

邂逅美酒 致梦想·敬生活

顺丰优选第二届酒水节线上传播

- ◆ 广告主：顺丰优选
- ◆ 所属行业：电子商务
- ◆ 执行时间：2018.06.15-07.15
- ◆ 参选类别：效果类

• 品牌营销背景:

顺丰优选是顺丰借助物流优势，打造的一个面向中高端人群的电商平台。

顺丰优选在2018年举办第二届酒水节，在线下论坛的铺垫下，通过线上传播，展示出顺丰优先优质产品，将顺丰优选提倡的“为消费者优选好的商品”服务宗旨体现出来。

• 品牌传播目标:

近期目标：以葡萄酒的文化与魅力带动，促进顺丰优选明星产品（如红酒和螃蟹）的线上销售；

中期目标：提供社交话题，提升社会舆论对顺丰优选的关注度和讨论度，增加品牌曝光机会；

远期目标：向消费者传播健康、营养、便捷的品牌形象；提升顺丰优选的品牌美誉度。

- **顺丰优选目标人群洞察：**他们以28-45岁为主，多数有体面的工作、良好的学历、较高的消费能力与鉴赏水平，是社会的中坚力量！



品质
优先

注重品牌，懂得鉴赏
提倡“有质量的性价比”



富有
情趣

他们有思想，有情怀，懂得
为理想生活而奋斗



热衷
社交

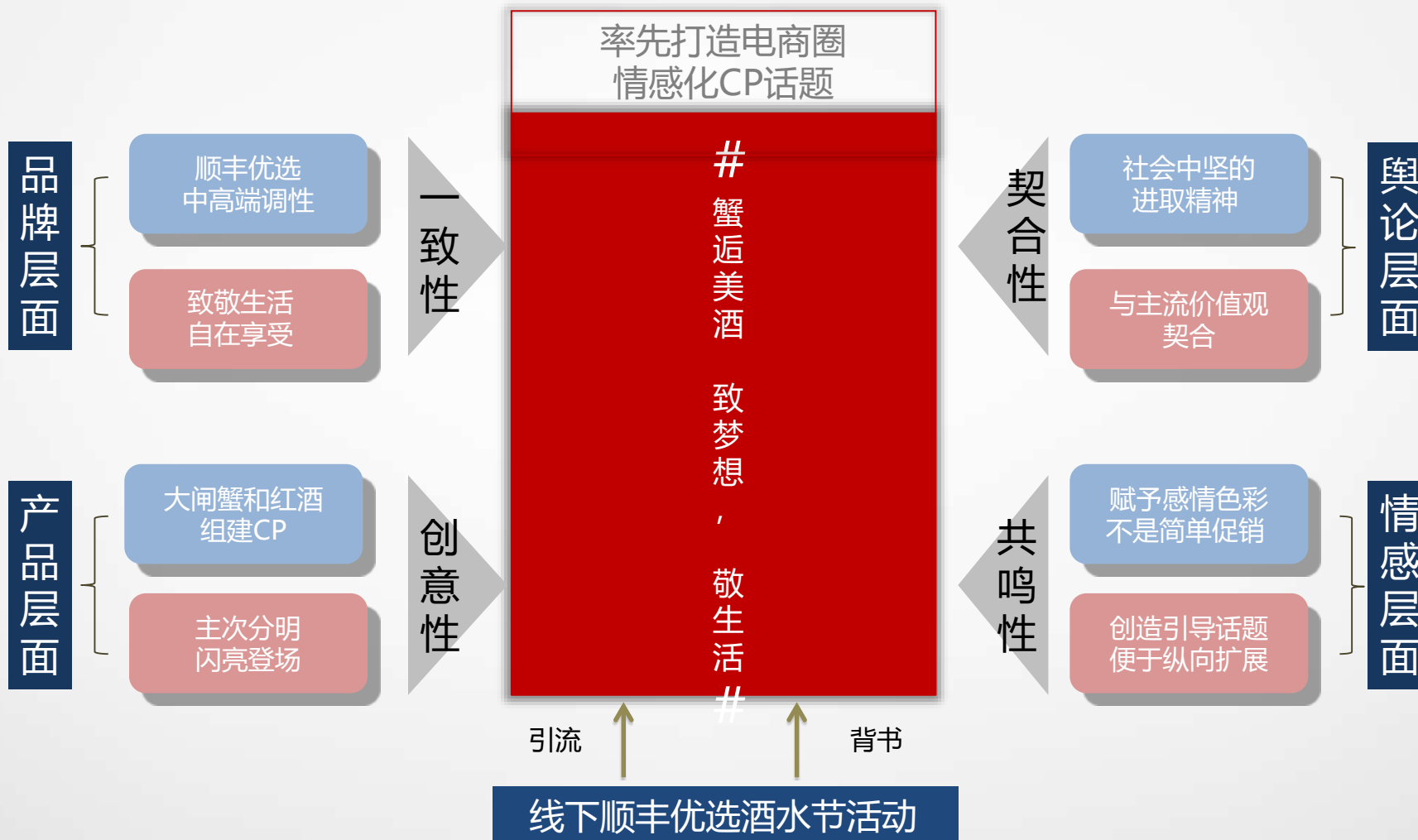
喜欢参与话题互动，
社交圈内有一定的影响力



追逐
梦想

他们伴随网络时代成长，对
各类玩法积极跟进

传播策略



亮点1：情怀走心预热海报，掀起网友UGC热潮！

- 倒计时海报采用“走心情怀版”风格，文案既说出了当代都市人的心声（渴求朋友，希望沟通），又巧妙地带出了顺丰优选的明星产品（酒菜都有，就缺人来说知心话了），从而达成了**情感诉求**和**产品利益宣传的共赢**

顺丰优选
