



Top  
Mobile  
Awards



泸州老窖  
LUZHOU LAOJIAO



- ◆ 品牌方：泸州老窖
- ◆ 合作方：新浪
- ◆ 参选类别：年度移动营销金牌搭档

**合作时长** 3年 (2016年至今)

**合作规模** 2500万+ (截止2018.9)

**合作发展** 1.0 媒介合作 2.0 文化升级 3.0 产业联合

双方的合作经历了三个阶段：第一阶段以媒介投放为主；第二阶段基于泸州老窖国窖1573的文化调性，联合一系列高端项目，实现品牌文化升级；第三阶段，双方基于中国白酒在世界的发展机遇，提出文化在世界的输出，并建立专门机构，联合产业力量，为产业发展做出贡献。

## 2.0文化升级

选择金字塔顶端人物集中出现的项目，以项目整合+线上线下整合+移动资源整合+KOL整合四大整合，实施项目

### 项目整合



### 线上+线下整合



### 移动资源整合



### KOL整合



# 3.0产业联合



## 酒文化 | 研究院 |

成立酒文化研究院，汇聚资源，聚势而为，由新浪网倡议，联合数十家财经媒体大佬、知名企业家、知名意见领袖、知名品牌酒企负责人、酒业传播服务机构等共同发起，实现中国白酒文化在世界的输出。

酒文化 | 酒文化研究院  
SINA 新浪

大咖寄语酒文化研究院  
汇聚资源 聚势而为

“让白酒  
在现代生活中  
更加  
鲜活、时尚”



邓庆旭 副总裁  
新浪网副总裁



酒文化 | 酒文化研究院  
SINA 新浪

大咖寄语酒文化研究院  
汇聚资源 聚势而为

“将白酒  
打造成为  
中国代表性的  
文化符号”



刘焱 主席  
泸州老窖股份有限公司  
党委书记、董事长



酒文化 | 酒文化研究院  
SINA 新浪

大咖寄语酒文化研究院  
汇聚资源 聚势而为

“通过建立  
研究院的平台，  
能够普及酒文化，  
呈现酒背后的真善美”



戴自更 顾问  
新京报创始人



酒文化 | 酒文化研究院  
SINA 新浪

大咖寄语酒文化研究院  
汇聚资源 聚势而为

“酒文化研究院  
首先倡导  
酒风要正”



李佩轻 顾问  
《中国经济报》总编辑



酒文化 | 酒文化研究院  
SINA 新浪

大咖寄语酒文化研究院  
汇聚资源 聚势而为

“发自内心的觉得  
酒文化研究院  
筹建  
恰逢其时”



何力 顾问  
伊泰新闻总编辑



新浪作为泸州老窖长期以来的合作伙伴，一直致力于为民族品牌泸州老窖打造传统文化符号，也致力于为泸州老窖的品牌升级、品牌创新发声。我们期待，未来双方这种合作更加辉煌。

泸州老窖是一个有历史积淀同时兼具创新思维的客户，我们也很荣幸能有这样的机会，利用新浪多年的行业经验及资源，通过这次合作促进双方的共同发展，实现资源的最大整合，达到双方优势互补，将泸州老窖品牌价值、品牌理念传达给公众，共同探索美好未来。



以客为尊一直是新浪信奉的准则，我们渴望为客户创造更大的价值。感谢泸州老窖对新浪的信任和选择，也希望未来新浪能够继续跟泸州老窖一起，继续为民族品牌发声。



作为中国白酒的翘楚，泸州老窖一直以弘扬中国传统文化为己任。很高兴新浪从内容、数据、渠道等维度为我们打造了一张能够展现我们品牌理念、价值的文化名片，将优秀的中国传统文化以及醇香的中国美酒带给全国人民，带给全世界人民。



过去，酒香不怕巷子深，但在互联网时代下酒香也怕巷子深。在这次合作中，新浪从互联网思维角度出发，为泸州老窖制定了全方位的互联网营销战略，在当下为泸州老窖传递了百年酒香。



品牌曝光和产品销量增长，离不开泸州老窖的百年积淀和自身过硬的产品质量，也离不开新浪的专业化媒介营销运营。也希望双方能够继续合作，实现互利共赢。