

 腾讯广告  TME商业广告

2025 腾讯音乐娱乐 鞋服行业音乐营销手册

2025 Tencent Music Entertainment Footwear And Clothing Industry Music Marketing Manual



目录 CONTENTS

1 音乐内容 消费人群&场景洞察

- 运动健身
- 户外休闲&瑜伽疗愈
- 音乐节特种兵
- 潮流节日聚会&AI科技

2 鞋服品牌在音乐 场景下的营销布局

- 线下卖场
- 新品秀场
- 电商大促
- 圈层影响

3 TME「音乐顾问式」营销 解决方案

- 新品上市
- 品牌事件
- 圈层聚焦
- 创新玩法

附：营销地图

PART1

音乐内容

消费人群&场景洞察

多元音乐场景下的TA偏好

特定场景下收听特定氛围的音乐，已是用户常见的选择，“定制型歌单”更能让用户自主靠近和选择感兴趣的内容。运动场景、睡眠场景成为用户最偏好的音乐收听场景TOP2。

运动健身：天选搭子，音乐发烧友和运动爱好者同频共振

运动健身是主要的用户收听场景，不同运动偏好收听的歌单人数和时长不同

专业运动员会在比赛前听音乐调整状态

音乐可以使运动表现提高

10%-15%

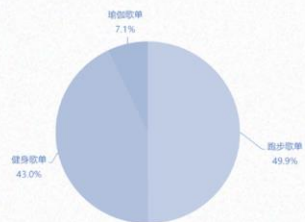
音乐设备是运动爱好者的必购，运动健身会听音乐

运动耳机销量同比增长

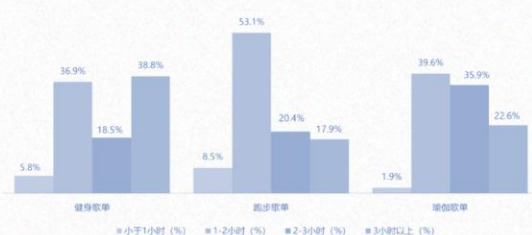
120%

- 在运动场景偏好上，跑步和健身用户基数较大，因此对应歌单有较高的人群渗透率
- 由于瑜伽较为舒缓，单次收听歌单在2-3小时区段内的人数最高

2021年中国运动场景音乐用户收听歌单情况



2021年中国运动场景音乐用户单次收听时间



TME平台聚拢爱运动的TA们，深耕助力且跑步运动赛道

- 运动场景听歌习惯渗透率 84.9%
- 跑步歌单占据运动场景主流 49.9%
- 跑步用户单次收听1小时以上 91.5%

培养节奏感

减轻运动负荷

激发运动兴趣



年轻势力星声态
最受年轻人喜爱的平台，MAU超1亿

56% 67% 51:49
一二线城市用户占比 年轻用户占比 男女占比



全面音乐潮创领域
最全面的音乐创作平台，DAU超1.2亿

46% 57% 52:48
一二线城市用户占比 年轻用户占比 男女占比

*资料来源：TME Data；运动心理学教授Costas Karageorghis《Inside Sports Psychology》；618京东销售数据；2022年轻人音乐行为报告；2021年中国场景音乐人群洞察白皮书

户外休闲：新兴爱好上升空间无限大

户外市场进一步增长

露营地市场规模同步增速迅猛的同时，飞盘、骑行、陆冲等试下流行运动也更加受到年轻人群及家庭群体的关注和喜爱，户外音乐极大地丰富了娱乐体验。

小红书等社交平台中，关于精致户外玩法的关注度也在攀升（5-8月同比增长情况）



TME户外标签用户基数庞大

- 整个户外相关歌单，站内收听人数持续攀升
- 在户外场景音乐里，周末节假日时期的收听量呈现上升趋势
- 用户单次收听时长接近一小时左右。在户外过程中，用音乐与户外人达到情绪共振

数据统计包含：点击过TME户外品牌广告、收听过站内户外相关歌单、在站内观看过户外音乐演出的用户

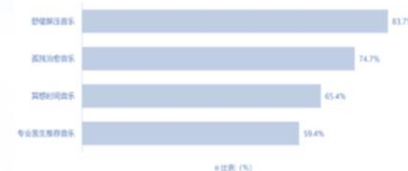


瑜伽疗愈：舒缓解压，借松弛悦己风乘势而起

用户越来越重视，瑜伽、疗愈、冥想等休闲运动

疗愈场景用户最爱舒缓解压音乐。总体上看，绝大多数用户都偏好舒缓解压类音乐，占比高达83.7%。

中国疗愈场景音乐用户内容偏好分析



疗愈、瑜伽正成为一种重要的生活方式，带动包括瑜伽裤在内的瑜伽用品行业快速发展。预计2028年我国瑜伽裤市场规模将达3507.00百万美元，占全球瑜伽裤市场规模的比重达26.44%。

2021-2028年我国瑜伽裤市场规模及其占全球瑜伽裤市场规模的比重



TME站内表现：瑜伽疗愈类歌单最高播放次数超千万



*资料来源：TME Data；2021年中国场景音乐人群洞察白皮书；【京东】2022户外露营消费趋势洞察报告，2022精致露营市场洞察；中国瑜伽裤行业现状深度研究与投资前景预测报告（2023-2030年）

