

洋河梦之蓝#梦想的10000小时#

- ◆ 广告主：洋河梦之蓝
- ◆ 所属行业：酒业
- ◆ 执行时间：2017.09.15-09.25
- ◆ 参选类别：创意类

传播背景

洋河梦之蓝在酿酒工艺及产品制造上一直倡导**匠人精神**,而在品牌传播中持续占位**追梦情怀**.

体现洋河 工匠精神的“五度五米战略”

工匠精神

- 一 宽度一毫米,即“专注”。
- 二 深度一千米,即“极致”。
- 三 高度一万米,即“坚守”。
- 四 长度万万米,即“创新”。
- 五 温度立方米,即“热爱”。

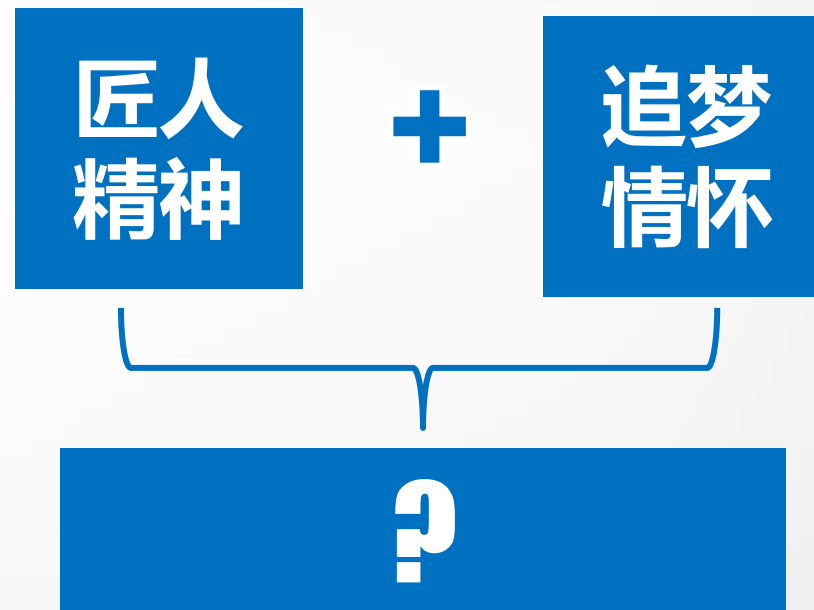
五度五米

以“中国梦 梦之蓝”的品牌占位梦想情怀



传播挑战

如何将品牌的匠人精神与追梦情怀落实，让品牌内核**直观、可感**？



传播洞察

白酒消费趋于**年轻化**，80、90后成白酒消费主力；他们是社会中坚，也**更相信梦想的力量**！



以梦想为主题的热播影视剧，8090后是票房/收视贡献的主力

数据来源：鹿豹座平 2017白酒消费大数据分析

解决方案

将洋河的匠心精神和追梦情怀落实到一批榜样身上，实现品牌与人的精神合而为一。

Gladwell在《异数》一书中提出了一万小时定律：只要经过1万小时的锤炼，任何人都能从平凡变成超凡。

传播主题：#梦想的10000小时#

敬为了梦想执着的人

梦想

梦想还是要有的万一实现了呢，号召受众像洋河梦之蓝一样追寻自己的梦想不断努力

共鸣

洋河梦之蓝用实际行动展现了他们的追梦历程，与众多受众产生共鸣，共同追梦

匠心

