

一键解锁跨越千年的忧愁，只在醉美酒乡

- ◆ 广告主：新浪
- ◆ 所属行业：媒体
- ◆ 执行时间：2018.05.20-05.30
- ◆ 参选类别：创意类



**扫码进入醉美酒乡
和古人来一场跨越千年的邂逅**

项目背景

- 在消费升级的大趋势下，白酒饮用人群已经发生迭代更新，主流人群为80-95后，新的人群要用不同的方式沟通，在这种情况下，我们针对白酒行业整合了一个新的体验类探访项目-《醉美酒乡》。

项目挑战

- 在普通人观念中，一向走传统电视营销的白酒项目，如何在有限的碎片时间，让这些看惯新鲜玩意儿的互联网资深用户感兴趣并在短时间内了解到项目亮点，是本次传播的挑战。

传播目标

- 针对全新的白酒饮用人群，我们采用他们的语言去跟他们沟通，针对我们的项目去进行广泛的曝光，引发人们的普遍关注。

白日放歌须纵酒 微博作伴看宫斗

原来你们是这样年轻人

古装大戏是年轻人关注的点
不管是穿越还是宫斗
都能在网络上引发热议
我们寻找了4个和酒有关的古代名人IP
作为我们的代言人
传播醉美酒乡



杨贵妃



李白



武松



济公

8090后

劝君更尽一杯酒



醉美酒乡



走一波

体验探访项目



醉美酒乡开寨迎客，目光锁定年轻人，然而年轻人群戏精多，不是你想让他来他就来

用户几时有 把酒问青天

那么，如何让用户光顾醉美酒乡？



换个姿势，一趟醉美之旅即将开始

沟通零距离：用年轻人喜欢的语言讲他们感兴趣的事儿

选取好玩有趣的古代场景，将白酒文化与古代名人的号召力结合起来，抛出古代名人的难题：



他们醉酒为哪般？一键唤醒，弹出与每个难题相对应的解决方案，将醉美酒乡的四个大招发现、体验、证言、传播进行原生植入最终引出《醉美酒乡》。

古代名人
醉酒新说

白酒文化结合
名人影响力

穿越形式
引发病毒扩散

一人我饮酒醉 四人来陪你嗨

人群洞察

一人饮酒醉依然成为现在年轻人的常态，他们易于接受互联网文化，对新鲜好玩的事物兴趣高，他们反对常规，追求新鲜个性。

沟通策略

要与8090后年轻人沟通，必须摆脱白酒常用沟通话术，通过年轻人的方式进行沟通，用有趣好玩的方式和年轻人建立情感共鸣。

选取和白酒相关的四个典型故事场景，通过对场景人物的再演绎，抛出困惑：他们醉酒为那般？然后拯救他们，展示针对此困惑的解决方案，将醉美酒乡的四个大招进行原生植入。

古代名人 醉酒新说

四个白酒
微场景

问题？
方法？

多形式
快闪 直播 弹幕 次元壁

四个著名人物 四个微型场景 四个经典故事 四个情感问题 四个解决方案

我有酒，你想听故事吗

人物

场景

故事

困惑

方法

技能

贵妃

贵妃醉酒

世人都说我红颜祸水，却不知道我也心系江山社稷。

世人不解我真情

话题

贵妃卖荔枝的故事。开官微-热门话题

李白

李白咏酒

世人都说我率性洒脱，却不知我满腔抱负志在千里。

世人不知我才情

证言

新浪大项目李白频频露脸，成功步入仕途。

武松

武松买酒

世人说我打虎杀嫂勇猛无二，却不知我的柔情和坚守。

世人不懂我柔情

传播

多种形式报道武松手足兄弟之情，壮汉也柔情。

济公

济公嗜酒

世人都说我疯癫不羁，有违佛门，殊不知我修心不修口，此乃大道。

世人不爱我性情

体验

济公答记者问，实力演绎修佛的真谛。

创意执行：他们醉酒为那般？

在一个月黑风高的夜晚，一间小酒馆，古代四人IP人物都喝醉了，他们到底是在借酒浇什么愁呢？每个人都有自己的忧愁，这次，我们一起进入酒馆，和他们聊聊跨越千年的忧愁。



贵妃醉酒 世人不解我真情

人都说我祸国殃民，是红颜祸水，其实他们都不知道我对江山社稷亦包含真情。

对应策略：话题

