

新私域带货源码开发定制开发

产品名称	新私域带货源码开发定制开发
公司名称	河南漫云科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	漫云科技:抖音返利系统开发 抖音返利:定制开发 抖音返利app系统开发:快速搭建
公司地址	郑东新区升龙广场3号楼A座3202
联系电话	13103827627 13103827627

产品详情

十月的某一天，犀牛君的好友辰辰偶然刷到一条由电影预告片剪辑而成的解读短，当即对该部院线电影产生了浓厚兴趣。看到左下角「特惠购票戳这里」的字样，辰辰顺势点了进去，被19.9元优惠购票吸引的他很快选择了下单购票。像辰辰这年龄的年轻人既是抖音主力用户，又是主力观影人群。在“抖音+猫眼小程序”的营销组合拳下，我们可以预见，未来很可能会有越来越多的“辰辰们”，从线上走向线下电影院。现在，在辰辰们完成购票的那一刻，制作那支打动他的短的创作者，可以因为他的购票而获取一份收入——这源于猫眼抖音小程序上线的CPS返佣功能。伴随CPS功能的上线，抖音的各类短创作者将成为电影宣发的生力军。CPS激励下，更多与待映及在映影片相关的优质内容将成为创作重点，而这样的内容正好满足了平台观众的需求。声量之外，通过小程序一站式购票能够有效缩短用户购买决策，为“带票”合上*后一环。如此一来，片方不仅能短时间内推动电影声量，甚至完成快速出圈，还能以少量宣发成本直接撬动票房增量。

“短内容+小程序购票+CPS”，这成功建构出了一套从短营销到转化的购票闭环。

抖音创作者添变现新法 CPS功能无疑是短宣发的又一重大创新。

据了解，此功能由猫眼和抖音共同开发，猫眼也因此成为抖音拥有小程序CPS功能的票务合作伙伴。

这不仅是猫眼在短宣发上的一次升级，也是今年继四大宣发工具落地抖音以及打通“想看”后，猫眼与抖音在电影宣发合作上的进一步深化。双方希望通过此次合作，为行业树立电影短宣发的新**。

具体到此功能的应用层来说，CPS功能的直接受益者无疑是创作者和片方，但纵观全局，这是对整个短宣发条的盘活，*最终受益方将是整个文娱行业。总体来看，CPS返佣的完整运作路径是：片方在星图发布CPS合作任务邀请，创作者在领取任务后进行相应创作，发布时可在左下方添加“猫眼小程序跳转”。当被内容打动的用户点击接跳转小程序完成购票后，抖音平台可根据购票转化数据为创作者返还相应佣金。如此一来，CPS功能给所有抖音创作者提供了一个“全新的变现手段”，这当然会激励创作者产出更多优质电影类作品，抖音用户们也将有更为丰富的优质短可看，由此，抖音这一内容平台的电影类UGC内容生态也会被很好。近期，猫眼与抖音合作为张艺谋导演的重磅新作进行了短宣发，并首次应用了CPS功能。在活动中，“大诗小哥”“槽槽说电影”“淞淞剪辑”等1000名抖音创作者积极参与到张艺谋导演重磅新作的短宣发中，在影片的预售期就发布了更新频率远超平时的。

除了“槽槽说电影”这样的平台大号之外，创作者名单中还出现了不少腰部创作者的身影，这些创作者一起，覆盖了亿级平台粉丝。这进一步说明，此次合作升级对新生创作者产生了，为日后CPS加码全平台UGC创作积累了宝贵经验。在用户端，猫眼与抖音定制了电影专属的活动落地页，

抖音还通过提供在发现页、话题页、搜索结果页的优势资源形成导流。用户除了可以一键触达“猫眼小程序”购票，还可以通过做任务、积攒积分，争取获赠电影票。在CPS功能带动的宣发活动落地后，抖音内嵌的「猫眼小程序」被更多用户熟知，线上购电影票流程再被简化。对片方来说，有了短内容造“声量”，有了猫眼小程序带“销量”，短宣发的“性价比”可以说是又上一层楼。

电影类“二创”或迎大爆发

长久以来，短平台的电影号“为爱发电”的居多，变现难是横亘在每一个创作者心中的头号难题。

当付诸心血创作的“二创”内容要么少人关注，要么带不来收益，拖更、长期断更、乃至停更，是大多数电影号的*终归宿。

CPS功能的上线，对电影类头部、腰部、尾部创作者来说，都是“久旱逢甘露”的大好消息。可以预见，平台上电影类“二创”内容将会在短时间内集中爆发，助力院线电影上映前后的话题热度，并成为短期电影宣发的新利器。

