



BILIBILI-MACRO LINK

-2024

2024年3月

目录

★ PART 1 BML介绍

★ PART 2 BML2024主题

★ PART 3 BML2024推广计划

★ PART 4 BML2024合作及赞助

PART 1

BML介绍

品牌概念

经典神级现场

用户画像

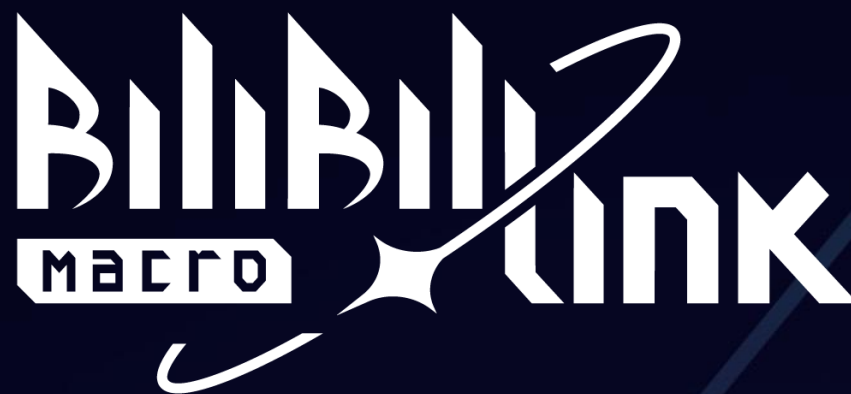
项目数据

合作IP

历年活动介绍

BILIBILI MACRO LINK

BILIBILI MACRO LINK (BML)是由bilibili自2013年起创造的大型B站线下售票演唱会和同好聚会品牌。是一场涵盖了B站UP，国内艺人、日本动画歌手声优、虚拟形象歌手、虚拟形象主播等的综合性线下演出，演出内容以B站的特有文化内容为主。



★ 经典神级现场

👑 2000W+播放



《unravel》
周深

👑 1900W+播放



《新宝岛》
猛男舞团



《奇迹再现》
迪迦奥特曼、毛华锋



《アイドル》
李艺彤



《曾经我也想过一了百了》
中岛美嘉



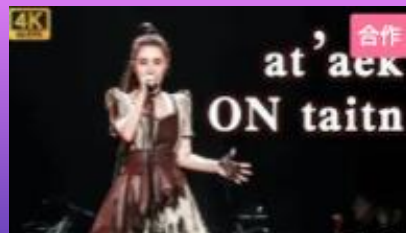
《Vitamin SUMMER!》
Liella!



《勾指起誓》
Hanser、冷鸢yousa



《极乐净土》
美依礼芽



《attack ON titan》
谭晶、Echo合唱团



《群青》
谢安然等
共17位舞区UP

★ 活动氛围



★ 用户画像



年轻化

90%用户低于33岁



超过九成受众年龄低于33岁，主要集中在18岁-30岁。



性别平衡

男女比例6:4



男女比例接近6:4。男性稍多，基本平衡。



消费能力

用户人均可支配收入高



学生群体可支配生活费较高;非学生群体人均月收入8123元。
具有一定消费能力。



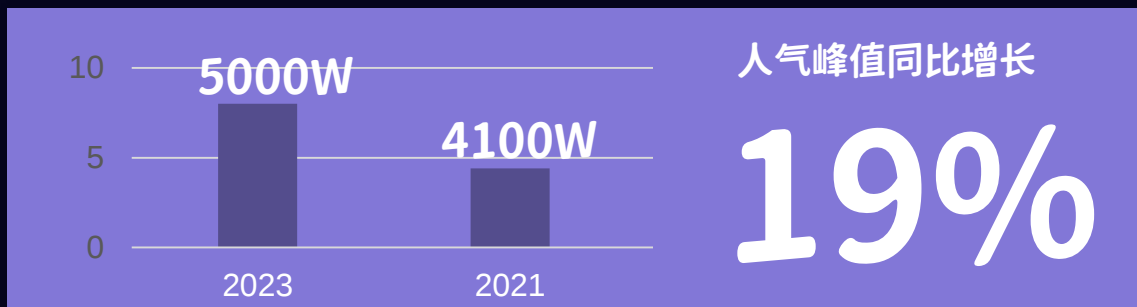
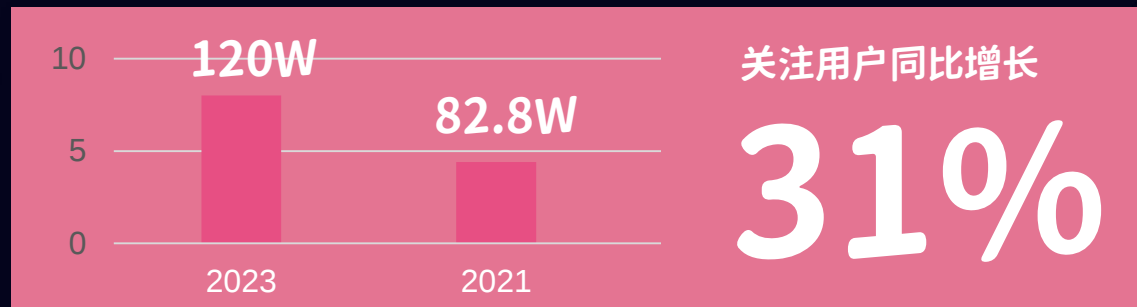
潮流敏锐

