



MK x 007

大屏IP新玩法



营销背景

MICHAEL KORS与《007：无暇赴死》电影首次合作，并推出限量版MKCx007系列新品，包括电影中秘书小姐Money Penny携带的跨包。

营销挑战

如何通过新媒介、新形式打出创新牌，在联合影视IP正式上映之前，最大化汇聚关注度？

营销目标

01

将007电影IP与MK品牌深度融合
实现最大化品牌曝光

02

激发用户对MKCx007系列新品
产生兴趣，导流电商

媒介洞察

OTT大屏是影视IP联合宣发的天然阵地

OTT天然承接影视内容
沉浸式观影体验
绝佳的视听享受



家庭场景触达观影用户
后疫情时代用户
观看电视时长增加

*据奥维互娱和群邑山海今的数据，用户浏览电影、综艺等长视频节目时，OTT为首选媒体。

媒介洞察

小米OTT是影视IP联合宣发的最佳OTT曝光平台

中国大屏第一流量入口

连续10个季度出货量中国第一
引领行业流量

中国家庭第一智能大屏

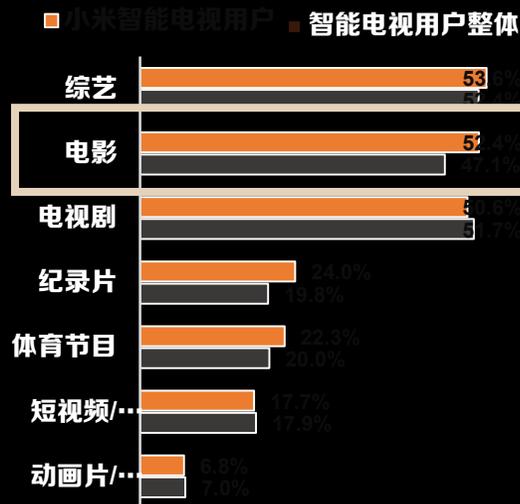
5900万 家庭激活量
4090万 月活跃用户
4.7h 日均使用时长
1.7亿 日均总播放次数
数据来源于：秒针《2020年中国大屏电视行业研究报告》

