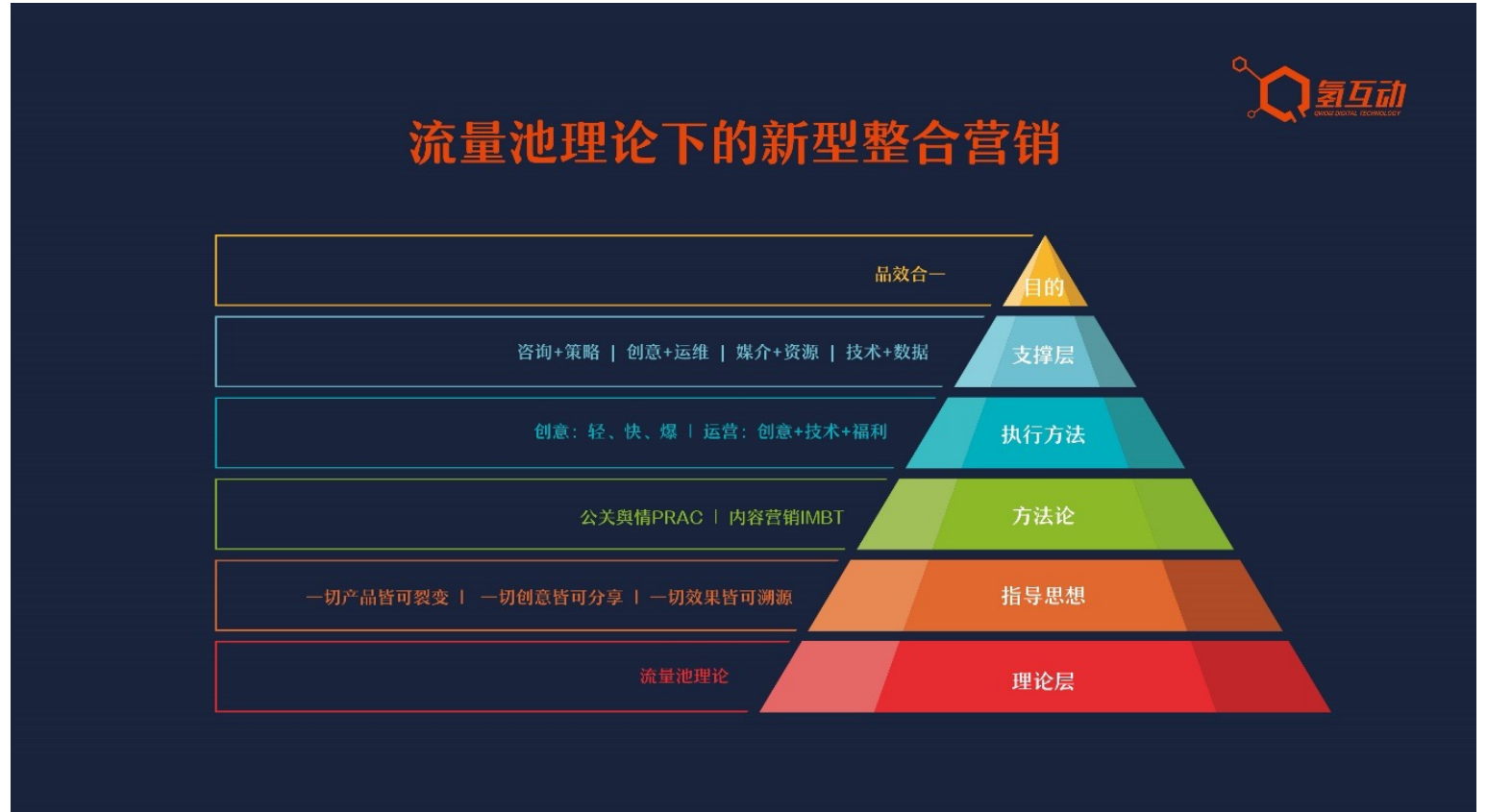
- ◆ 公司网址：[www.qwom.com](http://www.qwom.com)
- ◆ 微信公众号：氢互动
- ◆ 参选类别：年度最具影响力移动营销公司



## 北京氢动益维科技股份有限公司（简称：氢互动）

- 北京氢动益维科技股份有限公司（品牌名称：氢互动）2010年于北京成立，注册资金3000万，现有员工100+，公司总部位于北京。服务客户涵盖互联网、新零售、酒水、快消、金融保险、出行、地产等行业内50多家知名企业。曾累计荣获，艾菲奖、ONE SHOW、中国广告长城奖、金投赏、虎啸奖、金瞳奖、中国4A创意奖等国内外营销奖项超270项。是国家高新技术企业、中国商务广告协会、中国国际公关协会等社会团体的核心会员单位。
- **【荣誉资质】**
  - **国家高新技术企业**
  - **中国商务广告协会数字营销委员会常务理事会员单位**
  - **中国商务广告协会综合代理专业委员会（中国·4A）成员**
  - **中国国际公关协会单位会员**

- 经过多年实战经验，氢互动总结出“流量池”理论思维体系，利用“技术+数据”优势，为品牌提供全生命周期的互联网整合营销服务。
- 根据品牌战略部署深入市场、产品、运营等不同纬度帮助企业搭建流量池体系，打造有效的流量获取和变现渠道，完成企业的数字化商业转型。