sfbest.com

2周年酒水节

人世间最大的痛苦
莫过于酒友都在
却没下酒菜

两包
¥29.9
【原切】牛腩辣公牛肉粒香辣味
160g

倒计时3天

扫一扫限时抢

顺丰优选
sfbest.com

2周年酒水节

吃货对效率的定义
10分钟能品尝到美味
绝不花1小时

¥119
降至99
【菲力】家庭经典菲力牛排套餐
6菲力2经典 1080g

倒计时2天

扫一扫限时抢

顺丰优选
sfbest.com

2周年酒水节

酒要与对味的人喝
话要与走心的人说

¥118
第二件半价
【红魔鬼】黑金珍藏红葡萄酒
750ml

倒计时1天

扫一扫限时抢



- 走心情怀就能引起共鸣，海报在预热阶段发布，即引起网友自主转发，并对海报文案句式进行大量模仿、再创作（UGC），从而形成资费的病毒传播

亮点2：借势现象级综艺打造说唱CP，传播推向高潮

- 结合H5独有的“视觉+动效+音效”的表现优势，打造一款《优选有说唱》个性H5,迅速引爆舆论
- 结合当时开播的现象级综艺《中国新说唱》热点，在ICON设计、人物角色设计上巧妙“借势”，让人马上联想到此超火综艺，从而引发受众的广泛关注度，并引起转发欲望



- 产品拟人化，围绕大闸蟹&白葡萄酒等顺丰优选明星产品的搭配制造CP概念，通过模仿导师阵容的趣味化动漫形象进行整体表现



H5最好直接体验，请各位评委扫码观赏

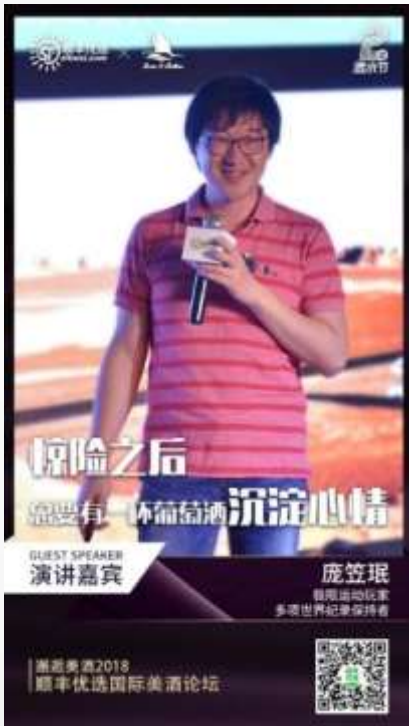
亮点3：紧跟抖音风口，传递娱乐精神持续加温



- 抖音是当前最热门的营销工具，邀请抖音情侣红人CP 拍摄趣味短剧，带出“大闸蟹是满足女友的优质美食，红酒则是大闸蟹的最佳CP”核心信息，在短剧中巧妙植入“蟹逅美酒”活动信息

