

# 五粮液京东618父亲节传播

- ◆ **广告主:** 五粮液
- ◆ **所属行业:** 快消品-酒类
- ◆ **执行时间:** 2018.06.13-06.20
- ◆ **参选类别:** 电商营销类

## 背景

在年终购物节618遇上父亲节的时候，各大商家都以父爱为出发点打感情牌。五粮液作为一个传统酒行业，凭借自身强大的文化，从“揭露父爱的真相”为出发点，撬动消费者关于父爱的情感共鸣，从而激发消费者的购买欲。

## 目标

对消费者进行立体化情感轰炸，提升618期间五粮液产品的销量，最终实现品牌传播和销量转化的合一

## 挑战

618和父亲节相遇，打感情牌的商家众多，怎样从众多商家中脱颖而出，成为五粮液面临的巨大挑战。

白酒承载了中国人的大多数情感，在618父亲节期间，父亲与子女的情感找到了一个宣泄口，而白酒就作为这些情感的载体，五粮液基于父子情，用一支微电影+一支H5+一场直播的组合拳形式，全方位立体式的对用户进行情感轰炸，撬动消费者关于“父爱”的情感共鸣。



## ➤ 微电影《爱的视角》

微电影《爱的视角》通过父子双视角来呈现情感。这支微电影演绎了儿子从小到大的成长之路，全面、真实，从每一件小事上体现父爱的真相。在微电影《爱的视角》中，酒作为重要的道具和情感寄托载体，巧妙地传递了五粮液浓浓心意，不仅为品牌赋予了情感温度，也为目标受众提供了情感宣泄的出口。与微电影同期制作五大场景海报，配以走心文案，直戳受众内心，引发情感的共鸣。



## ➤ H5 “一生父爱，搭档前行”

这支名为“一生父爱，搭档前行”的H5，向我们展示了六种父子搭档类型供消费者选择，用一杯好酒致敬父爱的互动，使每个人都可以在线和老爸组成“最完美搭档”，还可以邀请好友为其助力获得奖品。五粮液通过这支轻互动、重裂变的福利的H5，刺激了用户的参与和分享，使五粮液在朋友圈中获得大量宣传，从而为企业带来利润。



## ➤ 直播美食大咖教你做一顿“五粮液下酒菜”

除了微电影和H5的温情轰炸，五粮液还联合京东直播来了一场直播，把五粮液诠释的“完美搭档”落地，邀请美食大咖父子共同教大家做一顿“五粮液下酒菜”。直播前期植入的微电影和H5使用户感触深刻，直播的互动形式在保证直播内容娱乐性的同时，让用户可以实时第一时间看到五粮液在父子关系中所起到的独特作用，进而产生尝试感觉，对五粮液品牌产生更为直观的个人感受，这样的感受是用户自主产生，而非传统广告的影响，显然更具有持续性。