音乐节特种兵： 地方音乐节演出趋势火热，因乐出行伴乐出发深度连接

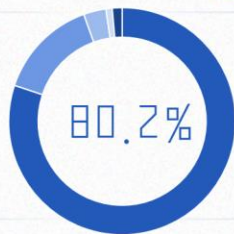
市场情况：特种兵打卡其他城市音乐节活动

各地演唱会、音乐节演出迎来井喷式增长，越来越多年轻人愿意为了看LIVE策划一场出行。演出公司AEG和Momentum Worldwide 的一项研究发现，93%的音乐节参与者会更欣赏赞助了音乐节活动的品牌，其中80%表示更有可能在音乐节结束后购买该品牌产品，37%表示对于出现在音乐节现场的品牌会留下较好的印象。



43%乐迷
偏好观看自己喜爱的艺人专场演出

32%乐迷
喜欢音乐人组合亮相，多多益善



在对音乐节体验影响排序调研中

超80%乐迷
表示音乐节阵容最为重要

• 毕业季成为更多年轻人出游的节点，“用一场毕业音乐会告别青春时代”成为Z世代选择。



• 音乐节不断牵动相关时尚经济——dresscode等

国内外多场演唱会/音乐节中，匹配场景的Dresscode穿搭，正在成为年轻群体的“入场仪式感”。“亚洲最大户外音乐节”Fuji Rock(富士摇滚音乐节)已衍生出独特的穿搭公式；蔡依林在2024巡回演唱会上身品牌特别定制的粉色舞台礼服，台下即出现了不少同色系的应援式穿搭。



潮流节日聚会： 年轻潮流个性化，嗨爆PARTY彰显个性

节庆或聚会场景下，音乐是人们用于营造氛围、彰显文化、满足社交需求、和情感寄托的重要方式。而服饰选择和音乐一样，会伴随着特定的风格、主题和社交期望。TME聚会/节日相关歌单，大量播放超百万。



AI科技： 前沿能力拓宽想象，用技术赋予品牌个性灵魂

- 市场情况：
AI技术被高度认知，
核心市场规模逐年上升



- TME 依托前沿AIGC技术，
全方位拓展音乐内容生产空间，
以黑科技加持音乐的科技性、
创新性与可听性

音频 视频 图像 文字

AI做歌 AI音乐视频 图片生产 AI作词

AI帮唱 AI虚拟人 图片合成 AI对话

*资料来源：艾媒咨询 | 2023年中国AIGC行业发展研究报告；艾瑞观潮系列：旅行行业季度观察

PART2

鞋服品牌

在音乐场景下的营销布局

线下卖场：以音乐创意玩法带动品牌零售销量增长

「QQ音乐」与「优衣库」开启“数字音乐+线下零售”的场景化营销模式2.0版本

- 以“穿好衣、听好歌”为初衷，开展UT音乐创作大赛，邀请音乐人以UT为灵感和素材创作品牌专属原创歌曲，并评选出5首优胜歌曲在优衣库全国800家门店播放
- 通过四大联名UT，定制浪漫、活力、闲适、电音四大风格的新年艺术歌单，为用户打造场景化的听歌体验

资料来源：QQ音乐×优衣库跨界新玩法，开启“零售+音乐”场景营销2.0

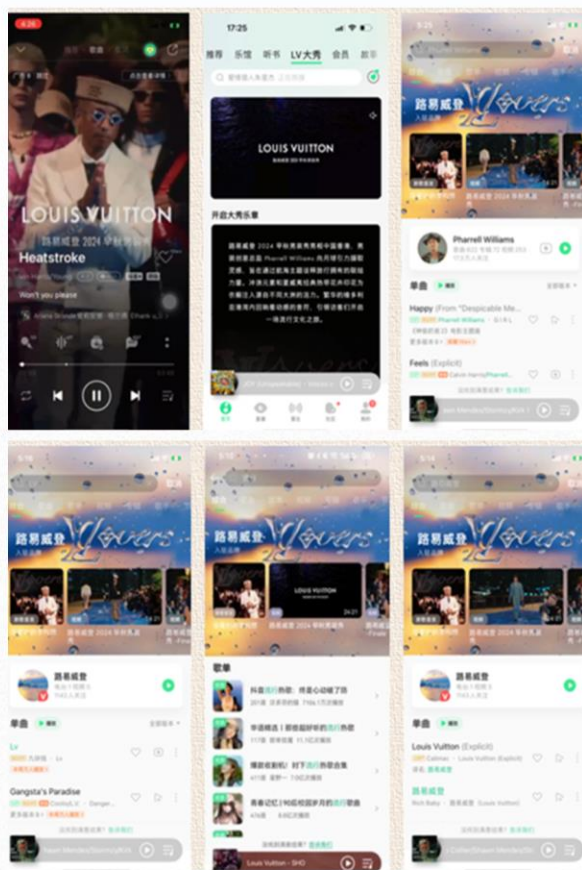


新品秀场：通过品牌大秀活动/明星站台/多元传播打响新品上市第一炮

联合平台品牌大秀活动：巅峰大秀
「不定义潮流」跨界联名大秀，
巅峰音乐&先锋时尚共创潮流新趋势



大秀多元传播+人群二次触达和资产沉淀
LV案例 大秀直播+歌单页卡等全平台渗透



明星为品牌发布会站台：
米卡x Burberry北京三里屯



电商大促： 聚焦品牌超品大事件，以热门音乐内容助力品牌打赢电商大促战役

FILA天猫品牌日营销：持续3年携手TME探索可持续的艺术，用音乐激活自然聆感，赋能品牌天猫超品日活动。

2022年

音乐露营之旅



2023年

可降解音乐会



2024年

自然迁徙计划



圈层影响：通过播客/跑步电台/街舞等聚焦年轻圈层内容，不断触达圈层人群

lululemon： 高净值人群——播客案例品质内容

lululemon与艺术家Jeremxie创意呈现“好状态艺动长廊”，展出一系列主题艺术作品，并携手品牌大使、社区伙伴等，开展为期一周的运动课程；并邀请不同领域的嘉宾开展关于好状态的深度对话，打造身心联动的沉浸式体验。