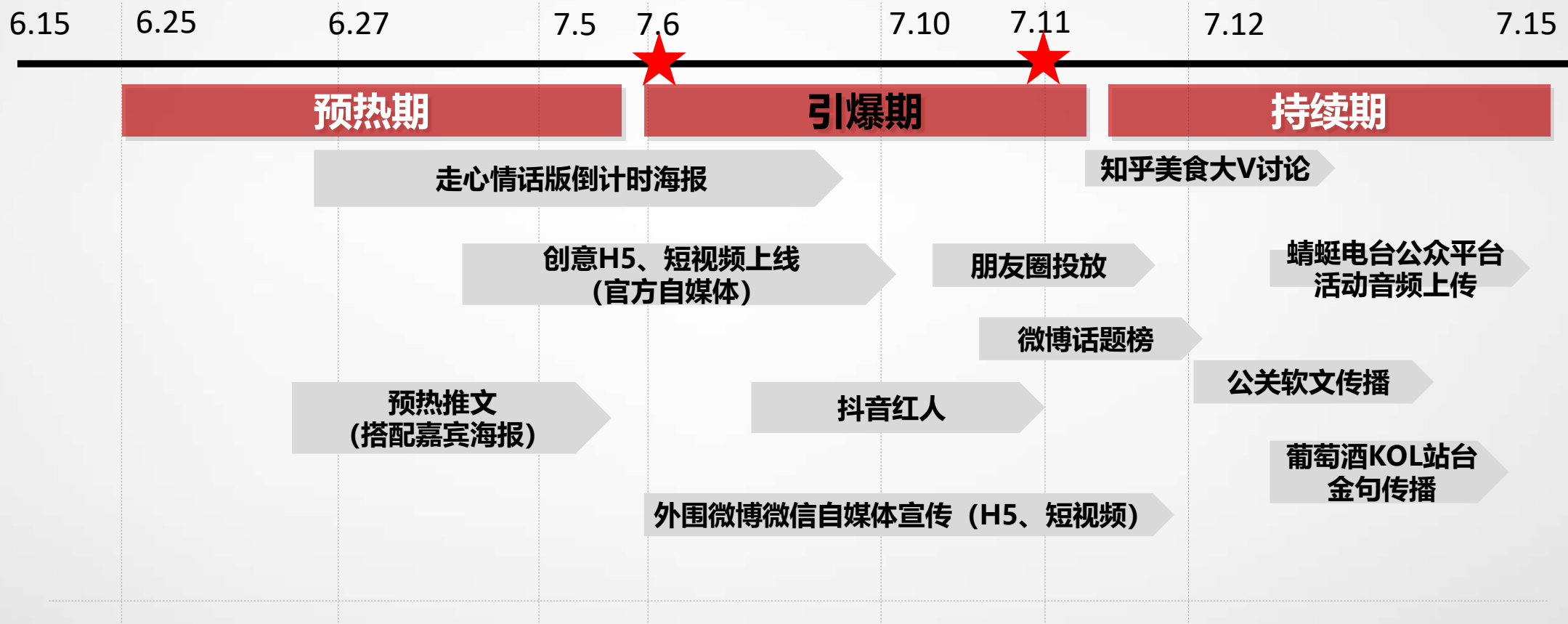
- 以真人CP带动顺丰优先产品CP，以趣味性带动促销性，“寓销于乐”

亮点4：葡萄酒KOL站台，金句传播强化受众印记



• 将葡萄酒KOL的金句加以提炼，制作成“语录海报”，在线上二次传播，一方面发挥kol粉丝效应，另一方面制造大众话题，呼应本次“邂逅美酒”的主题

蟹逅美酒 致梦想·敬生活



整体传播节奏



活动前期-自有资源宣传

媒介&执行

← 顺丰优选每



官方自媒体平台推送美酒论坛信息

时间：6月29日—7月10日

平台：微博、微信

倒计时海报推文整体阅读量：9万

APP开屏页面



外围微博-我与美食的日常

我与美食的日常

7月9日 20:20 来自 微博weibo.com

#优选有说唱#这波说唱神了！吴亦凡听了想喝酒，张震岳听了想吃蟹，邓紫棋听了想切牛排，潘玮柏听了啤酒对瓶吹，热狗听了想点黑虎虾🍤你听了想干吗？

顺丰优选官方微博的秒拍视频 PS：顺丰优选“蟹逅美酒”福利活动中，注册有大礼→_→ [网页链接](#)



