

刀郎知交线上演唱会：现象级事件驱动品牌私域爆发

- **品牌名称：**贵州习酒·知交酒
- **所属行业：**酒水类
- **执行时间：**2024.08.01-09.30
- **参选类别：**大事件营销类

品牌挑战

知交酒品牌初创，市场认知度低

作为习酒**全新电商品线**，亟需提升品牌知名度

需要传递**"有知交共热爱"**的品牌理念

打造独特的**品牌文化名片**

行业环境压力

白酒行业整体**库存压力大**

需要创新营销方式实现**销售突破**

寻求品牌声量与销售的平衡点

市场洞察

目标人群画像

- ✓ 以70/80/90后男性为主
- ✓ 具有较强的消费能力
- ✓ 对音乐文化有深度共鸣



营销突破口

- ✓ 音乐营销切入点契合品牌调性
- ✓ 明星效应带动品牌认知
- ✓ 私域流量经营提升转化效果

传播目标



品牌建设

建立知交酒与“共热爱、求匠心”的品牌形象
打造深度情感连接
提升品牌知名度和美誉度



营销转化

扩大品牌私域流量池
推动消费者认知到转化的闭环
实现品牌声量与销量双赢

核心策略：以音乐为媒，打造现象级品牌营销



明星选择策略

选择刀郎作为核心合作伙伴
 匹配“七年磨一剑”的匠心精神
 契合贵州习酒品牌内涵

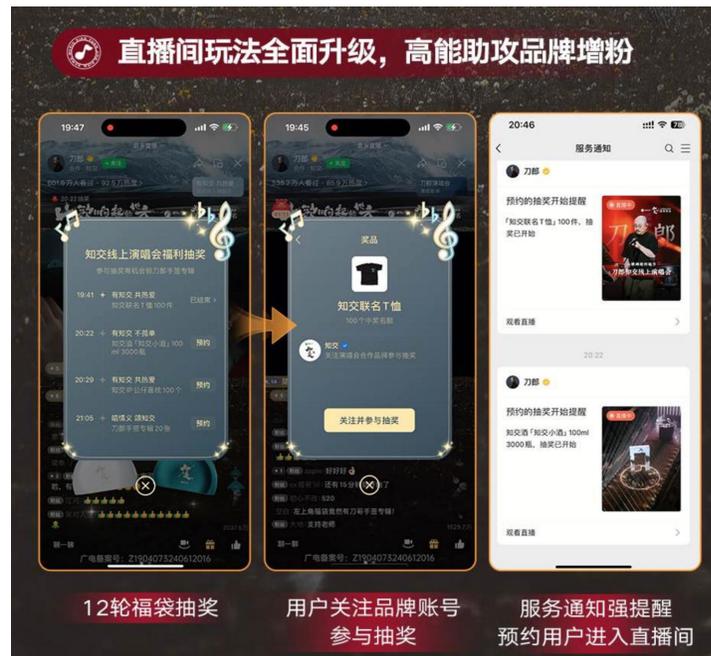


平台选择策略

聚焦**微信生态系统**
 打通视频号、公众号、小程序等**全链路**
 创新性设计**私域转化路径**



知交酒选择刀郎这一深具文化符号意义的艺人作为核心合作伙伴，其“七年磨一剑”的匠心精神与贵州习酒的品牌内涵完美契合。而刀郎粉丝群体中，70、80、90后的男性白酒消费主力军成为品牌精准触达的高潜人群。通过延续2024合作的“雪山知交音乐会”IP，冠名合作“刀郎知交演唱会”，品牌成功将音乐这一热爱符号与白酒消费场景紧密融合，让消费者在情感共鸣中加深对品牌的认知



此次营销以微信生态为核心，充分利用平台特性进行链路创新。

一方面，通过12轮抽奖、歌单banner、转场联动等玩法，引导用户沉淀至品牌视频号；另一方面，通过门票分享页和话题活动页，将流量进一步转化至品牌小程序，完成从关注到消费的闭环。