与此同时，CPS功能要真正发挥威力，更需放在一个长期的时间维度来看。一方面，短宣发从来不是一蹴而就的行为，短内容具有可反复播放、可长时间传播、创作量大的特性，“购票接”得以借此长时间露出，创作者可持续获得CPS返佣。另一方面，即便暂时没有返佣，创作者也会有动力日常更新、用心经营自己的账号内容，为日后的“返佣活动”积累创作经验和粉丝量。所有的头部账号都是从0粉丝起步的，CPS功能对创作者的一大助力，是将成为推动短腰、尾部电影号成长的“动力源”。再者，据公开财报显示，猫眼现已搭建了包括猫眼电影、猫眼大明星、百万剪辑师等头部账号组成的媒体矩阵，CPS部分新引入的创作者和猫眼自有的头部媒体账号共同构建了抖音平台上极具能量的短宣发阵地。而今后，如若CPS返佣功能广泛应用，我们或可畅想，会有包含头、腰、尾部的账号一同挂上“小程序跳转接”，甚至吸引大量非电影账号入局，可限度地引流平台上各个角落的受众转化为票房贡献者。

到那时，这将大概率推动电影市场整体观影人次的抬升，对整个电影市场都将大有裨益。

猫、抖宣发“合体”再进化

或许很多人还不知道，“猫眼小程序”其实是抖音平台家入驻的小程序。这意味着，从两年前开始，猫眼与抖音就是开拓“短+小程序”模式的行业探索者，也是打通短宣发全路的先行者。持续建立全场景、全覆盖宣发渠道的猫眼智能宣发，一直积极拥抱生活消费、直播、搜索、短等各大场景，连接各类合作伙伴。近期，猫眼与巨量引擎联合发布了《电影·短营销白皮书》，从两平台的合作经验出发，详细剖析了短营销的底层逻辑。白皮书提到，猫眼在抖音建成从宣发到购票的一站式路闭环，帮助抖音在打造“从流量层到应用层的品效合一营销闭环”的过程中，完成了站内票房转化。

而在猫眼11月联合每日经济新闻发布的白皮书《2020强影之路》中，据业内数据显示，抖音18年尝试线上宣发至今，其整体购票曲线呈稳步上升趋势，这组数据表明“用户在近两年逐步被培养在短购票的习惯”。

近半年来，猫眼与抖音的“合体”动作频频，成为后疫情时代电影行业重新复苏的重要推手。8月15日，猫眼在抖音发起了“再一起，看电影”公益直播活动，徐峥、张一白、谭卓等影视大咖空降抖音直播间，带动3700余家影院产生订单，以及拉动暑期档18部影片的售票。其中，一分钱预付权益、超值观影套餐、购票买赠、定制等四项宣发功能打出一波营销组合拳，成为猫眼直播宣发领域的又一宣发路径创新。11月20日，罗永浩联合猫眼智能宣发首次带货电影票，取得了508万人次观看、31万份电影优惠权益秒空的成绩，相信后续猫、抖还将展开更多同类直播宣发的合作。以上是猫眼直播宣发领域的成果，而在短宣发领域，猫眼与抖音近期的资源耦合，或将为电影宣发未来一段时间的发展提供新思路。11月25日，抖音与猫眼对“想看”进行了打通，同时猫眼业内“想看”的秒级更新，并新增“想看转化率”和“完播率”两个指数。这一更新是基于猫眼“想看”与宣发策略制定间的强关联。此次升级后，一来帮助业内人士及时掌握影片的热度信息、实时数据参考，二来为宣发提供更清晰与更具靶向性的指导，行业价值重大。

而此次上线CPS返佣功能，则是继打通“想看”数据后，猫眼与抖音短生态深度“合体”的又一进化。

今年国庆档，猫眼媒体矩阵在助力电影市场方面发挥扛鼎作用，《我和我的家乡》《姜子牙》等影片“二创”内容都推动“想看”、舆论热度的多重发酵。而加入CPS返佣功能，可以在未来更多短创作者主动加入猫眼的短宣发矩阵，成为对猫眼自有账号矩阵宣发能力的重要补充。

CPS返佣功能的里程碑意义在于，由抖音和猫眼共同开发的新功能，了短宣发的新方向，树立了行业**。而于片方而言，一来，返佣可帮助片方以更少的宣发成本撬动票房增量，让片方花的每一分钱都起到效果；二来，也助短宣发在全平台创作者的“合力”下，产生更快速的出圈效应。我们或可期待，在未来，从短平台购买电影票将成为越来越多人的新选择，令更多线上短用户走进电影院。