粉丝数：397.5万
阅读量：76万
转发数：410
评论数：153
点赞数：308

阅读 48.9万 推广 410 153 308

外围微博-读物少年

读物少年

7月11日 12:00 来自 微博weibo.com

#优选有说唱#单押、双押、跳押！没学好拼音都不敢听说唱！这波导师说唱秀大家给几分？🤔 顺丰优选官方微博的秒拍视频 吃货福利：@顺丰优选官方微博的“蟹逅美酒”7.11年中会员答谢日正在进行中，戳右边链接注册可以享新人礼包👉 [网页链接](#)



粉丝数：1097.5万
阅读量：103.4万
转发数：808
评论数：152
点赞数：320

阅读 79万 推广 332 224 511

外围微博-不二大叔说

不二大叔说

7月11日 12:00 来自 微博weibo.com

#优选有说唱#看了这么多说唱视频之后，感觉挺爽的... 说唱了，接下来还干啥？🤔 顺丰优选官方微博的秒拍视频 吃货福利：@顺丰优选官方微博的“蟹逅美酒”7.11年中会员答谢日，戳右边链接注册可以享新人礼包👉 [网页链接](#)



粉丝数：396.6万
阅读量：85万
转发数：205
评论数：125
点赞数：249

阅读 17万 推广 120 108 148

以官方微博做引导，通过多个段子手、美食博主、视频红人等大V转载，多点引爆打响短视频传播

时间：7月7日—11日

平台：微博



阅读量:
1428.9万
讨论度: 1.7万

短视频主话题#优选有说唱#登上微博话题小时榜 **TOP10**

为话题吸引众多曝光

时间: 7月11日



微信大V-兔two酱

粉丝数: 126万
阅读量: 130023
分享量: 574
点赞量: 849

中国新说唱谁会大火?! 这几对CP你不得不关注

微信大V-吃喝玩乐全攻略

中国最美旅行时间表,对的时间去对的地方看最美的风景!

关于全球旅游胜地的15大误传

它是国内旅行地TOP1, 海景秒杀海南厦门, 3天就能玩过瘾

谁带我吃完这100种昆明美食, 我就嫁给他!

中国最美的20个湖, 第1个就被惊艳了!!

粉丝数: 58万
阅读量: 51044
分享量: 1003
点赞量: 379

微信大V-俏厨娘

如果馒头会说话, 一定是山东口音

北方人都不知道的9种馄饨新吃法, 饺子也同样适用哟!

技巧 | 锅底烧焦了怎么办? 只需加上一勺它, 不用十分钟还你...

回忆 | 20年前没空调, 我们是这样过暑假的! 满满的回忆啊!

死皮、老茧一擦就脱, 15秒还原嫩白玉足!