品牌直播内容沉淀打造播客专栏



QQ音乐品牌专栏上新内容

页卡玩法打造品牌大曝光入口，触达平台用户

特步： 运动跑步人群——跑步电台



NIKE： 校园潮流人群——街潮风暴



PART3

立足音乐场景洞察与品牌需求

TME打造「音乐顾问式」营销解决方案

新品上市

品牌事件

圈层聚焦

创新玩法

艺人明星站台+线下活动+直播，拉动门店和线上增长。

TME艺人经纪能力和签约艺人介绍

合作优势

- 庞大艺人池、选择丰富
- 生态艺人合作成本相对更低
- 生态及签约艺人更强把控度
- 可同步提供TME媒体优势资源

艺人商演 以音乐节/演唱会为主的商业演出

艺人代言 包含长期代言和短期代言

品牌站台 品牌自主落地的线下PR传播活动

品牌歌曲定制 艺人知名度和品牌调性的双重匹配

品牌直播 重要节日品牌线上大促(含重要电商节点)

新媒体合作 以微博、小红书、抖音为首的线上品牌传播

艺人巡演 自主/外部主办模式的多城多场个人演唱会

艺人经纪合作CASE SHARE-兰蔻合作

米卡x陈卓璇 #兰蔻走进小黑瓶#夏日先锋派对



TME丰富生态艺人池资源(部分示意)



刘恋×优衣库 #美颜防晒衣#借势艺人快速实现新品上新声量

优衣库携手TME合作艺人刘恋，借势其形象及影响力为新品上市进行营销
空降品牌直播间互动活动产生社交曝光-并联动户外音乐节舞台，上身品牌服装演绎歌曲，展现其外观及实际功能性-带动新品触达于转化



拍摄专属平面+预热ID，联动艺人微博展开预热；
空降品牌直播间，与粉丝线上互动

配合拍摄品牌服装平面，并授权
品牌全网传播&门店使用

身着指定服装出席线下户外音乐节演出，多元
触达活动人群，平台资源矩阵传播

代言人内容互动，TME丰富资源布局助力粉丝全平台渗透。

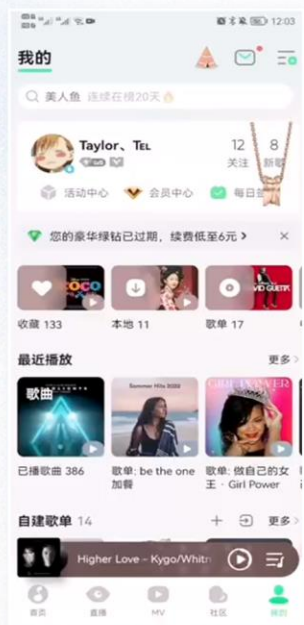
宝格丽携手QQ音乐联动代言人粉丝及韩流音乐打造「惊喜韵律」

LISA为其代言品牌宝格丽旗下的系列珠宝拍摄广告，QQ音乐平台以专属定制的原生形态传播出圈，创建了高度契合品牌代言人的内容专区围绕粉丝听歌习惯及产品使用路径助力品牌全链路曝光，定制TAB页卡、定制皮肤、动感banner、AI歌单、Kpop专区开创QQ音乐奢侈品代言人营销新玩法