学生/白领/自由职业者



用户主要职业为学生、白领和自由职业者，对时尚潮流的嗅觉敏锐。同时ACGN群体是一个多元化、有热情、有创造力的群体，需要多样化的娱乐方式来寻找归属感并满足社交需求。

★ 项目数据

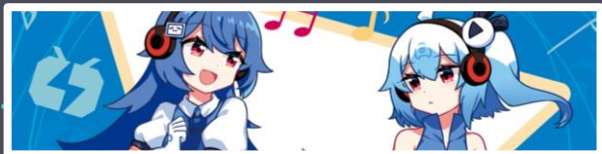


*2022年受疫情影响暂停举办，数据空缺，同比增长比值为2023/2021

- 截止2023年，BML全网总曝光数超55亿
- 截止2022年，BML覆盖人群超过1亿人

★ 历年活动介绍(附)

2013



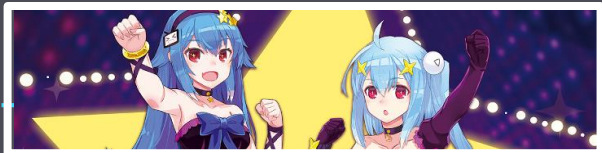
10月5日

现场共计800人参与

上海梅赛德斯—奔驰文化中心

哔哩哔哩举办首次线下live

2014



9月20日

现场共计3600人参与

上海长宁国际体操中心

线下live举办的第二年，为BML从小型演唱会转变为大型演唱会奠定了基础

2015



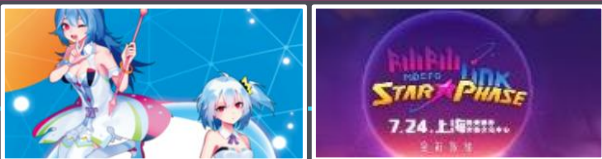
7月25日

现场共计8000人参与

上海大舞台

BML成为独立IP，并举办了其余4座城市的小型巡回演出

2016



7月23日-24日

现场共计18000人参与

上海梅赛德斯—奔驰文化中心

7月24日BML-SP首次举办

2017



7月21日-23日

现场共计18000人参与

上海梅赛德斯—奔驰文化中心

BML-VR首次举办；BML-SP第二次举办

2018



7月20日-22日

上海梅赛德斯—奔驰文化中心

现场共计34000人参与

10月6日

北京凯迪拉克中心

★ 历年活动介绍(附)

