



# “俄华汇客厅”项目策划方案

PROMOTION PROGRAM

俄华战略合作协会 欧亚经济一体化领导人集团组织 俄中商会 中国贸促会贸推中心

## 项目宗旨

围绕“一带一路”与欧亚经济联盟合作计划及《万里茶道文化带》系列项目，搭建中国与俄罗斯的文化、贸易交流平台。促进中国市场对俄罗斯的文化理解，进而拉动文旅、健康、科技等经济发展，带动产品与全产业链的经济提升。



打造中俄首个官方媒体平台矩阵

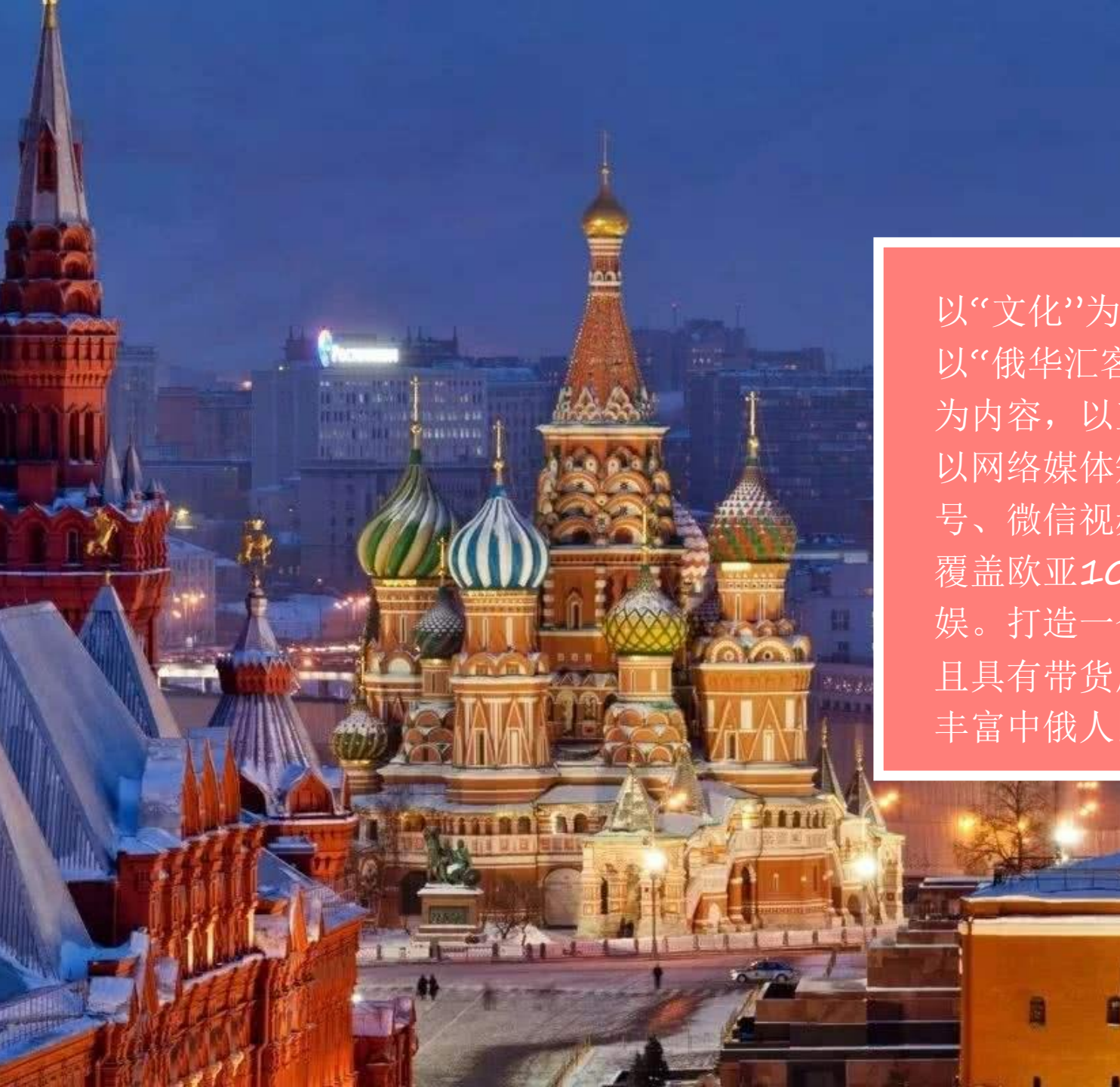
汇聚中俄顶层资源 形成多维共赢链接

