

楼氏集团



- ◆ **参选方向**：企业社会责任、营销应对升级

楼氏文化传媒集团

— LOUSHI GROUP —



IP



MOVIE



BOOKS



LITTLE SURPRISE





发展历程

历经6年的发展，楼氏集团

资源方面：我们除了签约已经成熟的博主150+，同时开始自营孵化优质博主近百个，全网覆盖粉丝量突破2.5亿，持续增长流量为企业带来了更多商业机会；

业务方面：在博主的广告代理营收基础之上，我们逐渐开设了全案整合营销、动漫IP孵化、热搜话题打造等全新变现通道，服务客户超百家，用5年时间打下了坚实的客户资源基础；

赛道方面：我们的流量资源从最早的新浪微博开始，如今已实现抖音、快手、小红书、今日头条、一点资讯等多平台分发，多元化的赛道机制也将资源的内容从图文上升到短视频、vlog等时下最新的媒体形式；

区域方面：楼氏2014年从深圳起航，先后在北京、成都、青岛、上海成立了下属分公司，涵盖了祖国的东西南北；

楼氏诞生于2014

2015 ↑

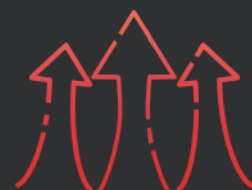
2016 ↑

2017 ↑

2018 ↑

2019 ↑

2020 ↑





楼氏的诞生

01

楼氏集团创始人楼sir（本名：袁琢）

作为新浪微博早期段子手——楼sir，抓住自媒体流量红利，先后签约数百位知名KOL并成立实体公司，“楼氏”一名由此得来。

03

行业领先的KOL资源

旗下先后成立了楼氏传播、楼氏影视、小彩蛋动漫等子公司，不仅在新媒体营销上取得业界认可，也利用自有IP资源开发出了百万销量的图书作品以及2016爱奇艺年度付费分成冠军《妖出长安》等影视作品。

02

楼氏集团的诞生

楼氏集团诞生于2014，以签约和孵化新浪微博KOL起步，同时为品牌主提供微博营销解决方案，连续5年深耕新媒体行业，如今已成为业内最具代表性的新媒体领先品牌，新浪认证MCN机构之一。

04

企业价值观及使命愿景

秉承着忠诚、激情、创新、协作以及“只为有心人服务”的企业价值观，“使互联网生活更加丰富多彩”为使命的理念，“成为国内领先的覆盖全领域的综合性传媒集团”的愿景，楼氏集团将继续为中国新媒体事业的发展而长期奋斗！