在微信生态内，品牌实现了从内容传播到私域爆发的全链路营销创新。

执行节奏

45天超长周期持续热爱，知交大事件霸榜多平台热搜

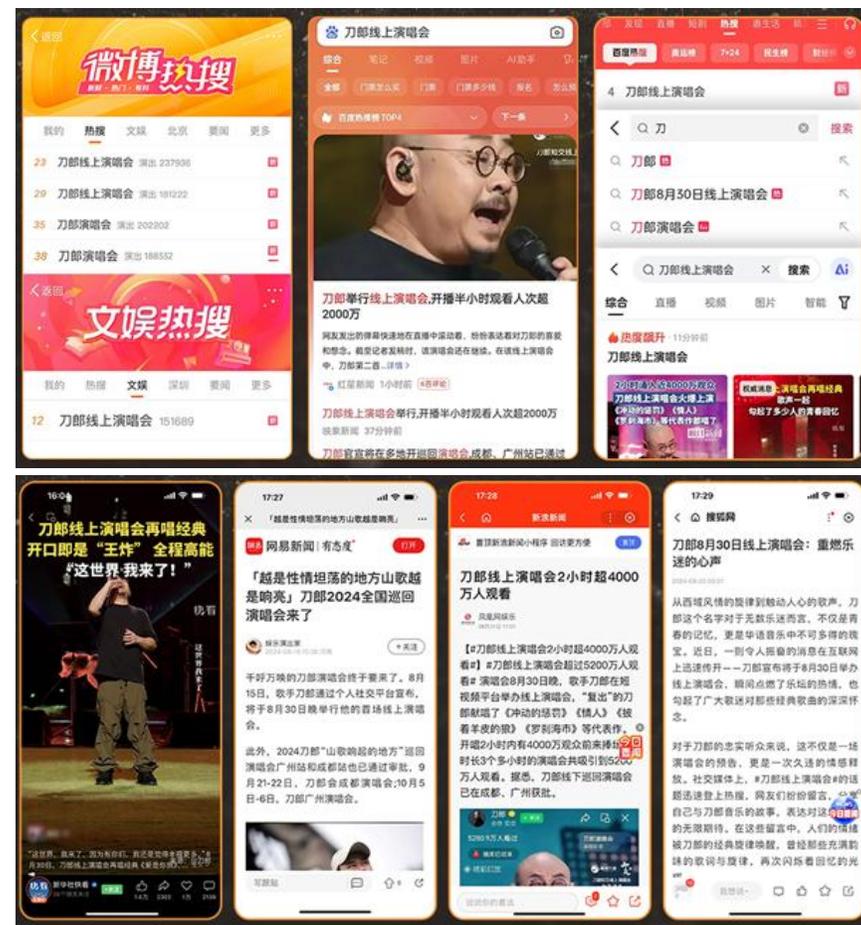
8.15 刀郎官宣 8.16 品牌官宣

8.30 演唱会上线

9.2 K歌大赛上线

9.23 收官 9.24 PR解读

9.30 热度持续中



前宣期

艺人预热：品牌以刀郎个人视频号作为传播枢纽，依托其每条短视频百万级的曝光潜力，引发全民关注



*定制视频3条带产品露出展示

*艺人2条ID视频关联品牌内核

前宣期

品牌预热：高热传播，提前两周预热逐步引爆演唱会热度

8月16日
官宣！8月30日刀郎知交线上演唱会见
阅读 9219 赞 142 4个朋友分享

8月24日
请查收这份演出指南，解锁沉浸式观演体验
阅读 3326 赞 80 1个朋友在看

8月27日
倒计时3天 热爱
阅读 981 赞 15 1个朋友分享

8月28日
唱响热爱！知交线上演唱会·K歌赛火热开启
阅读 2876 赞 44 2个朋友在看

品牌发布矩阵

视频号 公众号 抖音 小红书 百家号 今日头条 快手 微博 B站 社群

知交品牌矩阵内容持续输出

8月
还有12轮直播

共饮知交

合集：知交有梦同行 第11集

哪首歌会唤起你的青春记忆？与知交约一场音乐会，召唤青春时刻！#知交酒 #知交有梦同行 #刀郎知交线...