以“文化”为基础，以“抖音”为基础平台，  
以“俄华汇客厅”文化/历史/体育/旅游/康养/科技/经贸，  
为内容，以直播+短视频为手段。

以网络媒体矩阵为运营平台（抖音、快手、VK、微信公众  
号、微信视频号、B站、小红书、央视频）

覆盖欧亚10+以上国家 覆盖俄罗斯吃、住、行、游、购、  
娱。打造一个有情怀、有吸引力的俄罗斯。

且具有带货属性的“抖音官方账号”，  
丰富中俄人民对美好生活和猎奇的需求。





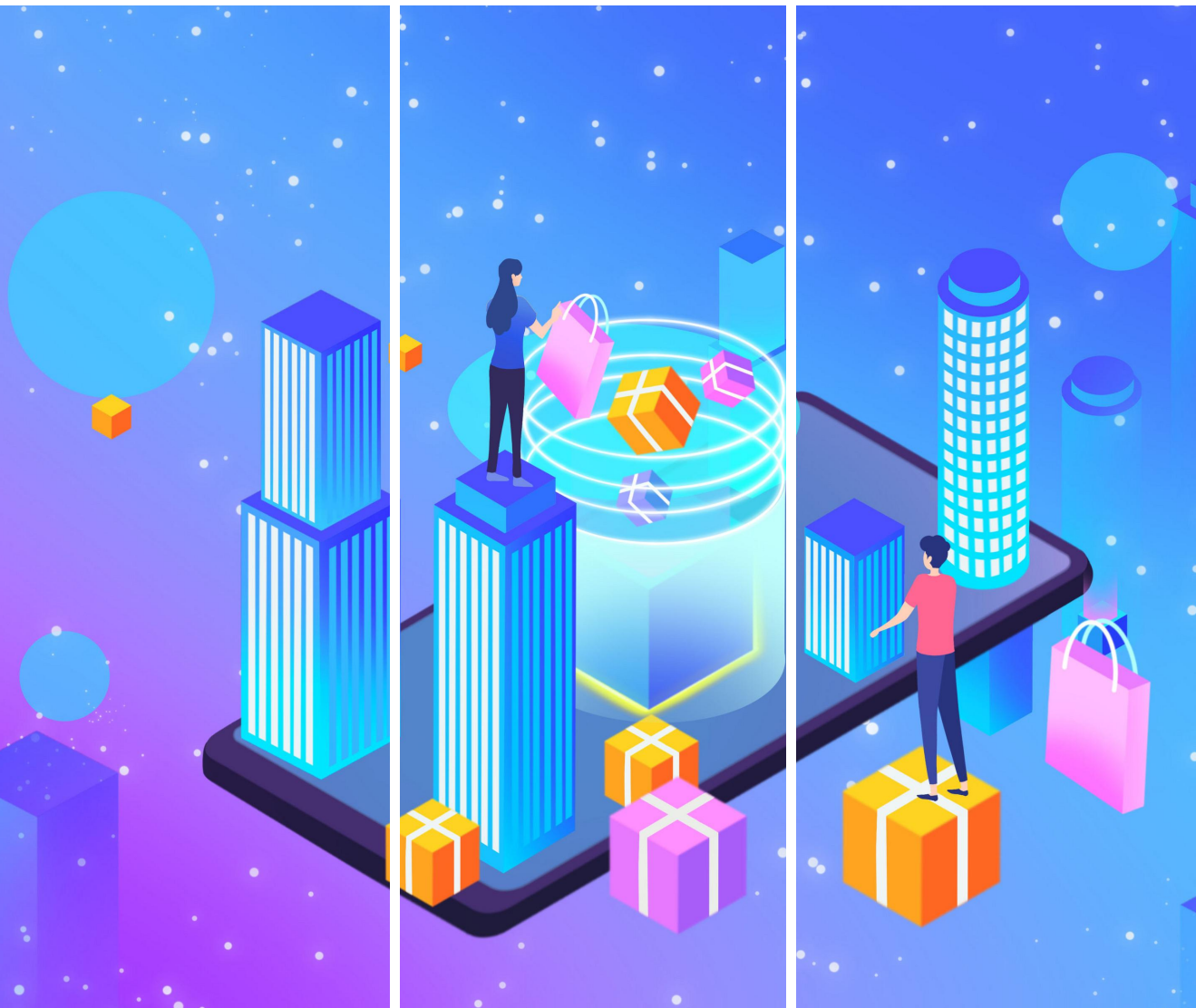
1+N 账号运营模式:

1+N 直播模式:

1 俄华汇客厅（中国） ---总的宣传窗口

N 带货直播间: 根据城市的特色、选品的分类, 各城市合作设立N个直播间实现带货功能。

## 俄华会客厅-文旅工程



18-45岁，一、二、三线城市为主。  
喜欢海淘，喜欢旅游及文化猎奇

高知人群，不仅对物质生活有追求，对精神世界同样也具备有高追求属性。

喜欢猎奇和尝鲜，如果情感一但达成共鸣，会有很高的认同感和忠诚度。

以文化、科技、旅游、猎奇为主。

培养一种生活习惯，需要情感精神同频。



45-85岁，一、二、三线城市为主。  
具有红色情怀，注重健康、喜欢海淘

拥有红色基因的党员群体，不仅对俄罗斯有了解，同时对俄罗斯有向往。  
喜欢健康、养生，如果信仰同频，会有很高的归属感。

以红色、健康为主。

尊重一种生活信仰，需要情感精神同频。

## 俄华汇客厅-青少年健康工程

6-18岁，科普教育和体育文化竞赛为主。







精神生活

### 智力圈世界观

自然生态、社会生态、精神生态

·基于“宇宙思维”共建自然生态、社会生态、精神生态、身心灵健康的探索与尝试。

有趣的文化&有趣的探寻  
及感同身受的社会共识及共同期许



物质生活

### 生活圈美好观

人本生活

·基于“高品质需求”，为市场提供符合人类生活习惯且具备健康发展需求的“好产品”。

健康的美食&科技的好物  
及满足情感需求的特色产品及高端品牌



俄华汇客厅——是智慧 也是一种生活方式

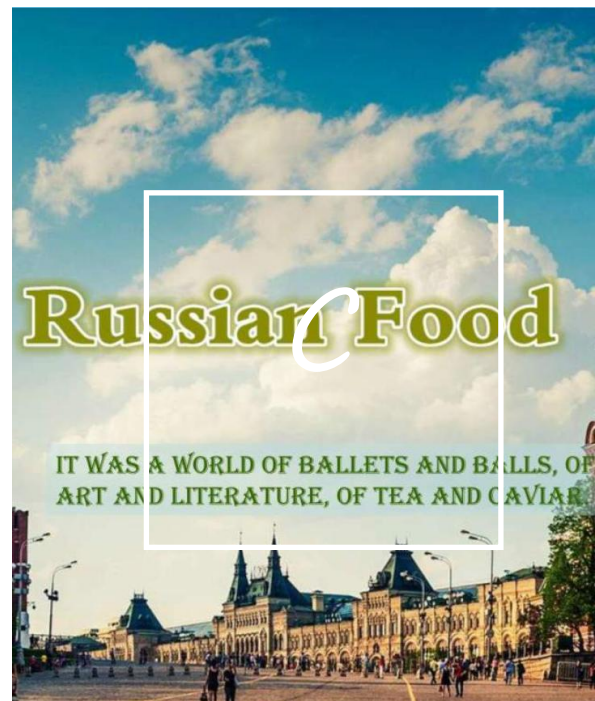
打造国内首档场景化中俄文化交流内容  
分季分系列 / 多元多层次 / 直播精简融合

栏目定位

# 分季分系列

俄华汇客厅

每月一期，《俄华汇客厅》直播内容，聚焦一个话题，邀请中俄文化名人、大使、科技专家、学者、企业家等进行文化交流。同时推出1系列基于满足人们美好生活需求的特色好产品。



## 【示例】

第一季:

选题: 《俄罗斯之生活智慧》

方向: 精神生态的平衡追求

第二季:

选题: 《俄罗斯之认知美学》

方向: 世界诗歌的精神向往

第三季:

选题: 《俄罗斯之科技未来》

方向: 科技赋能与未来生活

第四季.....

形成品牌性直播栏目



# 多元多层次

俄华汇客厅

每周国内文化名人透析1月核心话题论点（延伸内容）+每天短视频精彩花絮+每天直播带货（常规带货+大使、名人、企业家带货）。由三种形式作为支撑，持续引流、变现。

让市场从看见到了解，再到融入一种智慧的社交方式及美好的生活方式中去。



# 直播精简融合

俄华汇客厅

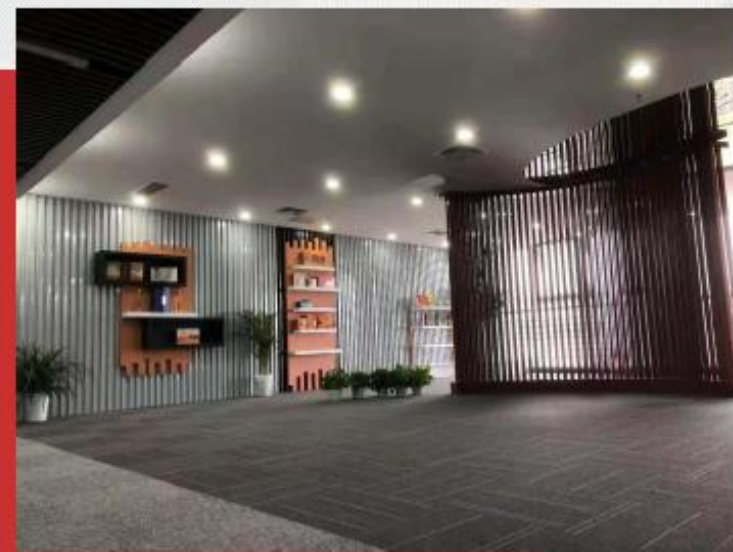
以直播为主，提升内容的互动性与参与感，让市场时刻都能沉浸在俄罗斯的文化与美好生活方式中。