全案整合营销

品牌战略规划



内容策划



渠道分发



品牌公关



品牌战略联动

市场调研



竞品分析



品牌定位



合作联动



联合孵化IP项目

KOL签约

账号代运营

IP联合

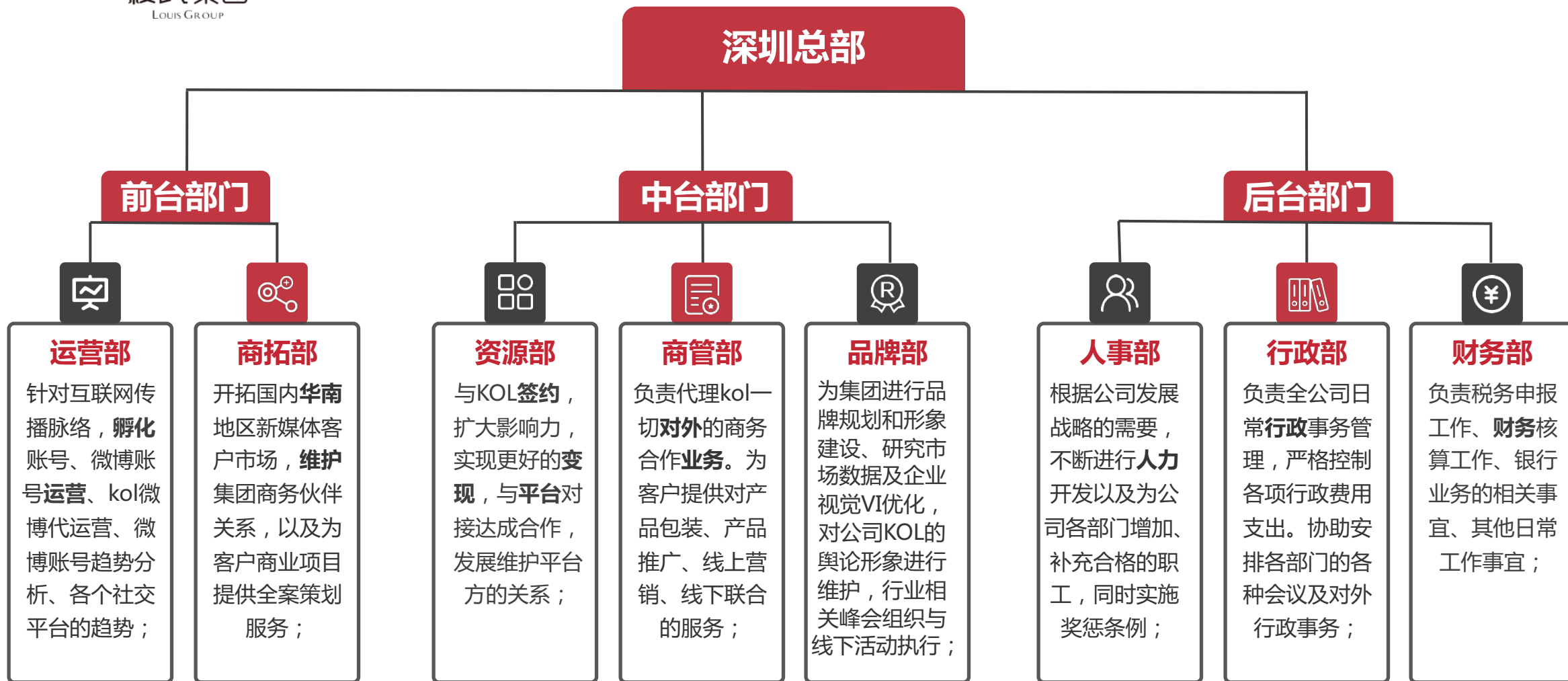
艺人经纪



动漫IP授权

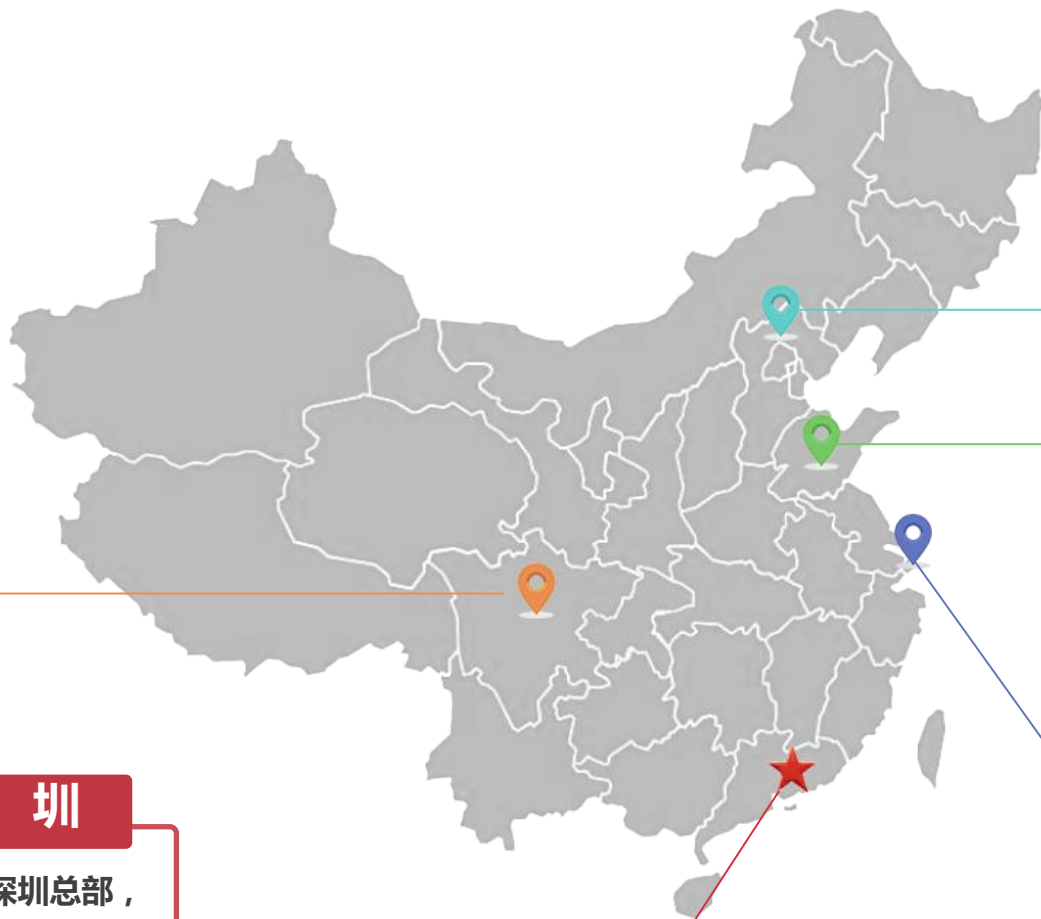
形象授权

形象设计





全国各地事业部



成都

- 抖音千万IP账号运营、打造孵化
- 开拓与维护西南地区新媒体市场

深圳

- 楼氏深圳总部，管理统筹集团所有业务事项

北京

- 账号孵化、运营、代运营、内容输出
- 开拓与维护华北新媒体市场

青岛

- 动漫IP账号运营、孵化IP、打造爆款流量IP等

上海

- 开拓与维护华东地区新媒体市场



核心优势



独家资源

公司拥有独家资源超200+，总粉丝数近2.5亿，每月为新浪微博提供超过100亿的阅读量，包含不同垂直领域账号，头部账号资源丰富。



影视动漫IP

2016爱奇艺年度付费分成冠军《妖出长安》等影视作品，以及线下动漫IP《没有动物园》系列形象。



话题营销

热点挖掘、热搜话题创意，全案整合营销，为品牌主大幅度提升曝光量。



渠道广阔

微博合作机构239家、微信合作机构97家，微博、微信资源多达5000+加上各直播平台、新闻客户端、视频网站等渠道能够满足绝大部分项目的资源需求。



全案策划

针对品牌及产品的调性分析，全平台内容创意开发，脑洞大开，各个击破。



粉丝运营

KOL、品牌主、名人以及产品的各类型受众人群强化粉丝粘性，培养铁粉的运营之道。