通过打造话题，让网友都真正认识。

李白咏酒 世人不知我才情

人们只知道李白逍遥快活，却不知道他满怀抱负，想要在政坛大有作为。

对应策略：证言

大项目合作，树立形象，踏上仕途。

武松买酒 世人不懂我柔情

世人都知我勇猛，三碗不过岗，擒虎杀嫂，却不知道壮汉也有柔情。

对应策略：传播

多形式等传播武松和大哥的兄弟情。

济公嗜酒 世人不爱我性情

本是出家人的他，却打着“酒肉穿肠过，佛祖心中留”的主张，疯癫快活。

对应策略：体验

探索体验，济公深度直播传道解惑。

@贵妃醉酒 世人不解我真情，我醉醉醉



一键解愁：贵妃微博卖荔枝，开官微，上热搜，开直播

@李白咏酒 世人不识我才情，我醉醉醉



一键解愁：李白出席国内外名流会议，国际李荣耀加身踏入仕途

@武松买酒 世人不懂我柔情，我醉醉醉



一键解愁：媒体头条聚焦引热议，武松壮汉柔情终被世人懂

@济公嗜酒 世人不懂我性情，我醉醉醉



一键解愁：新闻发布会全程放送，济公式修行回归主流视野

解锁四大人物，获取独家秘笈

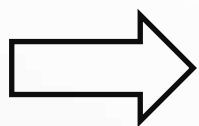


引导用户扫码下载醉美酒乡秘笈，开启醉美之旅

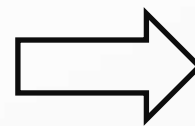
自媒体平台扩散，实现病毒传播

借助自媒体平台-微信朋友圈，通过酒企和营销类KOL达人进行扩散，种子用户积极跟进引发二次传播，迅速抢占80、90后年轻人关注度，将醉美酒乡进行充分的曝光。

酒业和营销类
KOL达人
引发传播



种子用户
积极跟进
进行二次传播



8090后网友
兴趣被激发
一起参与扩散

以微信朋友圈为主要传播阵地的自媒体平台



借问酒乡何处有 他们遥指醉美酒乡

中国移动 14:10 31%

< 返回 详情

 **崔丽敏**
看看古代名人是如何借酒浇愁的，分分钟带你涨姿势！

 来，干了这壶酒！

2018年5月23日 09:47

中国移动 14:10 31%

< 返回 详情

 **豆豆豆豆豆豆豆**
有点烦？有点愁？来来来，先干了这壶酒，看看古代名人是如何借酒浇愁的，分分钟带你涨姿势！

 来，干了这壶酒！

北京

中国移动 14:10 31%

< 返回 详情

 **金萍姐**
有点烦？有点愁？来来来，先干了这壶酒，看看古代名人是如何借酒浇愁的，分分钟带你涨姿势！

 来，干了这壶酒！

2018年5月23日 08:35

中国移动 14:10 31%

< 返回 详情

 **悦儿**
看看古代名人是如何借酒浇愁的，分分钟带你涨姿势！

 来，干了这壶酒！

2018年5月23日 08:44

中国移动 14:10 31%

< 返回 详情


 **旭旭旭旭旭旭旭**
看看古代名人是如何借酒浇愁的，分分钟带你涨姿势！

 来，干了这壶酒！

2018年5月23日 10:49

中国移动 14:10 31%

< 返回 详情

 **坤儿姐**
有点烦？有点愁？来来来，先干了这壶酒，看看古代名人是如何借酒浇愁的，分分钟带你涨姿势！

 来，干了这壶酒！

2018年5月23日 08:33



通过四个著名人物打造四个微型场景，演绎四个经典故事，表达四个情感问题，引出四个解决方案，将白酒行业一站式解决方案【醉美酒乡】引爆社交网络。

贴合性

传播力

记忆度

传播

阅读量 10万+

网友反馈

画风和人物，与白酒行业属性贴合，自然联想强，代入感强。

网友反馈

通过古人说今日事的形式，制造反差，具有病毒性，传播力比较广。

网友反馈

借助典型人物场景，客户的记忆度比较强，能够引发回想和长尾传播。

成交

安徽迎驾贡酒执行



谢谢观看