同时通过直播内容的录制及后期提炼引流视频，持续引流变现。



## 电商数据跟踪系统

联合京东、淘宝、抖音、快手，对入驻基地电商企业直播数据实时全方位监测跟踪，实时优化，精准销售。



## 企业优质选品展厅

对入驻企业优质优品进行定期主题展示，如地域性产品（一县一品）、特色展示、专属行业代表展示等。

## 多功能直播间



## VR直播间



## 动漫虚拟直播间



## 主题特色直播间



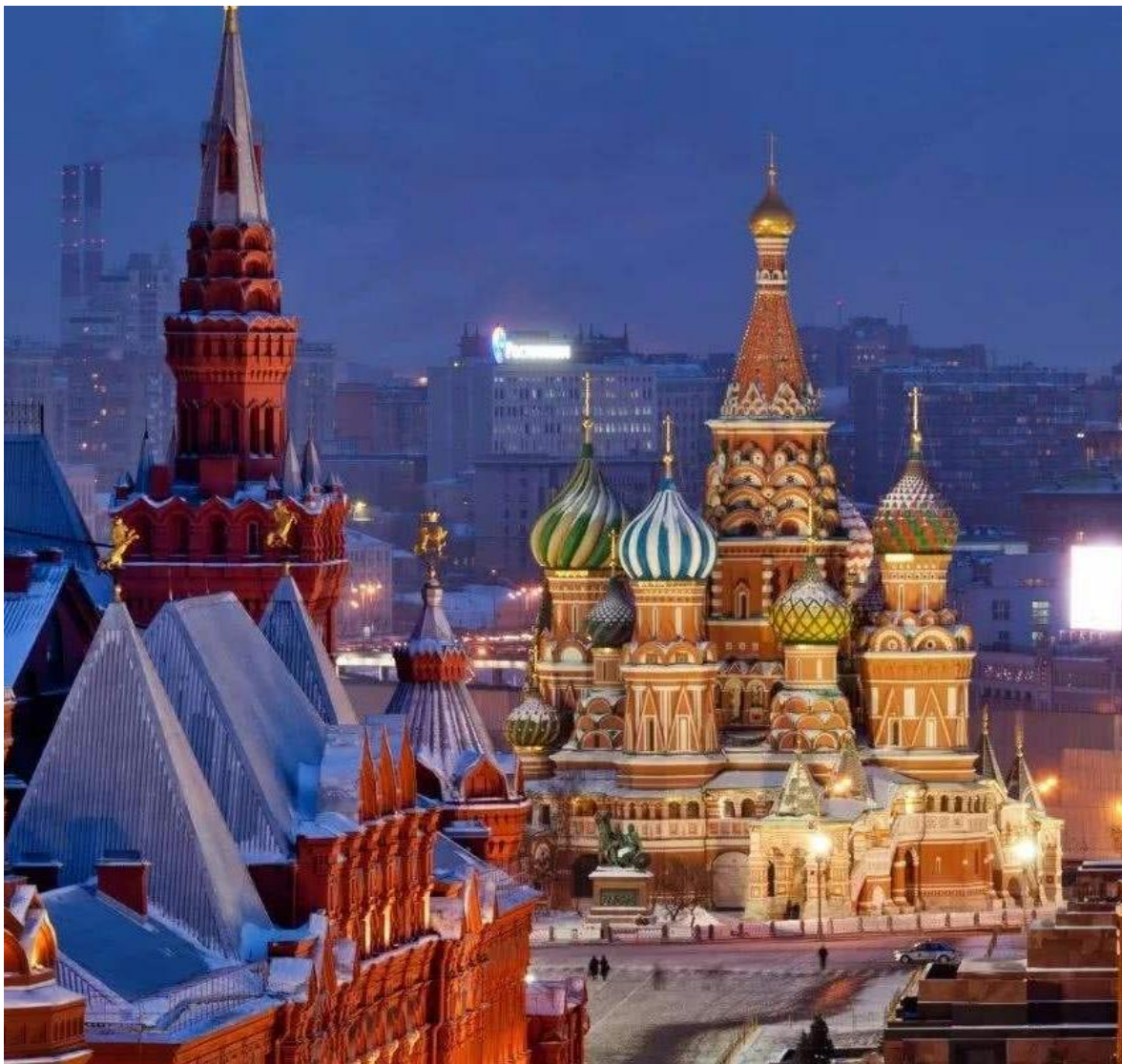
# 电商选品展示区





# 直播间展示





### A、直播内容：

1、频次：26频次 / 月

2、时长：2-8小时 / 频次

### 3、直播规划：

·主题内容：1频次 / 1月（含产品推荐/带货）

·系列内容：3频次 / 1月（含产品推荐/带货）

·常规带货内容：18频次+ / 1月

·做客带货内容：4频次 / 1月（俄罗斯大使、企业、名人等）

### B、短视频内容：

1、频次：2-3条 / 日更

2、时长：15秒-15分钟 / 条

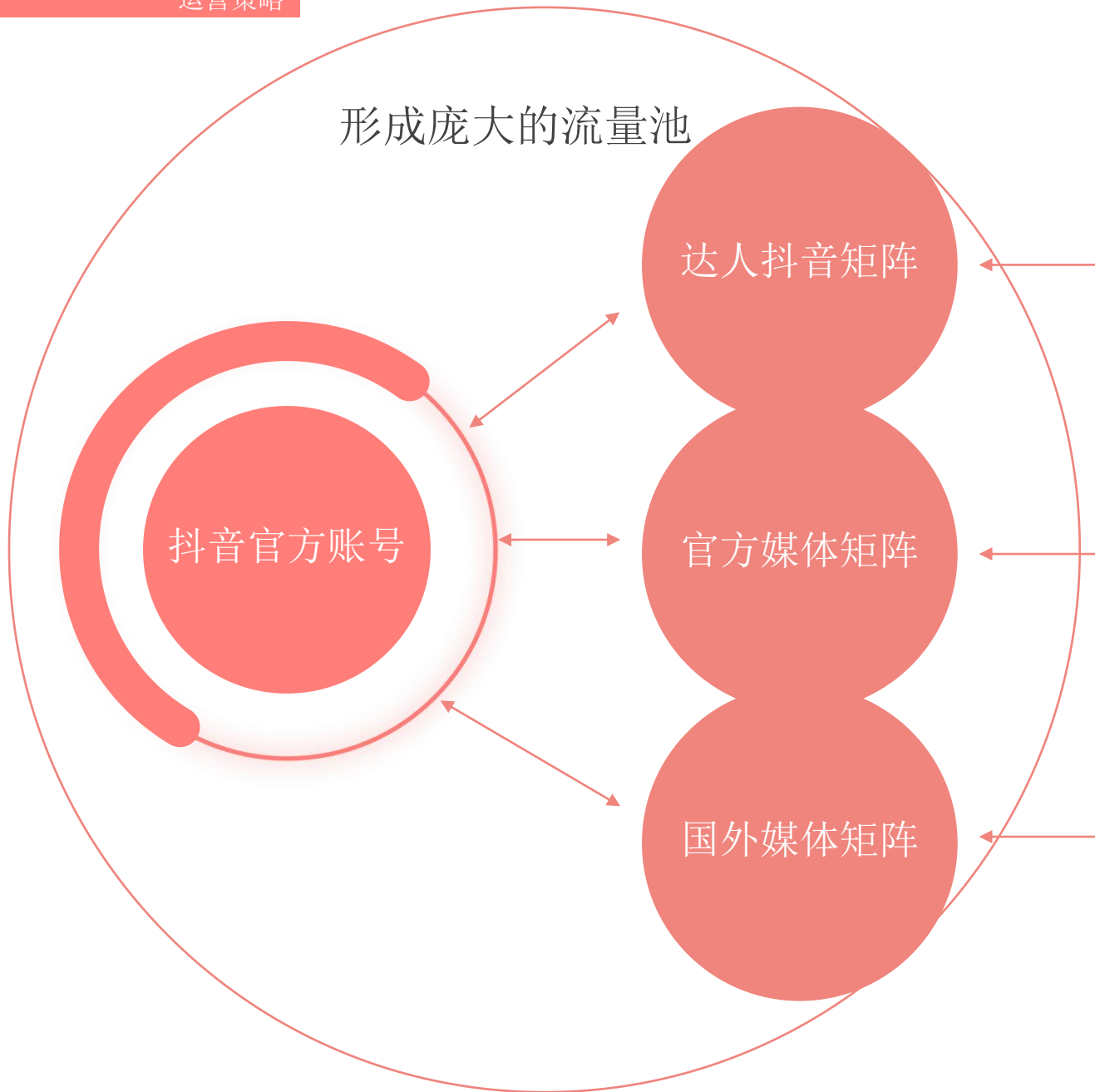
### 3、短视频规划：

·系列内容：10-15分钟 / 6条（主题&系列内容精简各3条）


·精选内容：15-30秒 / 12条（主题&系列内容的核心观点）

·带货内容：15-30秒 / 60条（推荐、宣传、带货切片等）

## 形成庞大的流量池



- 服务俄方艺术家、名人资源建立个人IP账号，形成矩阵化发展，扩大公域流量覆盖面。
- 服务中俄学生群体、俄方直播基地人才培养，形成多点裂变式线上直播带货渠道。