8月20日

阅读 10万+

10万+ 3.5万 10万+

品牌自媒体创多条10w+爆款内容

即刻预约
静候一场惊喜的视听盛宴

刀郎
08月30日 19:30 直播
刀郎知交线上演唱会

视频号

694

刀郎
08月30日 19:30 直播
刀郎知交线上演唱会

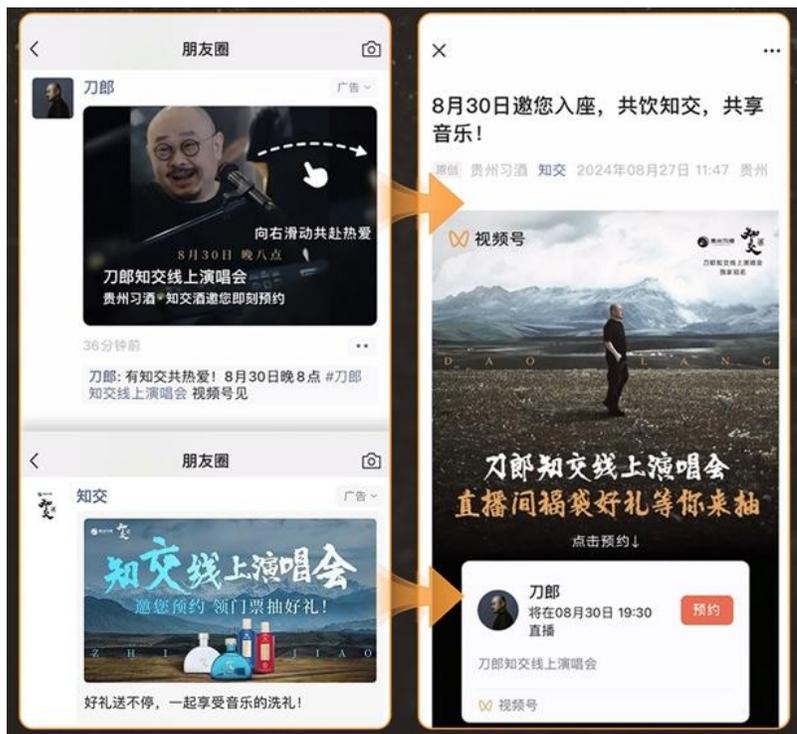
8月30日晚8点
重逢刀郎 共饮知交

由贵州习酒·知交酒
独家冠名的
「山歌响起的地方」
刀郎知交线上演唱会
邀您即刻预约
共赴一场难得的视听盛宴

微信时刻助推+预约组件授权

前宣期

私域沉淀：微信生态的闭环式链路设计，涵盖了视频号、公众号、小程序等多维度传播触点，生态资源协同高效转化粉丝关注



艺人授权ID投放朋友圈合约→品牌公众号图文

朋友圈竞价突出福袋利益点→品牌公众号关注



预约门票裂变→君品荟小程序抽奖



微信话题活动→习酒会员俱乐部



直播期

高光回顾：知交酒系列产品全程陪伴再续热爱



知交酒系列产品全露出



大小礼物送出热度1800万+

大礼物升级知交双瓶产品



喝彩热度7.2亿+ 刷新记录

喝彩图标升级知交IP



直播期

福利拉满：十二次直播间福袋惊喜奖品大放送



12次福袋抽奖绑定关注
刀郎手签专辑增值福利加码



点击艺人头像&昵称区域
→关注品牌视频号

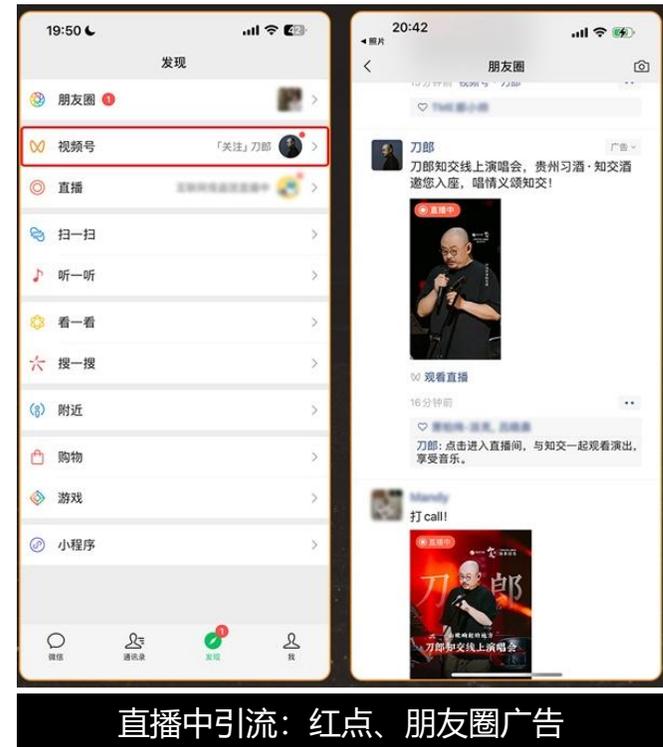
品牌直播间核心banner
→关注品牌双账号

直播期

全域引流：3.5h刷新6项过往视频号演唱会纪录

380万+直播前预约人数，刷新记录 (*竖屏春晚195万直播预约)