覆盖优质中产家庭

77% 25-44岁为主
89.9% 两口或以上家庭

77.3% 本科及以上学历
2.1万元 家庭平均月收入

电影观看率和偏好度高于行业均值



拥有海量IP资源 包含007系列电影



营销策略

借势007大热影视IP

打造强势曝光、创新交互、内容宣发、激发购买一体化创新玩法

 开机必现 强势曝光

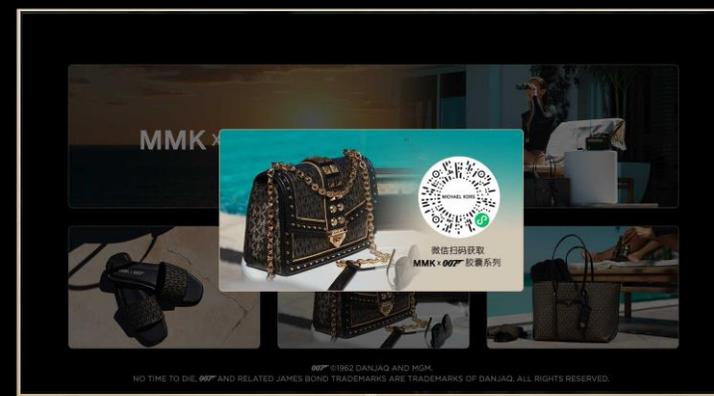


AI交互
→
直达剧场

 超级剧场 内容宣发



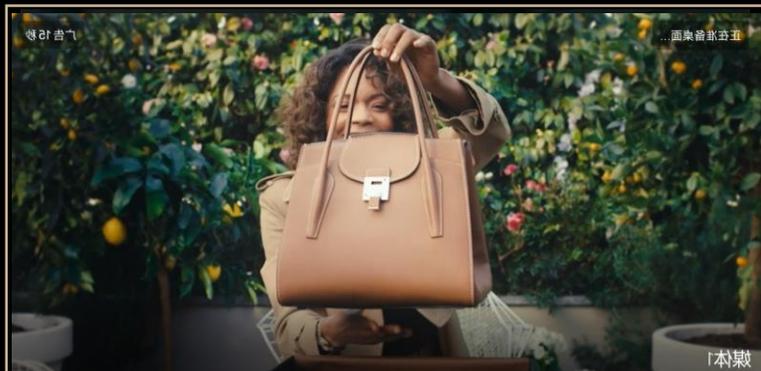
 引流电商 激发购买



亮点1 - 强势曝光

OTT创意开机 独家震撼视听 开机必现

MK携手007打造预热大片
借势IP热度迅速吸引用户关注



融合小米OTT原生界面
营造和谐一致的用户体验



裸眼3D
凸显摩托穿屏疾驰场面，强化视听刺激



亮点2 - 创新交互

创新AI语音交互 用户真实声音推高品牌声量
打破传统遥控器互动模式



小米AI语音技术加持，创意开机尾帧引导

一句“MK 007”直达超级剧场

每一次唤醒都是用户对品牌的再次记忆

亮点3 - 内容宣发

独家打造 MKC x 007 超级剧场

聚合预告、观影、福利活动 以IP热点带动品牌关注

MKC x 007联合预告

激发用户观看正片兴趣

007系列大片云集

聚合往期007系列电影
加强IP影视内容与品牌连接
进一步拉长用户留存时间

The screenshot shows a TV interface for the 'MKC x 007 Super Theater'. At the top, it says 'MKC x 007' and 'MICHAEL KORS 007 超级剧场'. Below that, a small text block reads: 'MICHAEL KORS 推出与007系列影片《No Time To Die:无暇赴死》合作胶囊系列 准备好一起共赴时尚谍海了吗? MKC x 007 重磅来袭'. The main content area is divided into three sections: 1. A video player showing a motorcycle scene with 'MKC x 007' overlaid. 2. A promotional banner for a lottery: '即刻参与抽奖 赢取007无暇赴死观影券和小米电视VIP会员' with a '点击抽奖' button and an image of a handbag. 3. A banner for movie recommendations: '看精彩大片 获取 MKC x 007 电影同款包包' with images of a handbag and a motorcycle. At the bottom, a '猜你喜欢' (You might like) section displays a row of movie posters from the 007 franchise.

独家定制观影福利

点击抽奖，赢取007线下观影票
和小米影视7天会员卡
增进品牌好感度

亮点4 - 激发购买

独家电商组件 一站式扫码购买 提升后链路转化

超级剧场叠加电商组件，陈列MKC x 007系列新品，实现种草；手机扫码便捷购买，高效拔草



MKC x 007 超级剧场

点击



品牌电商H5

(大屏选择喜爱的款式，可弹出对应二维码，手机扫码进入移动端小程序购买)

传播效果

整体投放超预期完成

有效提升品牌声量，聚焦MKCx007系列新品关注度，激发购买转化

01

总曝光量：125,341,572，完成率146.8%，有效提升品牌声量

02

超级剧场曝光：4,741,578，抽奖互动量202,642，聚焦关注度并成功引流电商页面

亮点总结

创新链接全新入口/内容/互动/转化 开辟大屏端影视IP联合营销新思路

全新·流量入口

AI创意开机结合电影元素打造震撼视觉，全链路资源高效引流。

全新·创新互动

融合007电影+小米电视的双重福利，吸引用户积极参与，增进品牌好感度。

全新·内容阵地

借助大屏天然阵地优势，为MK独家打造007电影超级剧场，聚拢电影及品牌用户关注。

全新·电商转化

创新加入小米OTT独家电商组件，提供一站式扫码购买通道，有效提升后链路转化。



感谢您的聆听

永远相信美好的事情即将发生