- 多官方IP扩大运营，针对不同产业或业务类型，运营多类型账号。
- 俄华汇客厅（中国）、俄华文化汇客厅、俄华贸易汇客厅等。
- 联合各国家资源及平台，建立多国媒体矩阵，内容通过翻译，进驻到YouTube、VK等各平台，形成多渠道联播扩大影响力。
- 打造欧亚汇客厅（俄罗斯）




自有内容  
官宣赋能

### 自有内容

- 服务中俄联合电视台、电影合作的官方优质内容，进行官宣推广。
- 服务动漫小黄鸭IP等内容（包括不限于IP化内容、节目化内容），进行官宣推广。

促进中俄文化交流，影响更多流量关注俄方文化，形成更多关注度。



自有项目  
官宣赋能

### 自有项目

- 服务“世界民族文化艺术节”、“中俄体育交流年”等项目活动官宣推广及跟踪式报导。
- 服务“红色旅游班列”项目官宣推广及跟踪式报导。
- 服务中俄大学生（20-30所大学）跨境电商培训、IP账号孵化及项目跟踪报导。
- 服务构建数字经济创业基地，引入国际优质供应链，形成中俄电商互相赋能及成果报导。

促进中俄多方经贸合作，引入更多流量加入参与到中俄合作项目中，达成更多合作发展。



## 一体三翼

以《俄华汇客厅》为核心，通过多种合作模式，不断挖掘探索其多元发展能力。

·一体：《俄华汇客厅》

·三翼：

- 1、会务公关合作：服务《俄华汇客厅》自有展会、赛事、论坛等线下互动的线上直播及整合营销；
- 2、专业培训合作：服务《俄华汇客厅》电商直播人才培养及服务俄罗斯电商直播基地孵化，同时基于基地自有的强供应链资源，整合国内优质产品，一方面服务项目俄罗斯同步发展变现；一方面服务中国产品走出去。
- 3、项目孵化合作：基于《俄华汇客厅》的常态化运营，统筹双方资源的过程中，持续发掘可变现项目，提供运营方案，双方合作立项，共同运营。