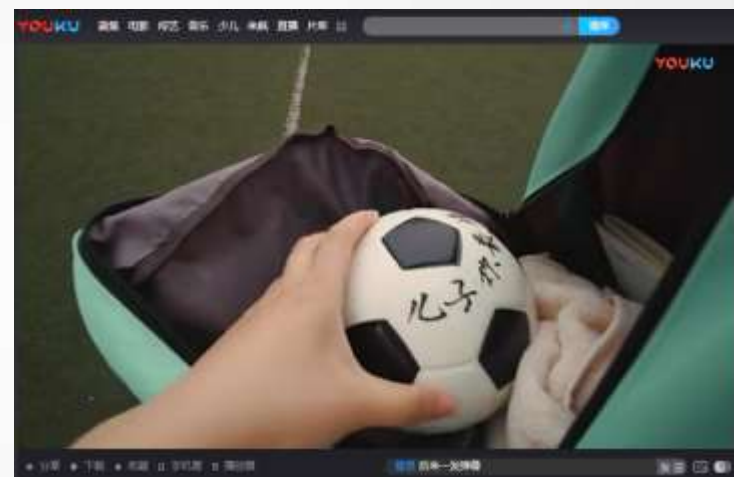


## Step1

微电影《爱的视角》从脚本到演员挑选到重庆置景拍摄到最终成片历经50个日夜，脚本调整修改超过15版，只为引发消费者内心最深处的情感共鸣。



- 《爱的视角》在八大主流视频网站同步上线，其中秒拍和腾讯反响热烈，好评如潮。





- 关键词“爱的视角” “五粮液爱的视角” 被收录。

The image shows a screenshot of a Baidu search engine results page for the keyword "五粮液爱的视角". The search results are displayed in a grid format, with various snippets and links. The main search bar at the top shows the keyword "五粮液爱的视角" and the search button "百度一下". Below the search bar, there are several search results, each with a snippet and a link. The snippets include titles like "五粮液微电影《爱的视角》, 父爱, 从未远离 - 敬英雄", "《爱的视角》温情热播, 五粮液为父亲节献礼", "五粮液父亲节暖心微电影《爱的视角》, 电影微电影视频: 《爱的视角》微电影独特视角, 用“搭档”重新定义父亲和儿子是彼此人生的陪伴者, 促进者, 支持者, 从单向的情感传递, 转变为双向的情感交流", "95%的人还搜了", "五粮液父亲节暖心微电影《爱的视角》, 优酷热门产品中", "五粮液父亲节微电影《爱的视角》, 6.13温情上线 - 中华网", "五粮液父亲节微电影《爱的视角》, 6.13温情上线 - 腾讯网", "爱的视角 - 原创 - 高清视频 - 爱奇艺", "《爱的视角》温情热播, 五粮液为父亲节献礼 - 中国网", and "五粮液父亲节微电影《爱的视角》, 父爱, 从未远离 - 中国新闻网". The search results also include a video player for the movie "爱的视角" and a list of related videos. The overall layout is typical of a Baidu search results page, with a search bar at the top, a grid of search results, and a video player for the main result.

- 现场套拍五组场景海报，配以走心文案，直戳受众内心，引发情感共鸣



## Step2

历经多轮主题创意策划-文案多次修改确认-画面风格沟通-初稿呈现-近60页定稿画面-音乐选择-技术调试，6月12日通宵调试，确保6月13日完美上线。



五粮液京东618项目H5执行方案-20180524



H5-小时候、长大后，场景草图



H5整体玩法流程图



完成共约60个成稿画面

H5筹备资料	
H5所需页面-UE图	2018/6/11 11:12
H5页面	2018/6/11 15:07
H5音乐	2018/6/13 12:01
奖品清单	2018/5/25 16:19
确认页面内容	2018/5/25 16:19
H5特确认内容	2018/5/25 9:21
H5奖品数量分配	2018/5/24 14:15
H5链接	2018/5/7 14:31
H5调整	2018/5/12 14:02
H5调整2	2018/5/25 15:06
H5音乐	2018/5/15 9:56
文案话	2018/5/24 11:44
五粮液京东618项目H5执行方案-201805...	2018/5/25 17:17

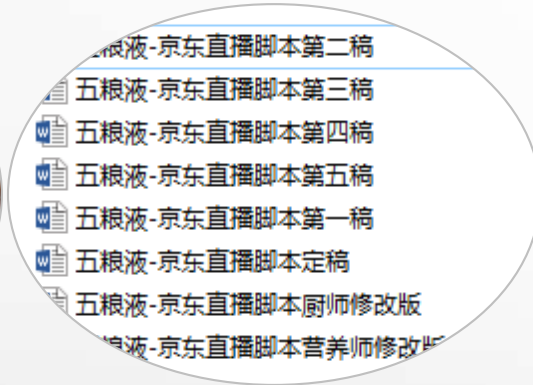
中奖信息每天筛选信息表格	
发送表格	2018/5/25 11:51
整理制作中奖表格	2018/5/25 11:56
中奖表格表格	2018/5/22 9:14
五粮液之惊喜	2018/5/19 13:55
20180613中奖信息	2018/6/20 16:47
20180614中奖信息	2018/6/15 10:08
20180615中奖信息	2018/6/20 16:47
20180616中奖信息	2018/6/20 16:47
20180617中奖信息	2018/6/20 16:47
20180618中奖信息	2018/6/20 16:47
20180619中奖信息	2018/6/21 11:09
20180620中奖信息	2018/6/21 11:06
20180621中奖信息	2018/6/22 9:11

