

【新聞稿】



貓眼微信小程序用戶突破 2.5 億，逾 1/4 中國網民成貓眼小程序用戶

香港，2019 年 9 月 2 日 – 8 月 28 日，貓眼微信小程序用戶規模突破 2.5 億。根據 CNNIC 發佈第 44 次《中國互聯網發展狀況統計報告》，截至 2019 年 6 月，中國網民規模達 8.54 億，這意味著每 4 位網民中，就至少有 1 位是「貓眼電影演出」微信小程序用戶。



貓眼微信小程序「玩」出現象級流量入口

本次用戶數突破，距離 2019 年初宣佈突破 2 億，僅僅半年時間。

2017 年，「貓眼電影演出」小程序正式在微信上線，那時的小程序還只是一個方便用戶了解資訊和網上購票的小平台。如今，微信小程序已經成了廣大中國用戶重要的娛樂消費入口。

微信小程序的玩法不僅是買票那麼簡單。騰訊 2019 年二季度財報顯示，微信月活用戶量達 11.3 億，憑藉強社交關係，微信幾乎是國人人手必備的應用。基於微信海量用戶和社交屬性，貓眼娛樂在小程序上推出影片超級日、暑期專場、0 元秒搶、影片集合頁等玩法，配合折扣影票，具有極佳的宣發效果。

比如，在暑期檔《愛寵大機密 2》上映時，貓眼微信小程序首創「超級日」模式，

以影片元素代替首頁皮膚，並發放專屬購票優惠券幫助影片曝光。



《速度與激情：特別行動》熱播期間，貓眼微信小程序開啓秒搶玩法。人們每天都可以在不同時段，搶電影周邊，如《速度與激情：特別行動》地址水杯、情侶專屬電影票等。

而活動集合頁中，不僅有《速度與激情：特別行動》的影片預告、內容簡介，同時還有更多推薦活動和內容的影片，並發放優惠影票。



今年暑期檔，貓眼微信小程序適時推出了「0 元看電影」等暑期大促活動，加大投放力度，帶來一波小的流量高峰。

線下影院同樣是貓眼娛樂為小程序引流的最佳場景。此前，貓眼曾與微信支付聯合在全國 4 千多家影院舉辦優惠觀影活動，用戶在貓眼小程序上，通過微信支付購買影票即可獲得減免，進一步提升貓眼小程序的覆蓋範圍。

貓眼打造反漏斗模型：讓用戶實現裂變

傳統營銷和銷售領域，有一個「漏斗」。人們認為，在展現、點擊、訪問、諮詢，直到生成訂單的各個環節，品牌觸及的人數都在遞減，就像一個漏斗的形狀。

為了讓客戶流失率減少，從業者一直在尋找更佳解決方案。

而貓眼微信小程序則擁有一個「反漏斗模型」。當用戶進入小程序，便可參與互動，為獲得實惠，用戶要從小程序出去，在微信裏觸達更多用戶。

簡單來說，貓眼微信小程序的活動，不僅阻止了用戶遞減，還讓用戶越來越多，像一個反扣的漏斗。原流量與新流量疊加，小程序的用戶量也越來越多。正式上線半年，貓眼微信小程序就擁有了 1 億註冊用戶，而這個數字很快在 2019 年初

被刷新為 2 億，而又在短短半年後，突破 2.5 億。

在此之前，貓眼微信小程序曾助力多部影片的宣發，不少影片優惠券轉化率維持在 50%以上，為宣發方所青睞。

長期合作過程中，貓眼娛樂已經成為微信重要的生態夥伴。隨著小程序生態的成熟，貓眼娛樂也將擁有新的戰略流量陣地。



對貓眼娛樂來說，佈局微信小程序只是起點。目前，騰訊與貓眼聯手成立騰猫聯盟，打通影視上下游業務，騰訊將在音樂、視頻、遊戲、雲、支付等方面全力支持貓眼娛樂接下來的發展。

據了解，除了微信小程序外，貓眼也入駐百度、頭條、抖音等全網各大平台的小程序，形成了全網多平台的貓眼小程序生態，從而為電影、電視劇、現場演出等合作夥伴，提供更好的宣發能力。

- 完 -

有關貓眼娛樂（HKEx：1896）

貓眼娛樂是中國提供創新互聯網賦能娛樂服務的領先平台，通過持續地能力建設，如今的貓眼娛樂不僅僅是中國最大的在線電影票務平台和第二大的現場娛樂線上票務平台，更是能夠為整個文娛行業多條產業鏈提供全方位服務的「互聯網+娛樂」平台，具體業務包括線上票務服務、娛樂內容服務、娛樂電商服務、廣告及其他業務。

2019 年 7 月，貓眼娛樂發佈貓眼全文娛戰略，並正式啟動與騰訊的戰略合作「騰貓聯盟」。貓眼全文娛戰略提出的「貓爪」模型，主要由貓眼全文娛票務平台、貓眼全文娛產品平台、貓眼全文娛數據平台、貓眼全文娛營銷平台及貓眼全文娛資金平台五大平台組成，全面服務電影、現場娛樂、劇集、視頻、短視頻、文娛媒體、音樂、藝人及 KOL 等各個領域。

媒體查詢：

匯思訊中國有限公司

陳潔儀

電話：+852 2232 3933

電郵：schan@christensenir.com