首页LISA素材强势吸睛，激发粉丝听歌热情

品牌皮肤+播放页视觉锁定

打造K-POP歌单+韩流专区覆盖韩流人群



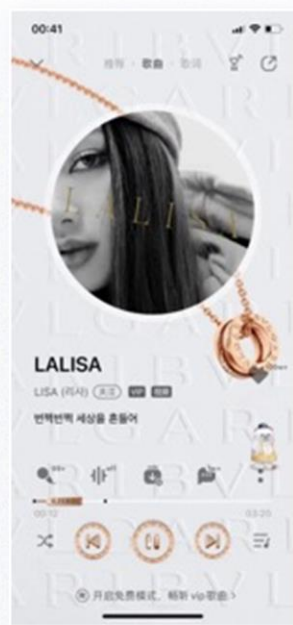
二楼下拉广告



动感banner



定制TAB页卡



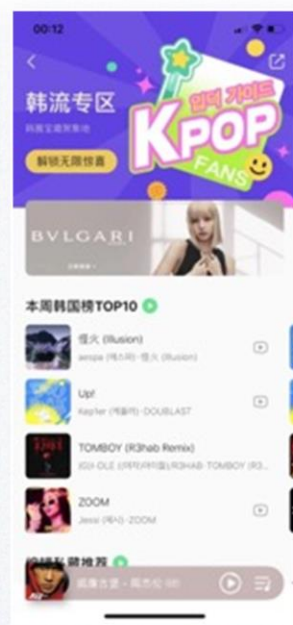
定制品牌皮肤



播放页广告-竖版



KPOP AI歌单



KPOP AI专区合作

高曝光盛典-联动亿级流量盛典项目，撬动人气艺人合作，打造品牌高光时刻

TMEA：年度音乐颁奖盛典，音乐娱乐圈大事件，华语乐坛国民级音乐娱乐盛事

TMEA

项目时间：2025年7月
项目地点：澳门（暂定）



超创新的音乐现场：「音乐节+颁奖典礼」的创新模式，一场让大众同时拥有狂欢及品质的双重舞台享受



超豪华的音乐阵容：50+组艺人每日10h联唱，林俊杰、Seventeen等华语乐坛国民级歌手及国际音乐人同台碰撞



超独特的音乐体验：结合文化与科技赋能，解锁全新音乐现场视听体验



| | | | | | |
|---|-----------------|------------------------|------------------------|--------------------------|----------------|
| 1 | 2019年“声而不凡·一起听” | 19个 热搜词条 | 69亿 话题阅读量 | 2057万 微博互动量 | 4.2亿 微博粉丝覆盖 |
| 2 | 2020年“因乐而生” | 66个 热搜词条 增长3.5倍 | 185亿 话题阅读量 增长3倍 | 3223.3万 讨论量 增长1.5倍 | |
| 3 | 2021年“让我为你唱首歌” | 160个 热搜词条 增长2.4倍 | 720亿 话题阅读量 增长近4倍 | 1.53亿 讨论量 增长4.7倍 | |
| 4 | 2023年“这一次为快乐而歌” | 550次 热搜词条 增长2.4倍 | 100亿 话题阅读量 增长近4倍 | 3000万 讨论量 增长4.7倍 | |
| 5 | 2024年“与音乐为伍” | 1000次 热搜高能霸屏 | 75亿 话题阅读量 | 5220万 讨论量 | |

由腾讯音乐榜主办，华语乐坛唯一可以对标“格莱美”的权威音乐颁奖盛典



视频可点击

视频可点击

第一届浪潮音乐大赏揭晓7大类35项荣誉，推动华语音乐品质化发展

1 多元舞台创造现场难忘瞬间：万妮达Vinida Weng、盘尼西林Matzka玛斯卡、Aflou阿弗娄雷佳、吴青峰6组不同风格歌手，极具品质和审美的高规格表演光影之间用音乐表达人生。

2 圆桌论坛行业大咖共话：音乐创作、音乐科技、知识产权……不同领域的行业代表，聚焦AIGC与音乐创作，共话AI与音乐的边界。

3 预约人数835万，直播总观看人数2416万，项目整体宣发曝光1.5亿，微博话题#浪潮音乐大赏阅读量破5500万，互动讨论量破40万。

音乐行业“业内圣经”的权威榜单，全球音乐内容的超强IP矩阵

项目时间 全年

项目地点 一线城市



Billboard封面故事



Billboard歌单



Billboard Live



女性盛典+金耳朵大赏



围绕品质榜单开启的“舞台表演+深度访谈+国际视野音乐推荐”的独创性模式玩法

1 新康泰克「壁炉边的唱聊派对」：品牌作为特别“热爱推荐官”及嘉宾的苏醒、张远，唱响代表作，并通过自然随性的话题访谈，展现音乐人的创作世界和自我表达，与乐迷分享对于音乐的执着与热爱。