2019



7月19日-21日

上海梅赛德斯-奔驰文化中心

现场共计40000人参与

12月7日

广州宝能国际体育演艺中心

2020



7月22日

上海梅赛德斯-奔驰文化中心

超过3000w人在线参与

12月19日

上海国家会展中心虹馆

2021



7月21日-23日

现场共计23000人参与

上海梅赛德斯-奔驰文化中心

直播间最高人气峰值4166w

2022



7月17日

现场共计3000人参与

日本幕张展览馆

BML-SP 首次在日本举办

2023



7月22日

现场共计10000人参与

上海梅赛德斯-奔驰文化中心

直播间最高人气峰值50000w

PART 2

BML2024主题

BML2024主题概念

项目时间轴

BML2024内容介绍

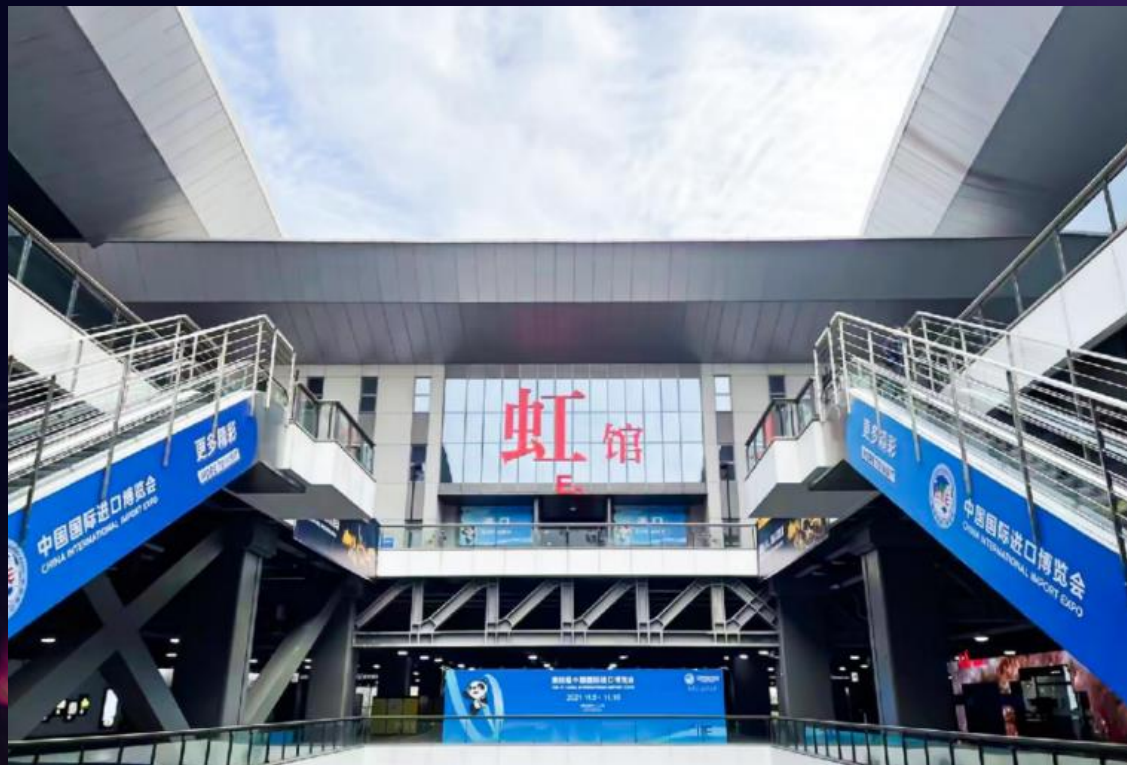
BML2024介绍

基本信息

名称：BILIBILI MACRO LINK 2024
(BML2024)

时间：2024年7月13日-14日

地点：国家会展中心虹馆EH



见证热爱·守护热爱

BML 2024再次出发，22和33作为BML热爱鉴证官，在现场开启巡查工作。这一次，BML将重塑热爱的舞台，将宝贵的记忆集结成每一个舞台瞬间，正是这份热爱让BML的舞台焕发出无限的光彩，彼此共鸣。让我们一起见证热爱，守护热爱，将热爱永远传递下去！



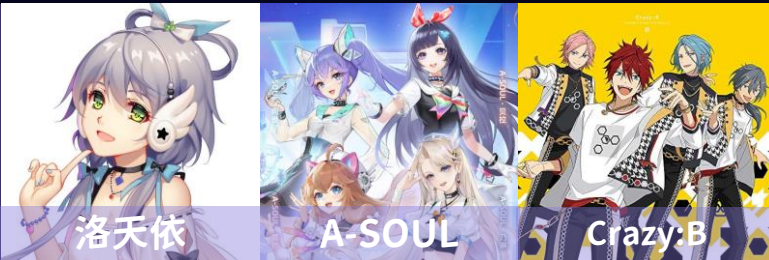
嘉宾阵容

* 拟邀请嘉宾名单，请以实际宣发阵容为准

海外嘉宾



虚拟嘉宾



国内嘉宾



40+超人气
UP主

国外UP



国内UP



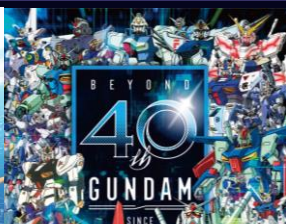
动漫IP



银魂



排球少年!!



Gundam Seed Freedom



死神



魔都精兵的奴隶



孤独摇滚



葬送的芙莉莲



金属口红



青之驱魔师



你想活出怎样的人生



物理魔法使马修

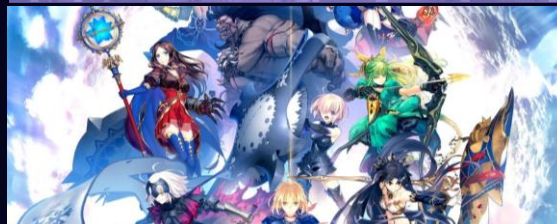


我独自升级

游戏IP



BanG Dream!



Fate/GO



LoveLive!