5400万+在线观看人数，刷新记录 (*后街男孩4800万在线观看人数)



后宣期

内容延展：15条精彩cut授权，持续制造话题；全民K歌大赛联动，扩大用户参与；持续制造话题热度，延长活动影响力



*8条预热/定制视频授权 (共溢出3条)



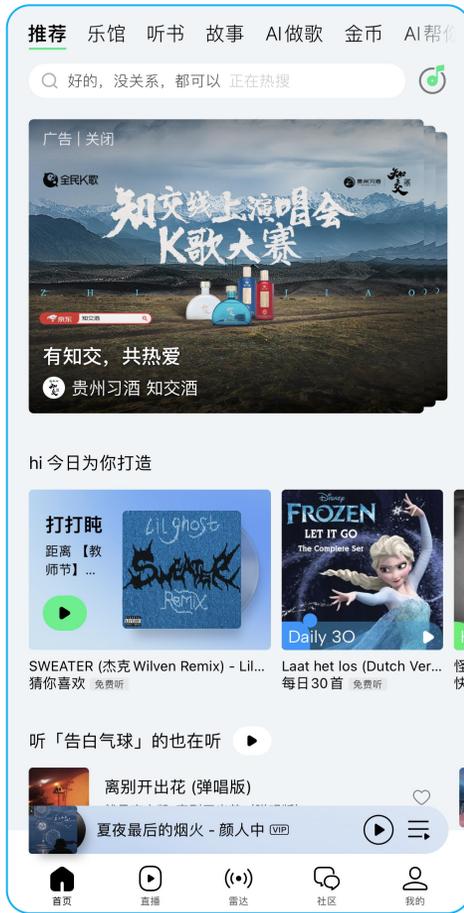
*15条直播精彩cut授权 (溢出15条)



*不断收获用户正向好评

后宣期

活动转化：知交酒全民K歌大赛再掀新一轮音乐热潮，活动福利宠粉，腾讯音乐核心资源版位后宣期持续为京东电商导流



活动总曝光5572万

参与人数18727人

百张巡演门票+丰富产品福利宠粉不停、腾讯音乐核心资源版位后宣期持续为京东电商导流

后宣期

PR传播：央媒报道加持品牌 “有知交 共热爱” 理念，增强品牌公信力

新闻类媒体*45家：结合收官战报，解读品牌与IP合作大事件，进一步传递品牌理念

新华网、中国日报网、中国经营网、中华网、中国网、新浪、网易新闻、凤凰网、界面新闻...



刀郎十年回归首唱，携手5400万“知交”共赴热爱

2024-09-29 20:12:49 来源：新华网

停更半年后，8月15日，刀郎在视频号官宣首场线上演唱会，其后更是持续分享线上演唱会活动预告及幕后短视频。8月30日晚线上演唱会活动正式开始，3个半小时超5400万人在线观看。

演唱会营销那么多，贵州习酒·知交酒独家冠名的“山歌响起的地方·刀郎知交线上演唱会”为什么能出圈？视频号在演唱会直播上已有多个成功营销案例，如崔健、罗大佑、李健等，证明视频号演唱会的走红，并非偶然事件。除了刀郎本身的影响力，视频号平台背后的微信

20:39
全网刷屏！携手刀郎十年回归首唱，贵州习酒·知交酒与5400万人共赴热爱

2024-09-25 10:17 来源：互联网

在“白酒+演唱会”井喷式增长的大环境下，贵州习酒·知交酒凭借「山歌响起的地方」刀郎知交线上演唱会名声大躁，不仅实现了品牌刷屏式输出，更引发了现象级关注热潮，为白酒行业的演唱会营销打造了又一个示范样本。

多项数据刷新视频号演唱会纪录！

在线观看人数 5400万+

仅28分钟场破千万

20:39
全网刷屏！携手刀郎十年回归首唱，贵州习酒·知交酒与5400万人共赴热爱

2024年09月25日 10:12

在“白酒+演唱会”井喷式增长的大环境下，贵州习酒·知交酒凭借「山歌响起的地方」刀郎知交线上演唱会名声大躁，不仅实现了品牌刷屏式输出，更引发了现象级关注热潮，为白酒行业的演唱会营销打造了又一个示范样本。

