

Stage.

舞 台 无 处 不 在

SOUND & COLOR
音 声 色 影

INEND



华语顶尖音乐制作人

张亚东

PRODUCER

倾力打造

国内首档高品质原创音乐现场节目

Stage.

将音乐LIVE舞台

搬至最贴近年轻人的生活场景中

/ IP背景

随着国内娱乐产业的进一步发展，华语音乐市场逐渐得到回暖。
然而音乐作品推广环节缺失 + 音乐节目舞台形式单一，
让观众审美疲劳，原创音乐人发展受限。



在这样的市场环境下，STAGE应运而生

年轻 原创 品质 **平等 真诚** 独特 纯粹 惊喜

发掘和扶持优秀音乐人
开拓华语音乐全新视觉美学风格

/ IP创意

旅行团

陈粒大张伟

宇芽儿

朴树

“舞台无处不在”独特理念

耳目一新不可复制的顶级品质内容

原创音乐IP

Stage.

Mazka

陈海宇

Chinese football

马頔

新裤子

逃跑计划

万物理论

马頔

一次最有话题性明星参与的快闪事件

明星在观众不知情的情况下在特定的生活场景中表演，引发围观和社交话题传播

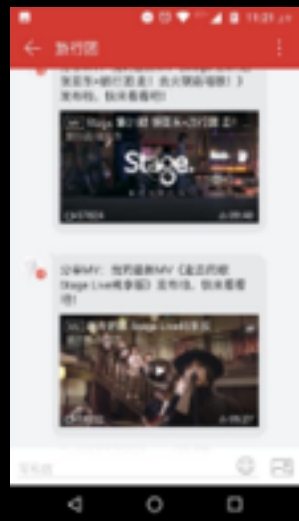
一场最平等交流的MINI LIVE

打破传统舞台的界限和交流方式，让大明星卸下光环，还原生活中真实的状态

一个最具感染力讲述故事的音乐节目

呈现音乐背后的故事和场景人物的状态，通过音乐了解不同职业不同环境中的群体

Stage. × 网易云音乐



Stage选择全网最大的音乐社交平台网易云音乐作为合作媒体，
第一季自2017年12月至2018年2月，共上线6期节目；
第二季自2018年9月至2019年8月，共上线15期节目。

IP孵化 营销

STAGE第一季在全网音乐平台播出后，收获业界和乐迷好评，荣获网易云音乐年度最受欢迎节目。

第二季，积累了一定声量的STAGE携手网易云音乐平台全面开放营销合作。

(2020年，STAGE第三季将与短视频平台抖音合作，开启新历程。)

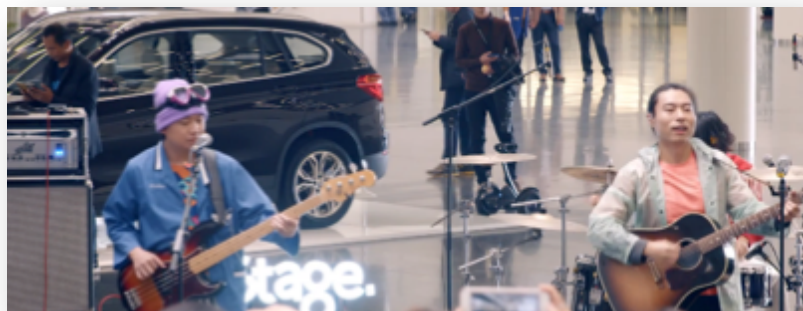
STEP1

打造全年最强的，具有持续影响力的音乐内容节目



STEP2

结合温暖创新的节目内容，有效传递品牌精神，展现产品亮点



/ IP概况

Stage

追寻最贴近生活的音乐现场，还原闪光灯背后的后台故事
引发与年轻人间最Real的沟通与共鸣



全新的IP文化符号

经过一、二季孵化，Stage快速成长为备受瞩目的全新IP

效果卓越的商业合作

在与宝马、百龄坛、乐堡啤酒等品牌的合作中，收获成绩斐然的市场效果

/ IP影响力

STAGE第一季&第二季自上线以来，获得乐迷和媒体的一致认可和好评。

全网总播放量超过2亿

超过8000万话题阅读量

10万条高质量转发

10000+条深度走心评论

全网留言超过20000+

音乐人自主转发支持

朴树单集播放/浏览总量高达5000万+



“温暖、创新、有代入感”成为网友评论最多的关键词，两季节目均成为网易云音乐史上好评度最高的原创节目。

/ IP营销创意

作为各大品牌的营销主阵地，
STAGE第二季在充分与品牌共享IP价值的基础上，
帮助品牌以**音乐**为介质与目标受众有效沟通
寄情于景，以乐动情



/ IP营销策略



STAGE在节目主题、视觉质感调性、创意形式、“线上+线下”

等方面体现音乐与品牌的完美合体感

战略合作伙伴

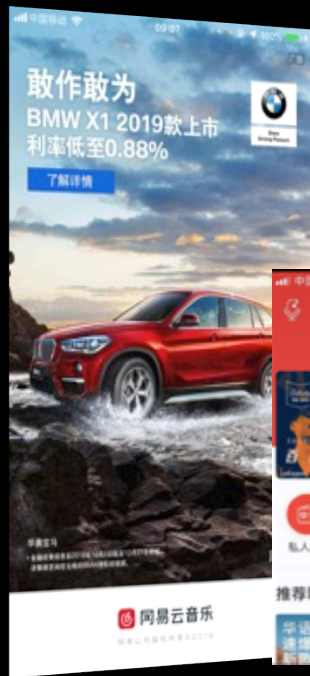
特别主题定制

场景植入

内容深度结合

在动人的舞台故事中，展现品牌精神，在富有温度的画面中，体现产品亮点

/ IP营销资源



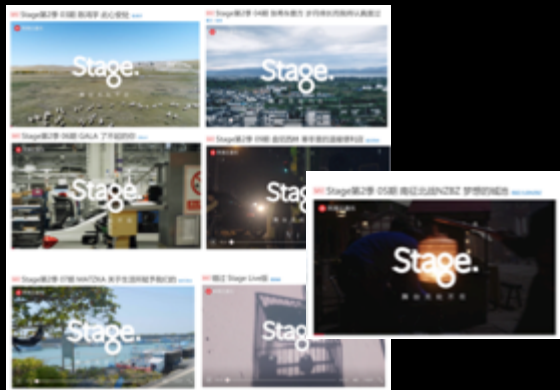
优质硬广资源

丰富视频权益

网易云音乐、Stage官方、合作音乐人、KOL微博等

互动H5

/ IP营销市场效果



7期视频节目总播放量2200万+

整体互动量达到8.3万+

GALA乐队合作单期定制节目获
网易云音乐2018年度播放量最高



3期视频节目总播放量460万+, 转发量近2万

品牌活动H5曝光量1682万+,浏览量1353万+,
共吸引1.5万人参与H5抽奖互动



2期视频节目总播放量1400万+

故事内容深深触动目标受众,
评论区更成为正能量大本营

品牌以特约合作伙伴身份、软性内容植入、产品露出、口播等方式进行曝光, 有效提升品牌好感度及产品曝光量, 引发用户购买渴望。

THANK YOU