形象



标签



流量



变现

在抖音官方账号，树立“俄华汇客厅”——是智慧！也是一种生活方式！的品牌形象。

通过不断沟通，共同探索“精神生态”、“自然生态”、“社会生态”，倡导自由的回归，精神生态的健康与平衡。一个为理想的美好生活方式共同努力的中俄国家。

通过有价值、有需求、有趣、有看点、积极正能量的直播及短视频内容，不断积累流量关注，形成有力的粉丝群体及消费群体。

除了直播带货外，探索多种商业变现路径。如品宣合作、贴牌带货自营（依托供应链产品，商品化包装）、研发独立品牌及融资等。


分阶段进行内容与数据运营，达到理想数据。



树立定位 内容沉淀

阶段一（项目启动后3个月）：

通过创新直播+优质短视频内容，**平稳输出**，适当**投流测试**。  
积淀内容数与账号权重，获取起始**流量**，  
为全年账号运营夯实**权重**基础



爆款引流 增强曝光

阶段二（项目启动后4-6个月）：

通过俄罗斯大使、名人、企业家等直播带货，中国文化达人参与，及定期主题内容，创新直播形式，持续制造**话题**，吸引**市场关注**。  
同时制作具有传播性的短视频内容，选取**潜力爆款内容**及在直播进程中，**加大流量**投放力度。



强化标签 赋能品牌

阶段三（项目启动后7-12个月）：

根据数据确定市场关注内容方向，持续输出具有高流量价值的内容，逐步实现具有**标签化**的**流量账号**。

### 孵化筹备期

流量预计实现：  
招商预计实现：

- 1、账号基础运营、流量积累
- 2、账号精品栏目制作、招商

### 深度运营期

流量预计实现：  
招商预计实现：  
带货预计实现：

- 1、账号样板打造、流量积累
- 2、栏目优化迭代、持续招商
- 3、带货号孵化、每日直播
- 4、供应链整合、带货变现

### 矩阵运营期

IP账号预计孵化：  
带货账号预计孵化：  
流量预计实现：  
招商预计实现：  
带货预计实现：

- 1、多账号运营、流量积累
- 2、栏目优化迭代、持续招商
- 3、供应链整合、带货变现
- 4、培训孵化、矩阵式带货发展



在传统常态化的变现路径基础上  
 2023年-2024年项目可预见预期实现  
 ·储备1000以上SKU，形成中俄供应链平台；  
 ·制定项目直播带货标准化合作模式，不断复制裂变；  
 ·通过中俄文化交流，不断链接顶层资源，进行大项目孵化。





基础盈利



- 栏目赞助
- 内容植入
- 带货盈利

合作盈利



- 培训盈利
- 账号陪跑孵化变现分润

服务盈利



- 商业入驻供应链平台基础坑位费
- 所有直播带货收入分润

其他盈利



- 中俄文化、经济交流中，合作项目深度挖掘、孵化

拟指导单位：俄罗斯驻华大使馆 俄罗斯文化部 俄罗斯商务部

顶层资源（中俄政府类的）

世界贸易网点联盟、俄华战略合作协会、俄罗斯工商会、俄罗斯工业与企业家联合会、俄中商会、欧亚经济一体化领导人集团组织、欧亚金融与银行业联合会、MARIS国际知识产权发展联合会、世界贸易网点联盟北京中心、亚太体育联合会总会，北京国际经济贸易发展协会、北京康华道中医药科技发展中心、中国贸促会贸推中心、北京市商务局、北京市中医管理局、防城港国际医学开放试验区、俄罗斯俄中友好协会、中国—上海合作组织地方经贸合作示范区管理委员会、中国中药协会、中国老子研究院、莫斯科-北京商务合作中心、北京-圣彼得堡国际经贸发展服务中心、俄中乌拉尔西北利亚中心、中俄各州省市政府商企等机构

商业资源（中俄商企类的）

新华网、中华网、中国网、《俄罗斯与中国》杂志社、环球影视频道、央视频、人民网海外版、中影网、中国视频直播网、视频中国、环球网、中国红色文化网、中国参与城市媒体官网、文化部文化人才数据库网、香港日报、中华时报、《万里茶道文化带》城市专刊及国际官网、《环渤海国际旅游》网、俄罗斯塔斯社、俄罗斯真理报、俄罗斯报、欧亚《大陆》电视台、俄罗斯丝绸之路杂志社、俄罗斯文传社、《欧亚商业》融媒体中心-欧亚一体化媒体信息联盟成员单位等全球6500家媒体、世界文联传媒、华媒联盟、万里茶道（北京）文化发展有限公司。