2 TOMMY HILFIGER「金耳朵私享会」：毛不易担任音乐私享官，与知名乐评人梁晓辉一起，回顾流行经典对个人音乐创作的影响与激励，探索音乐与艺术能量的互相转化。

超级新品日-天猫小黑盒

TommyHifiger: 借力TME定制品牌音乐私享会，打造品牌音乐事件

内容立意深刻，明星共同发声

主旨：无限玩转 灵感唱聊

在蒙托克海滩氛围的场景里，融入【看、听、聊】三种维度多元演绎品牌潮流，刷新品牌种草场景



一次主题假日聚会 一次多元音乐的现场演绎 一场时尚潮流的文化交流



TME 4平台 & 视频号 & 天猫 同步直播

内容打通平台电商链路，释放音乐会直播带货势能

直播前-预热



TME矩阵资源预约直播及直播引流



直播中-内容种草



直播中可跳转电商购买 拉动品牌生意

直播后-长尾传播



音乐会内容卡段传播 微博KOL多平台全网传播



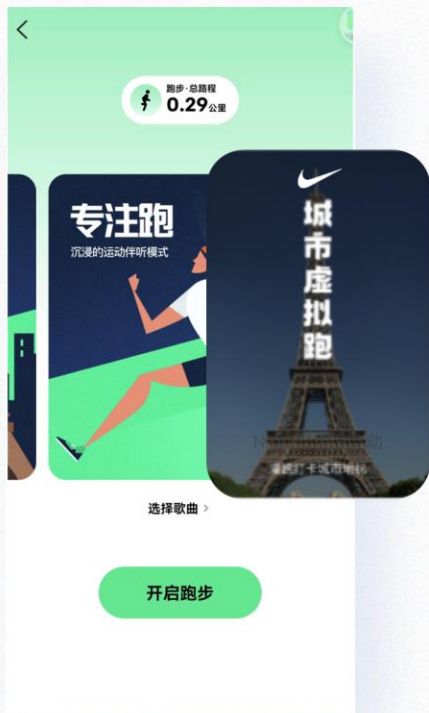
PR矩阵强化社交媒体影响 Billboard「玩转」歌单助推长尾传播

更多数据更多玩法更有趣！品牌信息全方位植入跑步电台

个人主页-概览

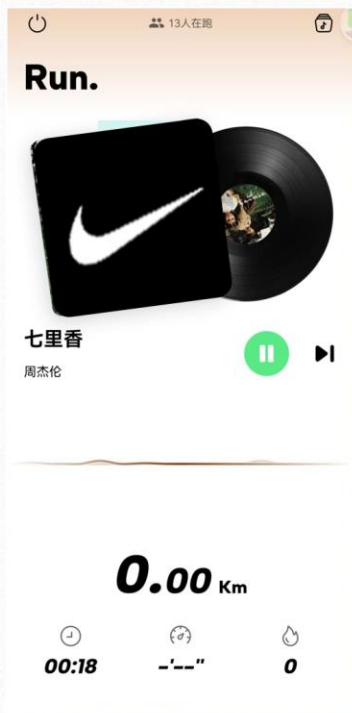


跑步模式选择



1-品牌底纹
2-品牌活动Banner

跑步数据记录



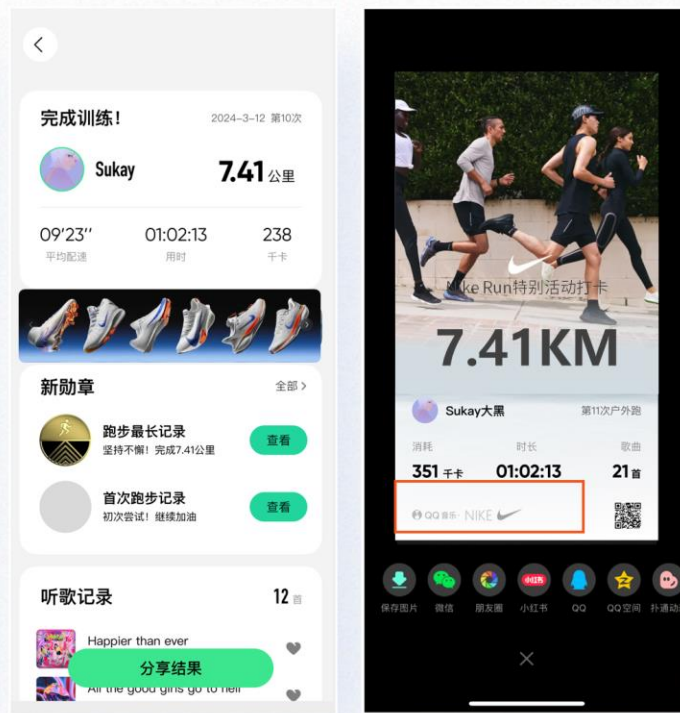
1-品牌底纹
2-品牌歌单植入

跑步歌单选择



1-品牌Banner，可外链
2-品牌歌单

跑步数据内容分享



1-品牌Banner
2-品牌海报
2-品牌LOGO

*以上信息及demo仅供参考，以实际产品为准

打造季节限定跑团活动，带领用户解锁场景竞速并享受跑步后的狂欢音乐。这一次，让一年四季的跑步都带感！

跑团招募

竞速PK



春天万物新生的日子里
一起来到户外呼吸
新鲜空气



一望无际的大海
我们沿着海边眺望
远处的光亮

跑团歌单

竞速音乐会



挑战自我
在大自然中找到
心灵栖息地



冬天也不要懒惰
穿上超强装备一起
来冰雪跑

四大主题风格，精准狙击不同跑步爱好人群兴趣需求，以趣味吸引NIKE目标用户的关注

多维联动贯穿活动

全程音乐人+达人+粉丝快乐开团



从傍晚唱到日落再到星空

开启带感竞速音乐会

用欢快的音乐延续跑步的酣畅淋漓



傍晚时分-MUSIC DJ
在日落来临前，DJ音乐
燥热现场氛围



日落时分-TALK SHOW
粉丝、达人轮番上阵，
分享运动体验



星空时分-MUSIC
SHOW音乐人惊喜上场，
一起享受音乐狂欢

该时段可同步开启线上直播

*以上信息及demo仅供参考，以实际产品为准

3月、4月



“动的自在”目标：
热衷户外运动的硬核露营专家
亲自体验帐篷搭建，学习户外野营技巧
体验用脚丈量大自然的自在乐趣。

5月、6月



“玩的自在”目标：
玩出童心的亲子家庭和潮玩爱好者
把手作搬到自然中，就地取材寻找创作灵感
体验自己动手重拾生活的自在乐趣。

7月、8月



“躺的自在”目标：
渴望大自然解压的都市精英
给繁忙生活深呼吸，找到心灵栖息地