## 1. 创意技数优势

- 与大多数广告营销公司“Big idea+媒介资源”的传播打法不同，氢互动采取“**数据指导创意构成，创意反哺数据验证**”的双轨并行模式。凭借丰富的实战经验，和对各新兴媒体平台的深入了解，坚持“从用户角度生产内容”底层逻辑，借助数据和算法的分析加持，通过“创意+技术+福利”的创意标准体系，辅助“轻（投入轻，试错成本低）、快（反应速度快、创意决策快、制作执行快）、爆（内容不平庸，迅速引爆朋友圈）”的内容产出模式，让营销效果最大化。

## 2. 战略理论优势

- 论坛时代，提出“关键词意识论”；论坛到微博过渡时代，提出“2S（Search & Social）法则”；富媒体内容时代，提出“**PRAC公关舆情方法论**”和“**IMBT内容营销方法论**”；品效合一实效营销时代，首创“**流量池理论**”；产业数字化转型时代，深耕垂直细分行业“**产业流量池**”，贴合中国数字营销行业，氢互动一直引领数字营销行业的理论发展。

### 3. 人才机制优势

- 经过多年积累，已经建立起一支包含高层管理人员、业务带头人在内的优秀、稳定的人才团队，在策略、创意、技术、客户服务等各方面均拥有一批出色人才。拥有丰富的移动互联网营销行业从业经验，对移动互联网营销活动具有深刻的理解和认识，为公司未来业务蓬勃发展提供了有力保障。

### 4. 客户资源优势

- 依靠优秀的创意策划、良好的执行能力和优质的传播渠道，氢互动培育了较大的客户群，具有明显的客户资源优势。公司客户涵盖互联网、新零售、酒水、快消、金融保险、出行、地产等行业龙头企业。

- 氢互动提出“流量池”理论思维体系，建议品牌基于“数据整合”的营销手段自建流量池，进而完成流量获取、运营、变现、再挖掘，打造品牌自身最快速有效的流量获取和变现渠道。



## “流量池”理论

在luckin coffee（瑞幸咖啡）、五粮液等多个品牌上得到了深度运用，在帮助企业完善品牌建设的同时，达到了品效合一和实际销售转化的同步。

真正实现：

**一切产品皆可裂变；一切创意皆可分享；一切效果皆可溯源。**







## “MU@CIIE，精彩不落幕” 东方航空2020整合宣传深度策划（进博会）传播

### 背景及目标：

2020第三届中国国际进口博览会是国家战略层面重点推进的大型国家级展览，是中国促进世界经济合作向世界开放市场的重大举措；东航作为落户上海的民航央企、进博会举办地最大的主基地航空公司，已连续两届提供高标准、高水平的服务与保障支持工作；2020年东航将进一步以进博会为契机展开传播，向国际社会、全球消费者展现东航品牌文化与实力，实现品牌价值的多维度提升。

### 创意及洞察：

无论是官媒报道、政府政务宣传还是企业营销，短视频都已经成为当下最主流的传播形式，基于东航与进博会合作打造一支创意音乐短视频，用充满创意、时尚的RAP音乐演绎东航2020进博会的身份与服务，用音乐与消费者更有效的沟通和交流，让全球供应商与消费者享受最优质的品牌服务，彰显东航持续创新的品牌精神，以及不断提升客户体验的品牌理念。

围绕创意音乐短视频从三个维度进行精心打造：

1. 歌曲内容围绕东航与进博会的合作身份进行创作；
2. 视频主角以东航网红员工带队制造影响力；
3. 视频场景充分展现东航进博会的各项工作内容。

### 传播效果：

1. 全网传播总覆盖量超1.5亿+人次
2. 全网视频曝光+播放量近1000万+人次
3. 全网传播转评赞量超12万+人次
4. 品牌官方新媒体平台粉丝数增长超9.6万+人次
5. 获得“国资委”及“新华社”的报道及肯定



## 东方航空 《“MU@CIIE，精彩不落幕”创意整合传播》

2020年10月，东航借助连续三年作为核心支持商和承运商参与承办中国国际进口博览会的契机，精心打造了一支**潮流RAP形式的创意音乐短视频**，通过东航工作人员化身歌手，结合进博会岗位场景的展现和歌词的演绎，体现东航进博会的合作伙伴身份，通过创意短视频的精心打造及“MU@CIIE，精彩不落幕”品牌话题的深度策划传播，本次传播覆盖总人数超**1.5亿+**，充分展现了东航品牌文化与实力，大大增加了品牌好感度及美誉度，实现了品牌价值的多维度提升。

 <p>五粮液</p>	 <p>luckin coffee 专业咖啡新鲜式</p>	 <p>中國東方航空 CHINA EASTERN</p> 
 <p>SUNac 融创 至臻 · 致远</p>	 <p>绝味<sup>®</sup>鸭脖</p>	 <p>中信银行 CHINA CITIC BANK 以信致远 融智无限</p>
 <p>碧桂园 —— 世界500强企业 ——</p>	 <p>中粮 COFCO 自然之源 滋养你我</p>	 <p>浦发银行 SPD BANK</p>