

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：2018.05.1-06.31

参选类别：移动营销类-互动类

营销背景

1、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，常识里白酒传播受众都偏大偏成熟，但是我们洞察到白酒和 85-90 后这群年轻人群也有传播的机会，在这种情况下，我们针对白酒行业整合了一个新的创意传播项目-《醉美酒乡》，通过 H5，让年轻人群和白酒建立联系。



2、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，如何有限的碎片时间，让这些看惯新鲜玩意儿的 85-90 后年轻人群感兴趣并在短时间内了解到项目亮点，和白酒产生情感共鸣是本次传播的挑战。

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

营销目标

85-90 后作为白酒新的饮用人群，我们采用他们的语言去跟年轻人沟通，将白酒的营销项目《醉美酒乡》传递给这一批年轻人，引发他们的关注和热议。

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

策略与创意

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》。



洞察&策略

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 四人来陪你随

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。

古代名人 醉酒新说

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。

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

执行过程/媒体表现

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？

每个人都有每个人的忧愁，这次，我们一起进入酒馆，和他们聊聊跨越千年的忧愁。

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，却不知道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，却不知道我的柔情和坚守。 | 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。 |



媒介&执行

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？每个人都有每个人的忧愁，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。

1、贵妃醉酒 世人不解我真情



2、李白咏酒 世人不知我才情



3、武松买酒 世人不解我柔情

@武松买酒 世人不晓我柔情，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

4、济公嗜酒 世人不爱我性情

@济公嗜酒 世人不晓我性情，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

5、解锁四大人物，获取独家秘笈



扫码查看 H5 案例



营销效果与市场反馈

通过古人今说的方式，借助四个著名历史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】传递给年轻人群，让 85-90 后这群年轻人群和白酒建立情感共鸣。

创意 H5 阅读量 10 万+。

借问酒乡何处有 他们遥指醉美酒乡