体验零距离收听天然白噪音的自在乐趣/瑜伽。

案例：FILA-可降解露营音乐会

FILA X TME探访神秘的巴松措以“与自然和解”主题传递可持续时尚理念

创新音乐作品

多元户外体验

可降解音乐会

TME与FILA联合探索【可降解音频】，通过将FILA最新环保材料天丝降解的声音，与藏族非遗音乐家的音乐进行融合，制作成一首带有音乐性的实验性作品。

- 吴千语在巴松措带队开启首次18公里高原徒步活动。
- 携手环保装置艺术家吴狄，用可降解的天丝™纤维材料打造巨型环保装置《绿心》。

实力唱作人袁娅维于自然之间唱响《秘地》等作品，音乐唱作人肖瀛带来钢琴独奏，用音乐带领乐迷感受大自然的跃动。向乐迷传递着可降解的时尚环保理念。



案例： 一汽红旗冰雪嘉年华 潮音正当红音乐节



定制冰雕 拍照打卡



品牌展区 滑雪体验



燥燃音乐 冰雪狂欢

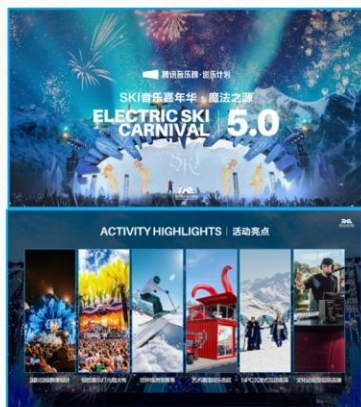


冰与火之歌 WINTER

- 融入滑雪、温泉、冰钓、森林雪中徒步等活动的乐趣
- 在“零下三十多度超低温”的冰天雪地上，用热情的音乐唱融冰雪
- 多特色IP为服饰品牌提供更多元更新鲜的专享合作



Ski滑雪音乐节



巅峰冰雪现场



巅峰极光之夜



*以上信息及demo仅供参考，以实际产品为准

“疗愈瑜伽馆”线上明星瑜伽电台+主题歌单，打造不一样的瑜伽声活

主题歌单+长音频电台，为用户打造独属于自己的瑜伽疗愈时刻

高能燃脂歌单
畅快挥汗，感受身体律动

活力舒压歌单
动静随心，感受自在节奏

想要探索更多热汗灵感？
lululemon大使专属歌单等你聆听

Yang 中国瑜伽大使
林敏 中国瑜伽大使
孔亮 中国训练大使
黄旭晖 中国训练大使
刘佳 中国训练大使
Michele Aboro 中国训练大使
Oscar 中国跑步大使

1. 声量升级！创意加码！邀请明星担任瑜伽馆长，录制长音频，陪你一起练瑜伽

王菊 情绪运动指南
胡梦周 狐狸洞电台
江疏影 纪念说
城市漫行
每日瑜伽馆长
定制音频
品牌植入

2. QQ音乐官方瑜伽主题歌单

瑜伽冥想歌单
沉浸习练，感受身心合一

高能燃脂歌单
畅快挥汗，感受身体律动

活力舒压歌单
动静随心，感受自在节奏

3. 携手明星/KOL运动大使推荐私享歌单

瑜伽冥想歌单
沉浸习练，感受身心合一

高能燃脂歌单
畅快挥汗，感受身体律动

活力舒压歌单
动静随心，感受自在节奏

4. 创建私人瑜伽歌单赢取品牌好礼

点击创建并转发#感受这种FEEL #歌单，与身边亲友分享热汗超棒的感觉。转发并收获收听量前1000名的用户，有机会赢取lululemon限量FEEL Box经典甄选装备和QQ音乐绿钻会员。

立即参与

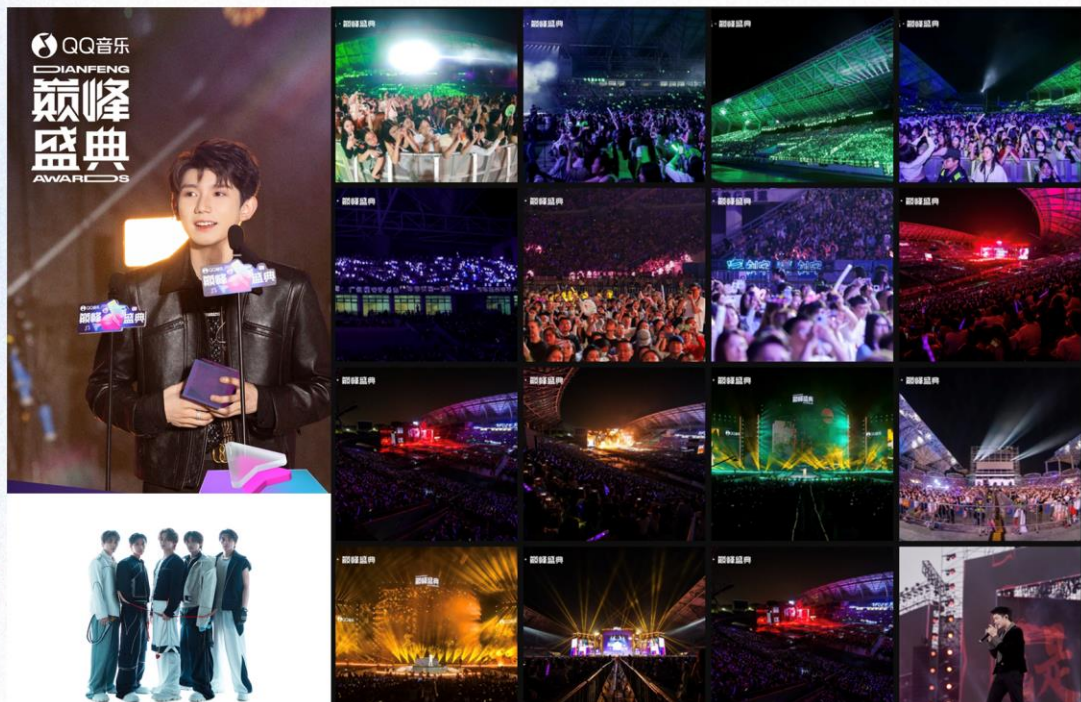
活动规则

*以上信息及demo仅供参考，以实际产品为准

品牌携手明星/瑜伽导师录制长音频，打造品牌瑜伽电台or瑜伽歌单/为品牌官网引流官网

高曝光盛典—联动亿级流量盛典项目，撬动人气艺人合作，打造品牌高光时刻

巅峰盛典：2025年Q1最重磅项目，巅峰榜年度收官之作



「项目基础信息」(持续更新中)