年度金牌话题数量累计 **346**
 累计优质话题阅读量过 **384亿+**

巅峰之作单条最高 **4.8亿**

(阿里) 商务合作单次最高 **6亿+**

- #转发这个安陵容#
- #过生日要有仪式感#
- #我的年度账单#
- #国产剧第二季好难等#
- #发错信息被表白#
- #拍吴磊时忘关闪光灯#
- #庆余年动物版#
- #菊次郎没挺过夏天#
- #脸长的好看有多重要#
- #孔刘说英语好苏#
- #彭于晏笑的也太憨了#
- #撒贝宁唱野狼Disco#
- #和木村拓哉结婚太甜了#

微博宣发每月金牌话题榜单



成为国内领先的MCN机构优质话题创作佼佼



(阿里) 单次合作热搜最高上**5条**

24小时热门榜巅峰最高**全站登顶**

数据: 阅读量破**6亿** 热搜**NO4** 视频播放量**2548万**

微博官方宣发十大热搜机构**TOP2**



#当焦恩俊说上家乡话#

@霓虹行为实录 #和木村拓哉结婚太甜了#

#为母校捐赠10头猪#

#忘记关投影仪的高数老师#

#萧敬腾一拿话筒就下雨#

林更新活跃到像个粉头# 1988花絮有多好笑#

#凌潇肃粉丝咋回事#

#朱一龙慌成人形立牌#

#doinb被气到唱rap#

#收到过最敷衍的礼物#

为品牌迅速提升曝光，达成流量变现、营销转化能；



招标



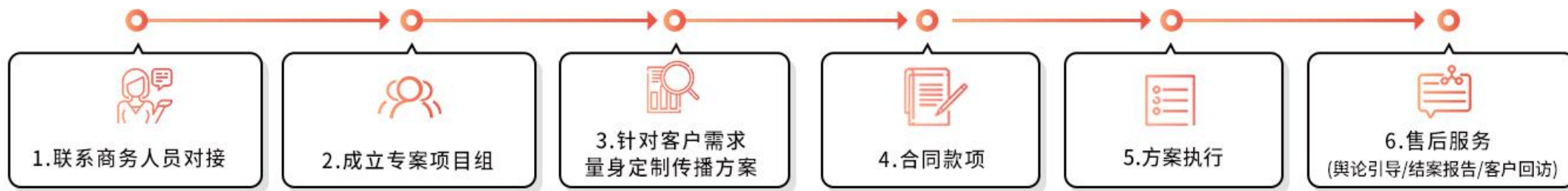
竞标



夺标



业务升级突破，以全平台互动营销为重点的一系列策划方案，全面整合的营销方案，品牌曝光火力全开。
从招标到夺标最后拿下全案，取得客户方的信任，获得超出预期的流量价值变现。