洋河梦之蓝匠人精神，不断研发新技术及新包装，打造时尚瓶身设计及绵柔口感

坚持

体现洋河梦之蓝坚持不懈，从默默无闻到小有名气再到世界烈酒排名第三

核心创意

手段一：内容营销



名人榜样

新东方 俞敏洪
电影《中国合伙人》原型

手段一：内容营销



同龄人的榜样

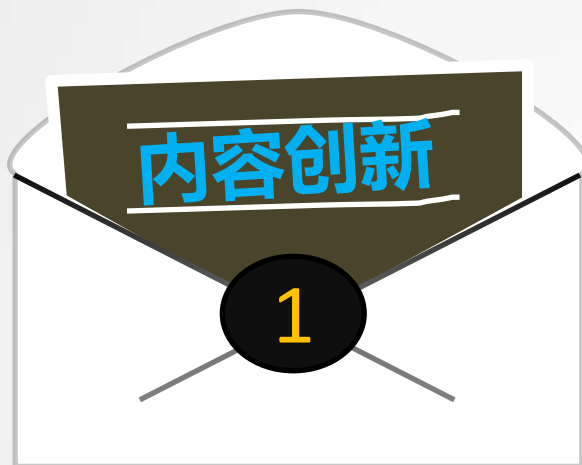
清华学霸
为了理想不要高薪

手段二：社交互动

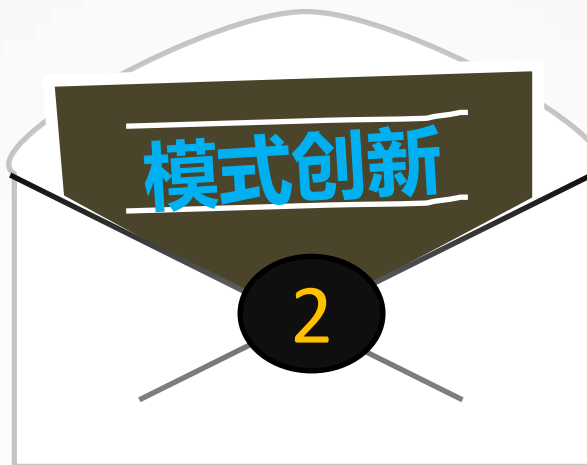


微博互动话题：梦想打卡，晒出你为了梦想而努力做的小事

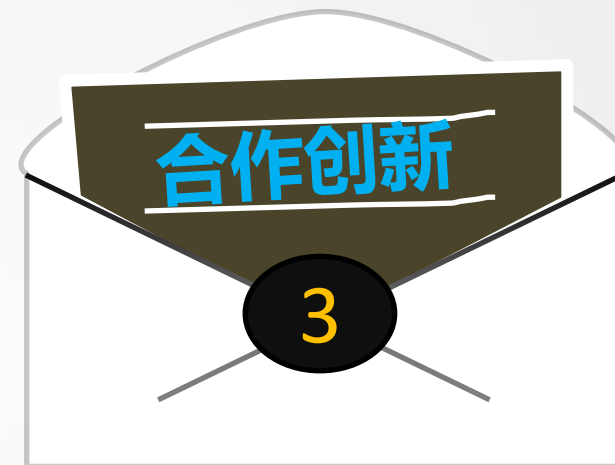
创意亮点



通过直播、病毒视频、图片故事、长图文、鸡汤博文等**多元化内容围绕梦想展开一场全民追梦活动**，引发全网关注；



新浪时尚、新浪健康官方微博&主持人大号**创新全民打卡模式**，号召粉丝及网民参与打卡坚持梦想，引爆全网；



文化行业、电子竞技行业、白酒行业、家电行业、直播行业等7个**跨界资源话题互动**，博人眼球；

创意执行

敬为了梦想执着的人

#梦想的10000小时#话题上线

启梦追寻

共同见证

梦想坚持

- 俞敏洪（大V朋友圈）栏目上线
- 打卡召集海报发布

- FollowMe京城最美调酒师长图文

- 后期长尾传播



- 追梦“新青年”图文内容上线

- 追梦“新青年”洋河梦之蓝定制视频上线

- 新浪时尚、新浪健康 频道大号全程坚持打卡

- 主持人大号14天全程日常运营发布

创意执行:俞敏洪做客大V朋友圈讲述梦想起航!