- 时间：2025年3/8-3/9
- 地点：重庆奥体中心
- 规模：约3万人/天
- 艺人阵容（拟邀）：王源、汪苏泷、檀健次、十个勤天、XG女团、Keshi等
- 艺人组数：约50-60组
- 形式：线下售票+线上直播（暂定Q音+K歌双平台）

超闪耀艺人

根据榜单表现邀请超流量艺人
释放时代超级影响力

超出圈奖项

赋予粉丝奖项共创权杖
由粉丝定义出圈奖项

超颠覆玩法

粉丝投票决定奖项归属
解锁超级通行证兑换高光福利

活动持续周期约两个月，覆盖CNY/情人节/38妇女节等重要营销节点

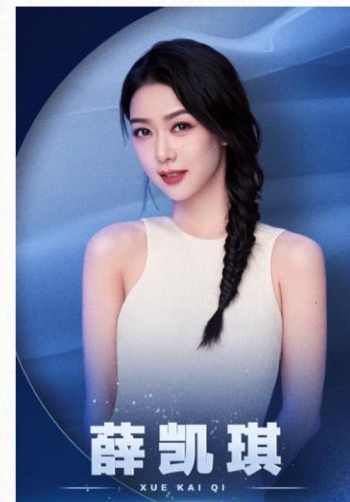
- #2024年QQ音乐巅峰盛典 2天6万+观众共赴音乐盛宴
- 华语唱将+实力偶像+多元音乐垂类代表共创
- 全网曝光超37.5亿，斩获热搜热榜628个+，直播观看1.3亿+



*以上信息及demo仅供参考，以实际产品为准



- GO权志龙世界巡回演唱会
- 薛之谦《天外来物》巡回演唱会
- 潘玮柏《狂爱2.0》巡回演唱会
- 袁娅维2025巡回演唱会
- 张韶涵2025巡回演唱会
- 米卡2025巡回演唱会
- 刘恋2025巡演
- 薛凯琪2025巡回演唱会



校园最时尚单品，打造校园音乐赛事第一品牌。

项目时间

上学期

项目地点

一二线城市院校/商圈



校园路演

高校内及周边商圈



大区半决赛

核心商圈千人规模



全国总决赛

户外落地万人规模直播



2018校园演唱会



2019 校园歌手大赛



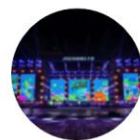
2020 校园乐队大赛



2021校园娱乐大赛
高校街潮风暴 (街舞)



2022 校园娱乐大赛



2023 校园潮乐大赛

多个品牌冠名YOUNG MUSIC项目，包括京东、荣耀、NIKE、雪碧、娃哈哈

连续6年发展不断创新，覆盖高校1300+，累计举办线下大赛200+，累计参赛校园音乐人2.4万+，选拔优秀音乐人200+

核心亮点

1

连续6年开展校园音乐赛事头部IP项目，全新升级打造潮流文化体验。

2

探索潮流文化垂类竞技与音乐结合的方式，为泛高校人群提供更多展示才华的舞台。

*以上信息及demo仅供参考，以实际产品为准



AIGC播放器



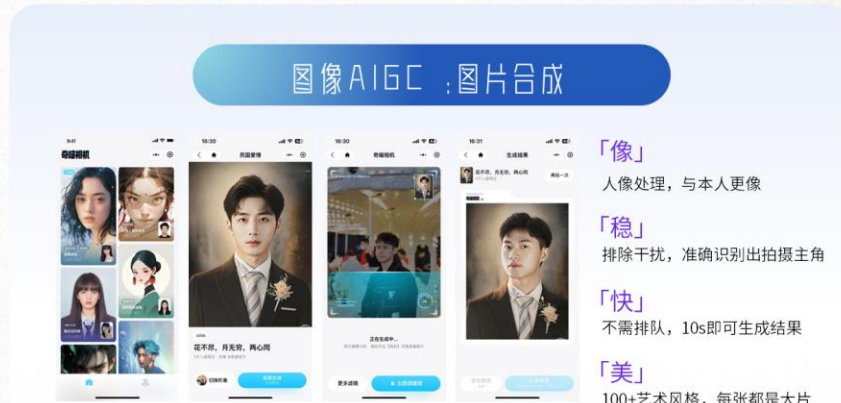
AI作歌

STEP1
输入prompt或歌词

STEP2
选择曲风

STEP3
选择音色

STEP4
生成歌曲



AI做图



AI做视频

*以上信息及demo仅供参考，以实际产品为准

营销策略

- 爱是专属于情侣间独一无二的力场。过去它无形无声，只能用心感受
- 这个七夕，CK携手TME用技术应用+创新互动等更具感知的方式，让每对情侣都感知到自己与TA之间“爱的引力”