粉丝数: 52万
阅读量: 24234
分享量: 102
点赞量: 266

官方微信推送《优选有说唱》H5, 多个微信大V头条推送

时间: 7月10日—11日

平台: 微信



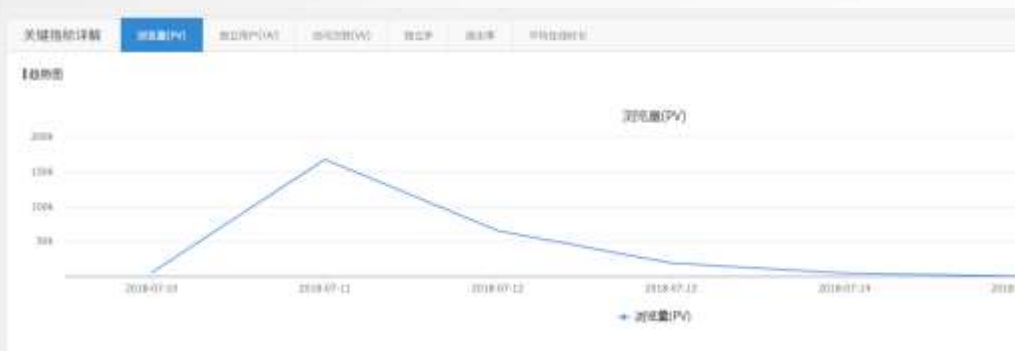
7月9日

7月11日



在7月9日与11日，针对7.11年中会员答谢日进行了两次以促销内容及短视频为主的朋友圈广告投放总曝光达23w

顺丰速运公众号 整体浏览量10万+，点赞，评论，转发



时间	浏览量(PV)	独立用户(UV)	访问次数(VV)	独立IP	跳出率	平均在线时长
2018/7/15	23	11	16	12	81.25%	0:01:50
2018/7/14	4395	1152	1154	1016	3.90%	0:02:01
2018/7/13	18925	5071	5080	4424	5.49%	0:02:00
2018/7/12	65230	20321	20530	15389	23.03%	0:02:00
2018/7/11	167606	56791	57741	36656	34.08%	0:02:02
2018/7/10	5481	2605	2947	1991	97.62%	0:03:16

H5整体浏览量25万次左右，

独立访问数8.3万左右



Top
Mobile
Awards

传播效果数据

“蟹逅美酒”活动外围传播数据统计							
平台	类型	账号	链接	阅读量 (万)	转发	评论	点赞
微博	话题榜	优选有说唱	http://s.weibo.com/weibo/%23%E4%BC%98%E9%80%89%E6%9C%89%E8%AF%B4%E5%94%B1%23	1429	/	/	/
	美食类	深夜放毒少女	https://weibo.com/3975207538/Gp13jh7ff	96.4	966	127	1217
	美食类	我与美食的日常	https://weibo.com/5101863971/Gpa1nvML7	76	410	153	308
	视频类	YOUTUBE精彩视频	https://weibo.com/1748548681/GoRao4Aa7	103.4	808	152	320
	段子类	快递员吴彦祖	https://weibo.com/3816763577/Gp0EWoODD	75.7	752	319	1017
	段子类	不二大叔说	https://weibo.com/3900215081/GppNACRk?type=comment	85	205	125	249
	段子类	读物少年	https://weibo.com/5823997358/GppBqxbo6	79	332	224	511
微信	美食类	俏厨娘	https://mp.weixin.qq.com/s/Dsg905mp_WDzpMuJa03odg	2.4	102	/	266
	美食类	美味食尚	https://mp.weixin.qq.com/s/ntG79ZmZOmQw9juljrUs3w	3.4	342	/	137
	美食类	吃喝玩樂全攻略	https://mp.weixin.qq.com/s/G_A8nX3ajvMOexKfRK3XoA	5.1	1003	/	379
	生活类	生活zone	https://mp.weixin.qq.com/s/yWSEQW1B2piPBpxGOk1bUQ	12.8	600	/	979
	段子类	兔two酱	https://mp.weixin.qq.com/s/Yd-CE57dvqwCCuzV2V48gg	13	574	/	849
H5		官方H5	http://oramage.com/project/sfbest/index.html	25	/	/	/
		H改编短视频	http://t.cn/Rd6LMOb?m=4259607385914529&u=3816763577	211	/	/	/
抖音	情侣CP类	曾宇森	http://v.douyin.com/JHJdoR/	2.3	/	/	15000
	情侣CP类	曼雪Michelle	http://v.douyin.com/JHNdCH/	26	/	/	11000
总计				2200	6094	1100	32232

“蟹逅美酒”活动外围社交媒体整体阅读量约2200万次

媒介执行与效果-主要数据总览

微博总传播量达到
2200万

当日话题榜 **TOP10**



微信总阅读量达到
115万+

大号覆盖粉丝达到 **126万**，
分享点赞达到 **1500+**



H5+短视频+抖音视频
260万

官方短视频H5阅读量 **211万**，
抖音视频 **50万**



传播效果

1. 案例在华南电商、酒水圈产生巨大影响，完成打造**电商领域首个情感型CP打造**的目标
2. 核心信息直接覆盖葡萄酒行业上下游产业链，话题影响辐射全网超**8000W**人群
2. 耳目一新的营销手法，成功引起竞争对手**注意和讨论**

舆论口碑

1. 大幅提升顺丰优选品牌的**曝光率**，旗下葡萄酒等明星品种尤其引人关注
2. 引起媒体圈的**广泛讨论**，获得了合作媒体的高度好评，并免费获得了多次报道
3. 获得了客户的**高度好评**，并顺利获得随后的系列后续服务机会