全程项目制

商务管理部 — 订单及执行

行政综合部 — 合同及款项

品牌公关部 — 数据及监测



一站式合作流程、让成本可控，质量可期；

疫情当前，楼氏集团火速支援湖北广水



广水市第二人民医院

捐赠接收证明

我院系广水市新型冠状病毒感染肺炎定点救治医疗机构，因疫情防控工作需要，现收到楼氏集团捐赠的5640瓶手洗消毒液，共价值108240元。

我院对此表示由衷地感谢，此次所捐赠的物资，我们将在第一时间用于抗击新型冠状病毒肺炎的防控工作中。特此证明！

广水市第二人民医院
2020年2月18日



证明

拟收到楼氏（深圳）文化传媒集团有限公司捐赠的凝胶手洗消毒液2500瓶（规格500ml）、喷雾型手洗消毒液2000瓶（规格200ml）、喷雾型手洗消毒液2130瓶（规格60ml）（具体数量以实际入库为准），由广州润虹医药科技股份有限公司位于广州经济技术开发区永和区永盛路10号发出，用于广水市新型冠状病毒肺炎疫情防控及诊疗工作。

特此证明。



感谢信

尊敬的楼氏集团：

在全面阻击新冠肺炎疫情的战斗中，在疫情防控物资十分紧张的危急时刻，感谢贵公司伸出援手，向我院捐赠物资5640瓶手洗消毒液，极大地支持了我院的救治工作。

在此感谢您的爱心之举！我们将继续全力以赴，发展敬佑生命、救死扶伤、甘于奉献、大爱无疆的精神，不忘医者初心，牢记健康使命，为打赢这场疫情防控战役做出积极贡献！

广水市第二人民医院
2020年2月18日



此次援助广水市第二人民医院，楼氏在第一时间内采取行动，动用多方力量，采取多种措施，通过多种渠道，从接到求援到送达物资只用了短短一周的时间，在封路封城，前方告急的情况下，提前1分钟交付物资，就能提前1分钟遏制疫情蔓延。楼氏人彰显自己的爱心，竭尽自己的绵薄之力。争分夺秒完成资金到位，促进防疫物资尽快到位，为抗击疫情增添力量。

在疫情面前，楼氏集团充分发扬了企业价值观：**忠诚、激情、创新、协作**，其行动速度之快、效率之高，展现出中国企业应有的责任与担当。





口碑评价

华为IoT营销经理——杨文涛评价楼氏：

楼氏在同华为智选的合作过程中，从自身专业的角度给了我们营销侧非常多有意义的建议，楼氏商务负责人——创兴及其团队小伙伴的社交sense为今年三次场景营销中华为智选的品牌曝光提供了非常大的助力，前两场的微博指数与第三场的TVC均给了我们很大的惊喜。

在资源方面，整体还是满意的，能够匹配我们的基本需求，但建议能更聚焦电商，并能达到检测流量转化的水平，帮助我们提升产品销量。

方案非常具有专业性，能够给予活动正确且有效的campaign建议，如在波次投放与内容选择方面，均以围绕话题曝光为目标在安排，保障了活动的品牌成功。

另外，让人记忆深刻的是楼氏人以其崇高的敬业精神，不分昼夜的跟进项目与及时响应让我们非常放心。

华为CBG IoT产品线营销运作部生态营销总监——丁晟评价楼氏：

楼氏团队在本次的合作中充分发挥其特点，挖掘出KOL内在亮点，并加以表达，成就了一个与众不同的方案。而在与楼氏团队长期的合作中，产品自身的特点及亮点被挖掘到新高度，也使得我们的场景营销更丰富，更生动，更贴近实际生活。楼氏团队以其专业能力为华为智选提供了数次服务，都获得圆满成功，相信在接下来的合作中，能有更大的突破。