



成功案例

与海外华人敲响钟声迎新年

这家总部位于中国的视听新媒体机构首次利用 Facebook 平台广告激发海外用户人们对于春节联欢晚会（春晚）的热情，吸引全球 314,000 人通过 Facebook 同时观看直播。

314,000 950 万 1.94 亿 404,000

名观众收看 Facebook 串流直播

两个月内视频点击量

人次观看

Facebook 新增粉丝人数

品牌故事

中国之声

中国网络电视台 (CNTV) 是中央电视台旗下的新媒体机构，是拥有多语种、全媒体、全覆盖传播体系的网络视听公共服务平台。对于春节联欢晚会这样的中国电视文化盛宴，CNTV 每年都会进行网络直播。2015 年央视春晚，CNTV 第一次通过社交平台面向全球进行直播。



2015年春节联欢晚会火热开场！请戳直播链接，在线观看！



欢迎收看2015春节联欢晚会
中国中央电视台 (英文China Central Tele...)

9,599 Likes · 21 Comments

广告目标

在线电视节目

如今很多人都选择在线观看电视，因此 CNTV 计划通过 Facebook 向全球串流直播 2015 年春晚。

CNTV 希望壮大其 Facebook 社区，成功汇集海外华人并鼓励他们在 Facebook 收看节目直播。



「我们很开心的看到春晚视频可以在 Facebook 取得爆炸性的自然视频播放量。这让我们把 Facebook 视频作为我们未来规划的最重要部分之一。同时，Facebook 精准的定位功能让我们在全球范围内准确地找到对春节联欢晚会最为期待的受众——全球华人，让我们创造了 31 万人同时在线观看的历史纪录。」

」

衣炜，CNTV 国际传播事业群总经理



解决方案

倒计时开始

CNTV 首先在 Facebook 上发起一场活动，宣传春晚的直播。然后推出活动广告，确保人们将春晚直播添加到记事簿中。

为壮大 Facebook 社区，CNTV 推行“类似广告受众”，并通过类似受众将特质相似的用户与现有 Facebook 粉丝进行关联。在整个活动过程中，CNTV 将可能无法通过电视收看节目的海外华人定为广告目标，并瞄准那些对中国及中华文化等感兴趣的人士，CNTV 还借助语言投放确保吸引到相关受众。

在春晚准备阶段，CNTV 还排出对以往春节联欢晚会爆款节目进行特写的图文及视频广告，激发人们的热情，让海外华侨产生思乡之情。

春晚当天，CNTV 利用链接广告吸引人们进入节目直播页面。设定倒计时，播放 60 分钟的广告，并利用节目开始前 30 分钟大力营造吸引力。CNTV 在当天还持续发布实时内容，从而不断吸引直播视频点击量。

成功启示

不可思议

Facebook 帮助 CNTV 成功吸引海外华人，壮大 CNTV 社区，串流直播产生了巨大反响。节目收获：

- 314,000 名串流直播观众
- 950 万视频点击量
- 覆盖 1.94 亿人
- 新增粉丝人数 404,000