总预算：500万元

类别	项目	说明	总额(万元)
管理	总体策划	2人, 24万元	24
基础账号运营	文案/编导/后期/美术/摄影/运营/合作渠道对接	9人, 90万元	90
	流量成本	每月8万元, 根据需要购买流量	100
汇客厅节目	文案/编导/美术/摄影/运制片主任/照明师/道具师/主持人/化妆师/	10人, 180万元, 1年24期	180
	嘉宾邀请费用(特殊嘉宾费用另计)	10万元, 公益节目专家费用, 每次每位专家2000元。	10
	会客厅布景	10万元	10
直播带货	1个直播间	双语直播带货, 按销售业绩分成, 基础人工费用5人30万元	30
活动引流	活动组织/策划/运营/评委/招商	8人48万元, 1年12次, 为汇客厅引流, 1年文化或体育线上和线下做12次小型型活动	48
培训孵化	短视频采编培训	合作方式,短视频培训学校, 线上教学收费, 10名教师+10名教学助理	0
	直播培训	合作,直播培训学校, 线上教学收费, 10名教师+10名教学助理	0
其它运营成本	办公费用/差旅费等	1年10万元	10
成本总计			502

项目	数量	说明
短视频曝光	5000万以上	年度全平台整合数据
粉丝增涨	100万以上	
直播总场观	3000万以上	根据提供的产品及价格做具体分析
直播总销售	3000万以上	
矩阵建立	5个官方矩阵	
IP扶持	10个以上IP打造	

# 培训孵化

- 线上教学（视频剪辑课程，直播培训课程）
- 线下辅导和实操训练
- 推荐就业
- 各城市建立合作的培训孵化基地。





**常务副会长：谢麟振**  
信息产业部通信技术  
委员会常委  
北京大学教授



**执行会长：倪健中**  
北京泛亚太经济研究所执行所长



**中国移动通信联合会**

China Mobile Communications Association

- 中国移动通信联合会于2000年由国务院批准成立，工信部为业务主管单位，民政部登记注册的中国移动通信领域的唯一全国性社会团体（简称中移联）。
- 中移联创始单位为中国移动、中国联通、中国电信、华为、中兴、中国普天、东方通信、大唐电信、上海贝尔、巨龙通信、北京泛亚太经济研究所等。首任会长为全国政协原委员，中国社会科学院原副院长刘吉，现任会长为中共中央政策研究室原副主任郑新立。
- 中移联成员包括中国移动通信集团公司，中国联合网络通信集团有限公司，中国电信集团公司等电信运营公司以及全国移动通信骨干制造企业，移动互联网企业，海外移动通信著名中国公司以及关心和推动中国移动信息事业发展的企事业单位及社会各界人士，包括政府政策研究部门，金融界，科技界，新闻界以及消费者团体和个人等。



**名誉会长：刘吉**  
全国政协委员  
中国社会科学院原副院长



**会长：郑新立**  
中共中央政策研究室  
原副主任



中国移动通信联合会（CMCA）在2020年6月1日发布《关于成立中国移动通信联合会视频直播委员会的批复》（中移联函字【2020】0603号），正式批复同意成立中国移动通信联合会视频直播委员会（以下简称“视播委”）。根据批复，委员会由北京中影联合传媒有限公司担任秘书长单位，并任命孟庆功先生为秘书长，全面负责该机构的发起和日常工作，接受中国移动通信联合会的领导和年审监督。目前已经在20多个省市开办了直播培训孵化基地。

## 会长：李德伟

中国大数据和智慧  
城市研究院 院长

国家市场监督管理总局  
总局原市场管理司  
巡视员

柳州市原副市长



## 中方核心团队：



欧亚经济一体化领导人集团组  
织大中华区首席代表  
俄罗斯俄华战略合作协会驻华  
代表处首席代表。  
北京康华道中医药科技发展  
中心理事长  
《万里茶道文化带》中方执行秘  
书长



罗军，欧洲华人华侨协会秘书  
长，全球反独促统大会总策划，  
2022 欧亚合作发展大会总策  
划，俄华协会中国组委会副主  
席



中国电影电视技术委  
员会学术委员、中国  
电影集团公司艺术创  
作中心导演 马歆



亚太体育联合会总会  
(澳门) 北京代表处  
常务副秘书长 肖文华



崔海平，北京相府园药业科技发  
展有限公司、中宏泰信控股集团  
有限公司董事长，俄华协会中国  
组委会副秘书长

## 秘书长：孟庆功

《中国地名》杂志社  
副社长

一带一路编辑部  
主任

北京智慧城市公益  
基金会 秘书长



毛凯 品牌及运营总监  
十五年品牌策略、营销经验，  
曾任世界500强LG、国际餐  
饮连锁品牌及自媒体企业高  
管、中国广告协会会员  
CHINA EFFIE AWARDS成  
员；ICM卷入式创意营销理念  
创始人。



Simon 融媒体运营总监  
毕业于美国纽约电影学院，曾  
担任美国谷歌摄影师；后于北  
京子文文化、才子传媒、至高  
传媒、瞳孔文化等担任视觉总  
监及总导演。



温秀莹 项目运营总监  
十五年品牌策略、营销经验，  
曾任帝十三品牌策划总监；灵  
思、传智国内顶尖营销公司高  
级项目经理；乐秀直播平台市  
场副总监。