- H5场景页面展示



## Step3

- 经过反复对比、挑选，两周时间敲定嘉宾人选；
- 和厨师多次会议，讨论出能展示五粮液特点的菜品；直播脚本前后共修改过八个版本；
- 多次前往市场挑选和对比，购买最符合要求的直播道具；
- 直播当天连续10小时的彩排和技术调控，以确保直播现场万无一失。



- 结合节日特色内容上兼顾温情及销售导流。

大厨营养师搭配



父子好搭档



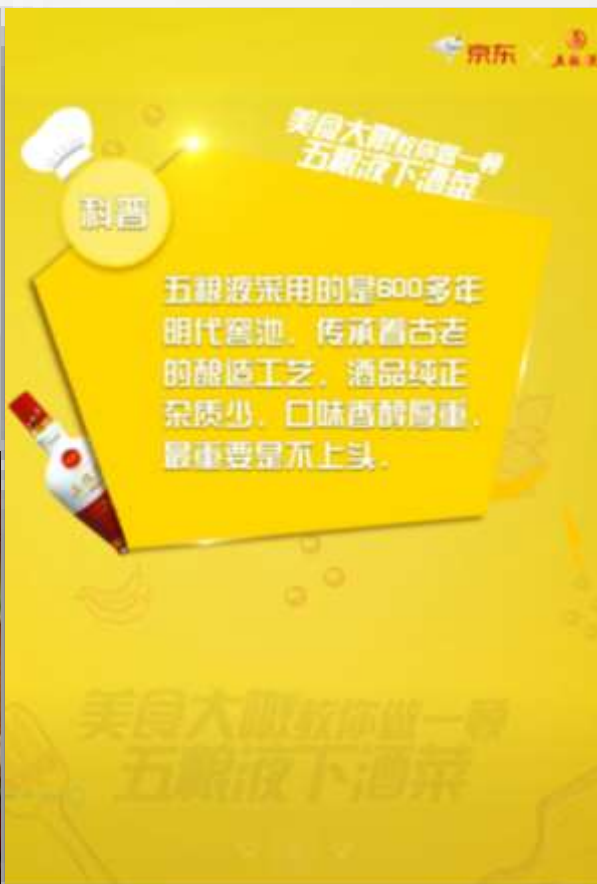
酒品和菜品结合



酒品小实验



- 提前准备直播预热海报、LED动态视频、直播花字、道具等物料，确保直播顺利进行。



## Step4

新媒体平台全网推广为五粮液京东618活动造势。

- 五粮液官方微博、微信温情首发微电影《爱的视角》、H5 “一生父爱，搭档前行”





- 京东APP同步配合



视频同步上线



首页banner推荐位



活动期间京东店铺氛围改版



- 知名微博、微信KOL同步扩散

**老徐时评** 5月13日 14:00 来自 微博weibo.com

有人说父爱如山，威严而博大；有人说父爱如酒，需要慢慢品味才知无穷回味。而今天通过这支#爱的视角#微电影才发现，原来父爱也可以是一——做你人生最完美的搭档。这个父亲节，给这个人生最完美的搭档，敬一杯！同时你也可以提前去京东五粮液618专场给父亲挑瓶好酒哦！ [#五粮液视角的秒拍视频](#)



**YouTube精彩视频** 5月13日 12:50 来自 微博weibo.com

所谓的人生中的完美搭档，是有事一起扛，最好的时光一起奔跑一起成长；笑过，哭过，醉过，生命中他一直都在，从未错过——你的心中的那个人生完美搭档是谁？这个父亲节，跟着#爱的视角#用一杯好酒找寻你人生中的完美搭档，发现爱的真相。 [#五粮液视角的秒拍视频](#)



**老徐的时评** 5月13日 20:00 来自 微博weibo.com

#美食大揭秘你懂一杯五粮液下酒菜# 父亲的量，只上心，不上头。感谢的话不必多说，一切尽在杯中。一杯好酒孝敬老爸，也不能少了美味佳肴。@五粮液父亲节献礼。知名大厨、营养师强强联合！614上京东直播！一大波美食美酒即将到达！你们准备好了吗？链接链接：[#网络链接](#) 给老爸买瓶好酒。