虚拟歌手IP



hololive



NIJISANJI



洛天依

★ 项目时间轴

6月上旬 预热

COMING SOON

媒体矩阵预热

6月中旬

官网、PV、阵容释出
运营活动上线
问候视频发布

6月下旬 门票发售
铺量媒体矩阵，地方媒体
渗透二次创作，垂直社群

BILIBILI MACRO
LINK 系列活动

7月13日 14日
正式演出

7月下旬：长尾运营
线上下联动

输送热门内容，沉淀用户互动

PART 3

BML2024推广计划

站内资源

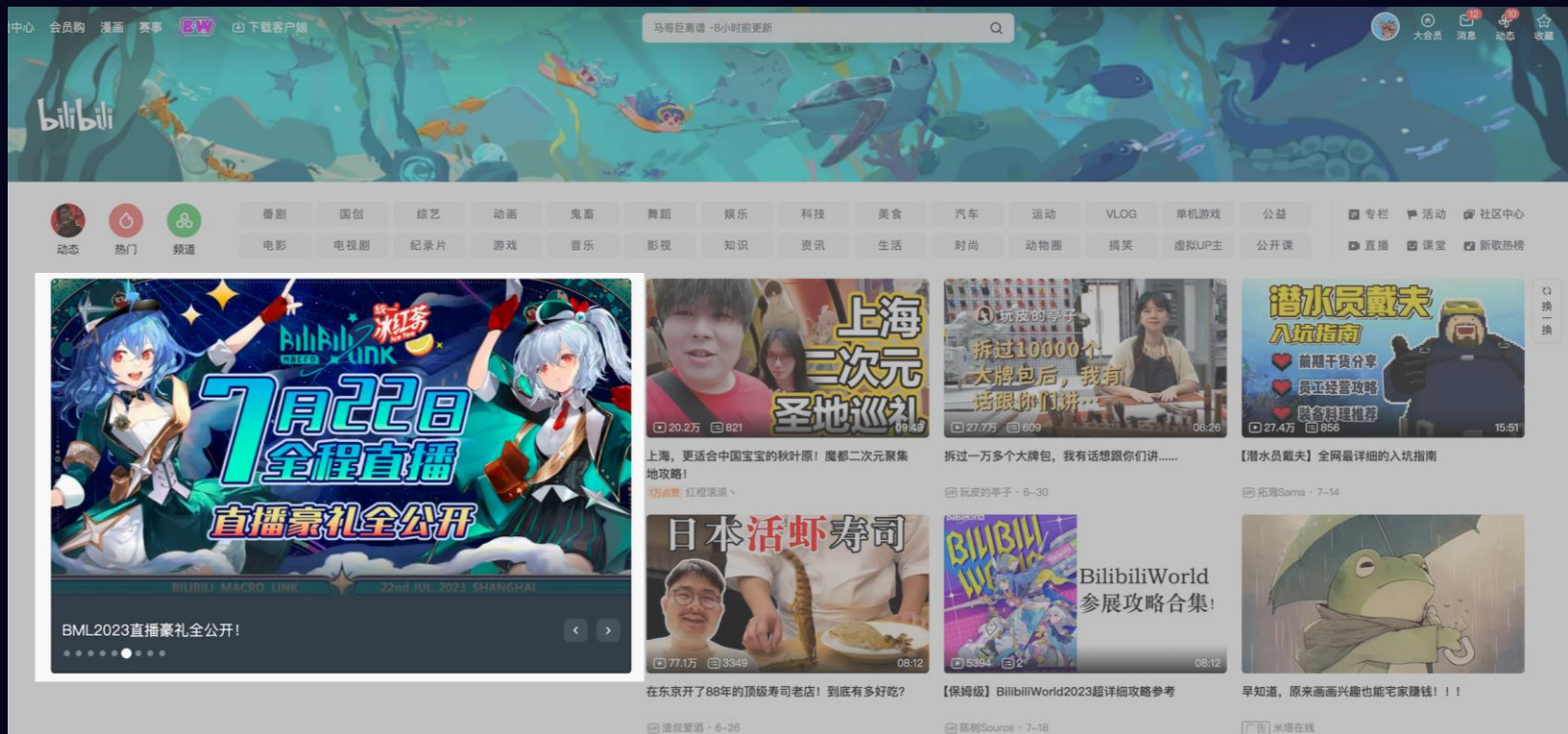
站外资源

★ 站内资源

闪屏

焦点图

bilibili首页资源



★ 站外推广



★ 站外推广

微博热搜



抖音热搜



Appstore Today



热门公众号



PART 4

BML2024合作及赞助

■ IP 授权

线下权益

创意合作

IP 授权类（2024年定制形象）

平面宣传 / 线上物料 / 周边定制



线下权益

BML现场贴片TVC/现场物料展示



BML 创意合作

创意TVC广告 / 社交媒体话题植入/艺人互动



创意TVC广告



社交媒体话题植入



艺人互动

期待您的合作
THANK YOU