亮点玩法

- 情侣一起化身调音师，通过不同的场景/心情选择及故事描述
- 结合TME的AI引擎进行定制，创作出专属的“爱的BGM”
- 也可以亲自声音录制，以自己的音色生成爱的旋律



玩法示意

*以上信息及demo仅供参考，以实际产品为准

营销策略

○ 专属互动+歌单共创开启浪漫秋日

UGG和亚太区代言人窦靖童共创了一份秋日互动歌单。不仅可以现场互动打卡，让UGG复古海报拍摄和扭蛋机陪你度过最chill的秋天。一键加入共创，听窦靖童分享的歌单，并投稿你喜欢的歌曲，解锁属于秋天的旋律。



亮点玩法

○ 线下专属空间塑造沉浸秋日感

前往活动场地，找到随机掉落的「枫叶」听歌卡，用手机背面“碰一下”触发NFC开启QQ音乐，进入歌单后，点击“投稿”分享个人曲目，共创歌单。

○ 线上隔空共创互动营造参与感

也可搜索活动页面，同步查看歌单，用BGM和秋天Say Hi。



*以上信息及demo仅供参考，以实际产品为准



闪屏类



One Shot 联动轮播焦点图



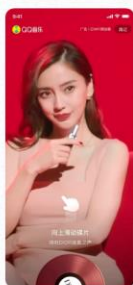
One Shot 联动个性电台



闪屏联动 歌单



Gallery 闪屏



定制卡片式 滑动闪屏



Phone Max



Phone Max CNY 新春版

焦点图类



首页轮播焦点图



Gallery焦点图



关键词搜索

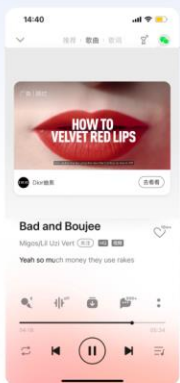


穿越式互动信息流

彩蛋类



暂停彩蛋



播放页背景广告



红包蒙层



音乐馆焦点图蒙层

音乐“高定”内容：
个性化皮肤装备，
为音乐界面换上品牌“新装”

QQ音乐品牌定制皮肤深受大牌青睐



音乐“高定”内容：
多种歌单新形态上线，
用音乐表达品牌魅力



动态头图、歌单底纹为品牌全定制，可添加歌单中部文字链。

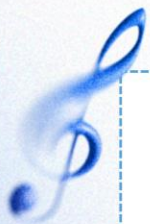
歌单头图动态展示品牌产品，点击可直接前往电商平台。

品牌TVC及品牌橱窗展示，支持轮播外链。

展览定制歌单，360度旋转手机，展示不同场景

更自由的定制空间及更好的品牌展现形式

*以上信息及demo仅供参考，以实际产品为准



01月 02月 03月 04月 05月 06月 07月 08月 09月 10月 11月 12月

| | | | | | | | |
|-------|--|--|------------------------|--------------------------|----------------|-------------------------------|--------------------|
| 鞋服专项 | 跑步电台 | 品牌播客-跑鞋会客厅 | 季节限定跑-春日户外跑 | 季节限定跑-夏日海边跑 | 季节限定跑-秋日越野跑 | 季节限定跑-冬日轻享跑 | 乐跑乐带感-户外陪伴跑活动 |
| 演出系列 | | | 腾讯音乐榜-WAVE浪潮音乐节 | 腾讯音乐市场公关-Billboard系列 | 腾讯音乐市场公关-露营音乐节 | | |
| 盛典系列 | QQ音乐-巅峰盛典 | 腾讯音乐人-新势力音乐节暨原创音乐盛典 | 腾讯音乐榜-浪潮音乐大赏 | TME live超现场音乐节暨TMEA颁奖典礼 | | TME × Billboard-金耳朵大赏 | |
| 校园系列 | | 腾讯音乐榜-由你校园热live (下学期) | QQ音乐-你好大学声系列 (下学期) | QQ音乐-YOUNG MUSIC系列 (下学期) | | 腾讯音乐榜-由你校园热live (上学期) | QQ音乐-你好大学声系列 (上学期) |
| | | QQ音乐/酷狗音乐/酷我音乐/全民K歌-开学季 (下学期) | | QQ音乐/酷狗音乐/全民K歌-毕业季 | | QQ音乐/酷狗音乐/酷我音乐/全民K歌-开学季 (上学期) | |
| 城市系列 | | TME live-城市生活节 | 腾讯音乐榜-由你城市热live | | | | |
| | | 酷狗音乐-Hello玩乐系列 (城市骑遇记、音乐影像节) | | | | | |
| 公益/艺术 | | 腾讯音乐公益-如果音乐有形状 | Billboard-校园音乐公益原创音乐大赛 | | | QQ音乐99公益日-听见“听不见”的音乐系列 | |
| 联合系列 | | 腾讯音乐榜-巡乐计划 | | | | | |
| | | | 腾讯音乐市场公关-EDC系列 | | | | |
| 艺人经纪 | | 全约艺人-袁娅维、尚雯婕、米卡等；深度合作艺人-薛之谦、张靓颖、逃跑计划、张栋梁等；垂类艺人-等什么君 (国风) 等 | | | | | |
| 创新产品 | 联动产品矩阵, AIGC播放器、新歌整合推广、歌单升级、黑科技互动、musiczone、企鹅岛、臻品音质 | | | | | | |