收藏 170 评论 105 点赞 319

9:48

**看了这支微电影，我才读懂了他的爱！**

笨鸟文摘 今天

先飞之笨鸟，文摘之精华

自古以来，中国式父子关系都是一种非常微妙的关系。很多时候，当事人也无法定义究竟与父亲之间是种怎样的情感。父亲以默默无言，有意无意地塑造了他们如山般的严父人设；而在子女心中，这种形象成为了从小便在内心生长起的刻板印象，直到随着年龄的增长，随着那些奇妙又难以言说的情愫不断聚集纠结发酵，当某天突然回过神来才能在一瞬间重新发现真正的父亲模样，厘清与他之间的关系。

但今天的推荐的这篇文章其实是想告诉大家，从不善表达达到善于表达，取决于总有一个要先主动。而于父亲之间，无论出于孝义还是情感，那个主动的人其实都应该是我们自己不是

2:13

**父亲节最佳戳泪微电影—《爱的视角》**

4A广告提案网 1周前

今年父亲节撞上了年中购物节618，各大品牌蓄足了力，想要把握这个营销时机。而在这几天汹涌而至的营销案例中，五粮液拍摄的一支微电影引起了小编的关注。片子从父与子的两方视角讲述，在形式上带来惊喜的同时，也让我们更全面地感受到，父亲在我们的成长过程中，到底扮演了什么样的角色。



小时候，他是战斗力为无穷的“大怪兽”

你小时候是 [#那些你想过自己是超级英雄?](#)