多项数据刷新视频号演唱会纪录！

在线观看人数 5400万+

仅28分钟场破千万

20:39
全网刷屏！携手刀郎十年回归首唱，贵州习酒·知交酒与5400万人共赴热爱

2024年09月25日 10:12

在“白酒+演唱会”井喷式增长的大环境下，贵州习酒·知交酒凭借「山歌响起的地方」刀郎知交线上演唱会名声大躁，不仅实现了品牌刷屏式输出，更引发了现象级关注热潮，为白酒行业的演唱会营销打造了又一个示范样本。

3个半小时超5400万人在线观看、微信生态曝光超18亿、直播间喝彩热度更是突破7.2亿...多项数据刷新了视频号线上演唱会记录！足以说明刀郎知交线上演唱会的火爆。演唱会营销那么多，贵州习酒·知交酒为什么能出圈？

知交酒再度携手视频号，开启一场双向奔赴的热爱之旅

20:39
全网刷屏！携手刀郎十年回归首唱，贵州习酒·知交酒与5400万人共赴热爱之旅

2024-09-25 14:28

在“白酒+演唱会”井喷式增长的大环境下，贵州习酒·知交酒凭借「山歌响起的地方」刀郎知交线上演唱会名声大躁，不仅实现了品牌刷屏式输出，更引发了现象级关注热潮，为白酒行业的演唱会营销打造了又一个示范样本。

5400万人在线观看、微信生态曝光超18亿、直播间喝彩热度更是突破7.2亿...多项数据刷新了视频号线上演唱会记录！足以说明刀郎知交线上演唱会的火爆。演唱会营销那么多，贵州习酒·知交酒为什么能出圈？

知交酒再度携手视频号，开启一场双向奔赴的热爱之旅

20:39
全网刷屏！携手刀郎十年回归首唱，贵州习酒·知交酒与5400万人共赴热爱之旅

2024-09-25 07:24

在“白酒+演唱会”井喷式增长的大环境下，贵州习酒·知交酒凭借「山歌响起的地方」刀郎知交线上演唱会名声大躁，不仅实现了品牌刷屏式输出，更引发了现象级关注热潮，为白酒行业的演唱会营销打造了又一个示范样本。

5400万人在线观看、微信生态曝光超18亿、直播间喝彩热度更是突破7.2亿...多项数据刷新了视频号线上演唱会记录！足以说明刀郎知交线上演唱会的火爆。演唱会营销那么多，贵州习酒·知交酒为什么能出圈？

知交酒再度携手视频号，开启一场双向奔赴的热爱之旅

20:39
全网刷屏！携手刀郎十年回归首唱，贵州习酒·知交酒与5400万人共赴热爱之旅

2024-09-25 07:24

在“白酒+演唱会”井喷式增长的大环境下，贵州习酒·知交酒凭借「山歌响起的地方」刀郎知交线上演唱会名声大躁，不仅实现了品牌刷屏式输出，更引发了现象级关注热潮，为白酒行业的演唱会营销打造了又一个示范样本。

5400万人在线观看、微信生态曝光超18亿、直播间喝彩热度更是突破7.2亿...多项数据刷新了视频号线上演唱会记录！足以说明刀郎知交线上演唱会的火爆。演唱会营销那么多，贵州习酒·知交酒为什么能出圈？

知交酒再度携手视频号，开启一场双向奔赴的热爱之旅

执行亮点



视频号演唱会中的链路创新：

“抽奖-观看-参与-购买”环节无缝衔接，
提升了用户的参与感，实现了从品牌种草到销售转化闭环。

当日演唱会期间，品牌官方直播间同步直播即实现销售额80万+，成功探索出一条高效的私域起号模式。

刀郎知交演唱会：现象级传播与销售双丰收



现象级传播声量：

微信生态内曝光量18亿+，
在线观看人数超5400万，
直播间热度7.2亿，
刷新视频号演唱会记录！

私域流量增长：

视频号粉丝增长140万，
小程序访问量提升80万+，
活动当日销售额突破80万并首播即爆仓。

模式突破：

知交酒成功打响了品牌知名度，
探索出了一种全新的品牌电商运营模式。