洋河梦之蓝冠名播出新浪财经大V朋友圈栏目并邀请俞敏洪做客，讲述追梦人生；并制作定制海报及专题页面，共计收获互动量**4098次**



俞敏洪

新东方教育集团创始人，曾经三次高考的追梦人生

大V朋友圈专题页面



新浪财经 V

9月15日 10:46 来自 专业版微博平台

【恢复高考40周年:为什么“那三届”考生最出人才】1977年，570万学子拾梦走进考场，也走进了另一种人生，他们中人才济济，大多数已成长为各行各业的领军人物，曾经的苦难幻化成为追逐梦想的翅膀，他们的学习方法带给了我们什么样的反思？新浪财经#大V朋友圈#，敬为了梦想执着的人。#梦想的10000小时#@梦之蓝 [网页链接](#) [收起全文](#)



@新浪财经 发布梦之蓝冠名大V朋友圈

大V朋友圈定制海报



创意执行:敬为了梦想执着的“新青年”

梦之蓝冠名《新青年》栏目，@看见 @新浪时尚 @新浪图片 @全场嗨翻尖叫 **4个**大号直发**三期**新青年图文素材，敬为了梦想执着的清华学霸；身家上亿的夜店十三姨；改变偏见 谁说女孩玩不了重车；收获网友共计**22532**互动量，口碑好评；

新青年冠名1期

为了梦想执着的清华学霸



新青年冠名2期

身家上亿的夜店十三姨



新青年冠名3期

改变偏见 谁说女孩玩不了重车



创意执行:敬为了梦想执着的京城最美调酒师

@新浪时尚 FollowMe栏目发起直播“京城最美调酒师 鸡尾酒届刮起中国风”，讲述匠心调酒师追寻梦想打破常规鸡尾酒洋酒的基酒传统，采用梦之蓝白酒作为基酒打造鸡尾酒，博取大量网友关注，获得**13744**互动量；



效果&反馈：话题传播数据汇总



话题阅读量

1.1亿



话题讨论量

24.7万次



累计登榜次数

6次



新浪频道大号

16个



微博KOL大号

6个



榜单最高排名

社会榜第一



发布总博文

82次



互动总量

158690次



跨界合作资源

7个



视频播放量

110万



直播同时在线

18.1万



大众网民参与

20万人

效果&反馈：话题传播数据汇总

话题仅用2个小时在热门话题社会榜中排名**第8名**，在总榜中排名74名；



9.15

9.18



2点登上话题榜社会榜单**第7名**，持续到早上9点共计持续7个小时；

当日收获热门话题社会榜**第2名**，总榜第40名优异成绩；



9.20

10点登录热门话题社会榜**第4名**，总榜第33名，截止上午12时，话题仍然以**第5名**成绩在榜；



9.21

9.22



晚上9点以**第1名**被热门话题收录，并在总榜排名第18名；

9.26



26日23时阅读量突破**1亿**大关，并登录热门话题总榜24名；

#梦想的10000小时#在14天的传播周期中，累计6次登陆热门话题榜，最高排名社会榜第1，总榜18，累计占榜时长超过24小时；

效果&反馈：微指数飙升创造新高

梦想的10000小时关键词微指数在话题运营期间持续走高，于9月26日达到历史最高点**93545**；引发

洋河关键词微指数远远高于其他行业竞品微指数，其中平均高于五粮液微指数约**2倍**；



效果&反馈：微博大V自主转发互动（原生内容）

@当时我就震惊了、@小野妹子学吐槽、@我的前任是极品、@英国报姐4个KOL账号发布舌尖上的舞者视频素材，展现洋河梦之蓝绵柔口感的由来，为洋河品牌带来大量曝光，共计收获互动量28451次；



@当时我就震惊了



@小野妹子学吐槽



@我的前任是极品



@英国报姐

效果&反馈：微博大V自主参与打卡（话题互动）



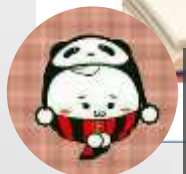
@清晨来到树下读书 116万粉丝
知名娱乐博主 头条文章作者



王源粉丝团知名大号@进击的毛汤圆、
@清晨来带树下读书 自主参与话题活动，
进行打卡，引发王源粉丝团广泛参与

5分钟前 微博评论

#梦想的1000小时# 虽然特别忙，也要坚持每个月读完一本书吧



@进击的毛汤圆 57万粉丝
王源粉丝团知名大号

众多受众14天积极参与话题打卡，累计至少**20万**人次，其中吸引王源粉丝团大号参与话题打卡；

**大V助力
自发参与打卡**