林阳晴 电商运营顾问  
抖音TOP女装卖家合伙人，  
国内多家电商直播基地战略顾  
问；1.5年电商运营经验，培  
训人数10000+，指导孵化  
抖音账号累计GMV5亿；千  
万级账号操盘手，孵化百万级  
带货主播。

# 项目孵化基地

北京西站数字经济港，首个品牌生态化数字营销服务机构。位于北京西站南商业广场，总面积40000方，划分9大功能区，全产品配套赋能及跨境直播。有运营中心、培训中心、数据中心、直播中心、内容中心、选品及展示中心、演播厅等。

首都及衍射全国市场的品牌数字营销基地，致力于为品牌、企业、地方区域经济打造品牌电商直播营销全流程解决方案。通过集成优势品牌供应链，整合平台MCN机构和主播资源，为品牌、产业链及资源提供定制化综合服务，构建直播综合性服务生态。





# 我们的直播间

果果家 (GUOGUOWOMEN) 品牌: 十七、晨曦、棉花糖糖等多个直播间,

2020年8月-12月累计GMV: 1.8亿。

十七

Fans: 138.2w



晨曦

Fans: 60.1w



棉花糖糖

Fans: 82w

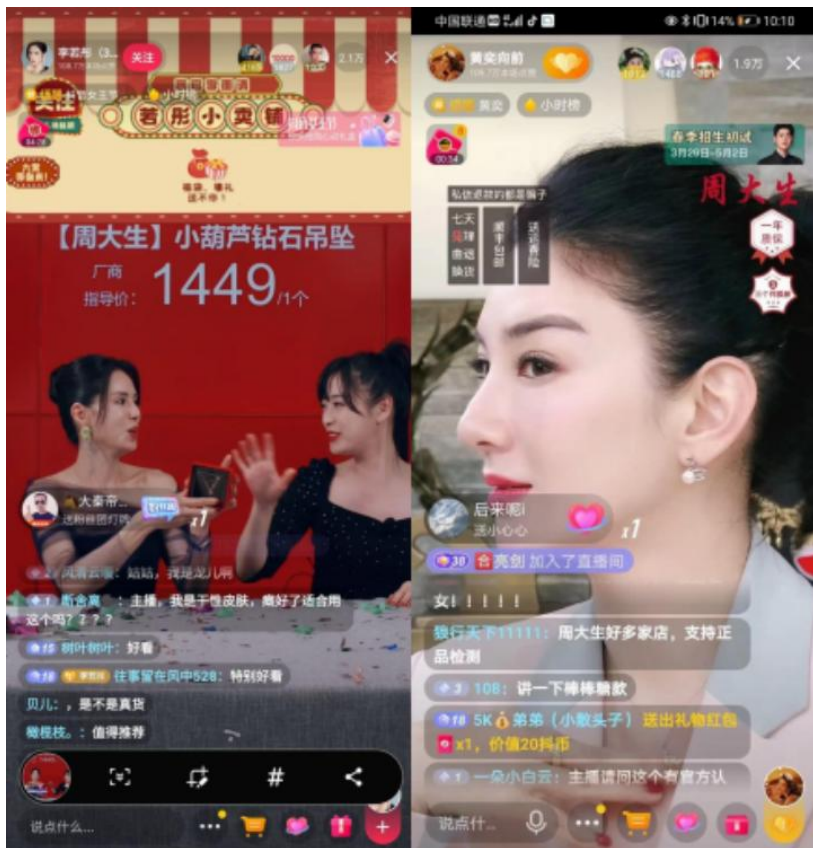


优卡

Fans: 17.6w



成功案例分享  
直播带货  
CASE



周大生  
2个月2184万销售额  
邀约+0粉蓝V自播

自2021年3月起，  
周大生邀约1800万+销售额  
(黄奕、李若彤、邱莹莹、曹颖等)  
0粉蓝V开播2个月

- 累计300万销售额
- 蓝V粉丝从0增长到近3万
- 第14场直播单场GMV破25万
- 最高在线突破2000人
- 带货排行榜30
- 助力品牌抖音自播快速破冰、稳定增长。

李若彤3.8: 106万      黄奕4.20: 670万      蓝V自播: 300万



成功案例分享  
直播带货  
CASE



## 周大生 品牌店播

- 周促未定在25万+
- 日常数据稳定在10万


成功案例分享  
直播带货  
CASE



直播日期	直播场次	直播时长	直播GMV
2021.05.04 16:00	93	76	4.6w
2021.05.05 19:31	117	75	1.8w
2021.05.05 21:10	198	846	9.3w
2021.05.09 14:52	84	35	4.3w
2021.05.08 10:32	193	62	2.3w
2021.05.02 21:02	565	107	10w

## 美妆客户案例——滋色 0粉蓝V / 首月破170万销售额

- 自2021年2月初，新店和0粉蓝V直播首月破170万销售额,3个月累计310万销售额；
- 蓝V粉丝从0增长到近6万；第14场直播单场GMV破23万
- 最高在线突破3500人，带货排行榜56，助力品牌在抖音自播方面快速破冰，并稳定增长。



# “俄华汇客厅”项目策划方案

【谢谢聆听，期待合作】