5:04

**五粮液父亲节H5：一生父爱，搭档前行**

H5案例分享 6天前



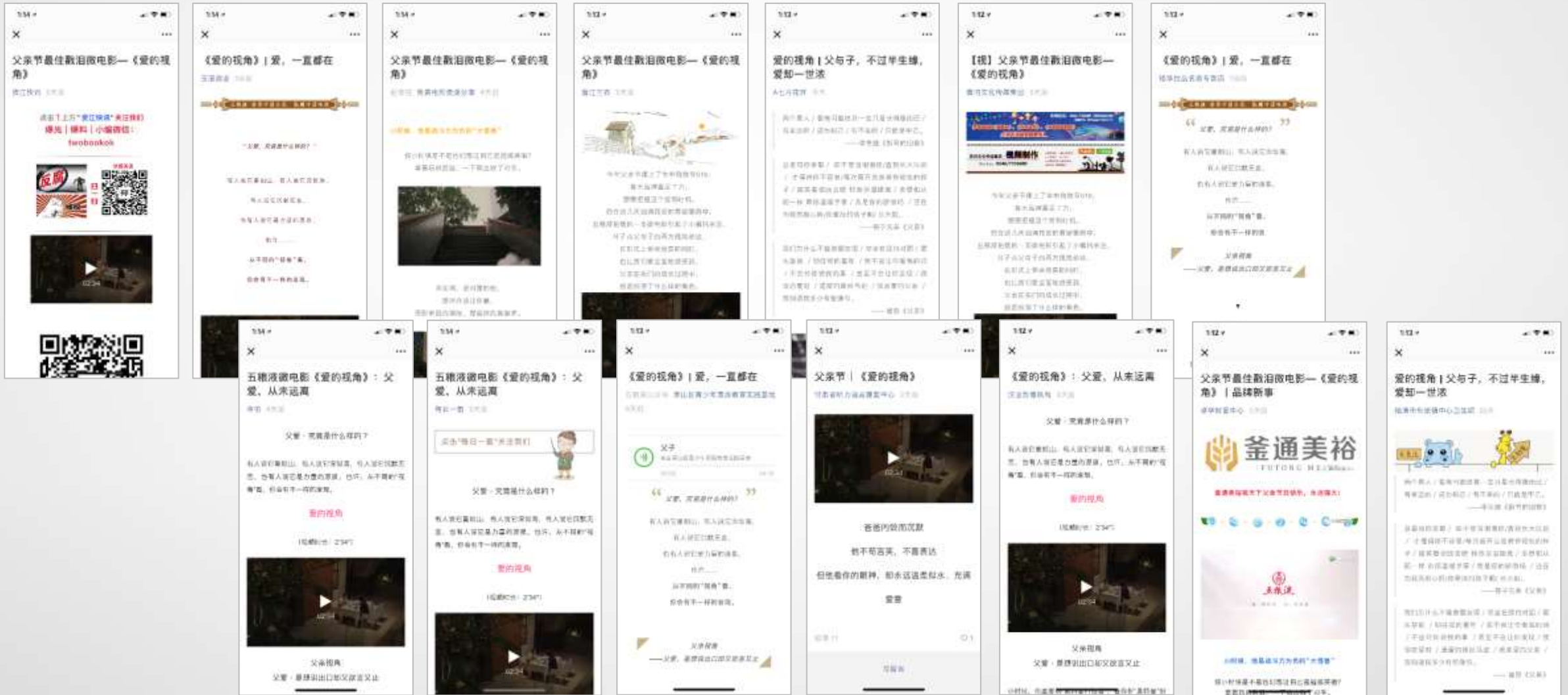
长按识别下方二维码  
测测你和老爸是哪种搭档



完整欣赏此案例大约需要55秒

你人生中最完美的“搭档”是什么样的？是儿

## • 众多自媒体主动传播微电影为五粮液打CALL



- 本次传播总覆盖**超过1.126亿**
- 微电影《爱的视角》观看量**1877.3万**
- 福利裂变H5 “一生父爱，搭档前行” 点击量近**163万**
- 京东直播 “美食大咖教你做一顿五粮液下酒菜” 直播观看人数**19.54万**、点赞量**151万**、互动评论量**2.4万**、店铺粉丝新增超过**1.5万**、进商参数环比增长**2150%**
- 微博KOL共发布**9个**（另，五粮液官方微博，发布两次），总覆盖量**7887.7万**
- 微信KOL共发布**16个**（五粮液官方微信，发布两次），总覆盖量**1314万**

- 全国网友互动留言表白五粮液并参与温情传递

**伪逼格少年小黑**  
看到一半就泪崩了，父子之间总是羞于表达情感，可能也只有喝酒的时候说会心里话了吧，今年父亲节，我也给老爸准备了一瓶青花郎，到时候跟老爸好好喝几杯，好好聊一聊。

**宰父绮艳双子**  
我一直在外地工作很久没有回，看到这个视频我太想老爸了。这个父亲节一定要好好陪陪老爸。

**琳子\_29361**  
无需说“我爱你”，好酒就是“默契”！

**你是谁的路人甲阳**  
最近很忙，今天看完这个视频，回想起和爸爸的点点滴滴，很感慨，很想哭。等完这段时间一定回去好好陪陪老爸。

**元贺\_tiu**  
一直是五粉，看到今年父亲节拍出的这个片子，真的觉得五粮液懂男人啊！

**思理cuckoo199504**  
小时候自己做奥特曼，让父亲扮演过怪兽的举手！

**京萌泽彪**  
❤️❤️❤️这才是最触动人心的视频宣传，我要赶紧的回家陪伴父亲过节

**大方巷里的哲**  
这个礼拜日6月17日是父亲节，校长请借你的宝地向我的父亲说一声“我爱你”为我已经无法在这个物质世界说出这句话了。同时，祝愿校长的父亲和天下所有的父亲节日快乐！

**牧雷周\_eimu**  
看这样的视频真心很激动，感觉老爸是世上最爱我的人

**回家才对，我要回家陪老爸喝五粮液**

**树安安余**  
看哭了，很多场景里都有我和我爸的影子。

**爸爸年纪大了，总怕他喝多伤身体，这次朋友推荐了五粮液1618，不易喝醉让身体健康。忙完这阵就回家陪老爸喝酒**

**L卢希X悲**  
父爱如山，父爱如海，爸爸的爱一直在心里。看完这个视频我太想念父亲

**野花帝**  
这个父亲节，用一杯好酒致敬人生的最完美搭档❤️

**爱上卷毛圭的奶白颈修**  
看完这个视频我很感动，特别想老爸。

**月忧心中过**  
让我也回忆起了我的父亲，真的是非常的感动，希望大家都好好孝敬自己的父亲