

老村长酒x脱口秀：深耕喜剧赛道，酿造快乐营销

- **品牌名称：**老村长酒
- **所属行业：**酒水类
- **执行时间：**2024.08.10-10.31
- **参选类别：**视频节目合作类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://v.qq.com/x/page/m3224cc3qrf.html>

行业背景与品牌挑战



白酒行业年轻化转型的迫切需求

传统白酒市场竞争白热化，年轻消费群体占比逐年上升，他们者对品牌认知与情感联结需求升级；

传统白酒品牌需要突破传统“商务”刻板印象，**以创新营销方式吸引年轻消费者；**

老村长作为“国民白酒”品牌，需要在**保持品质形象的同时，提升品牌年轻化认知。**

市场机遇把握



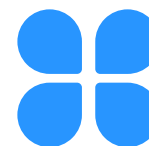
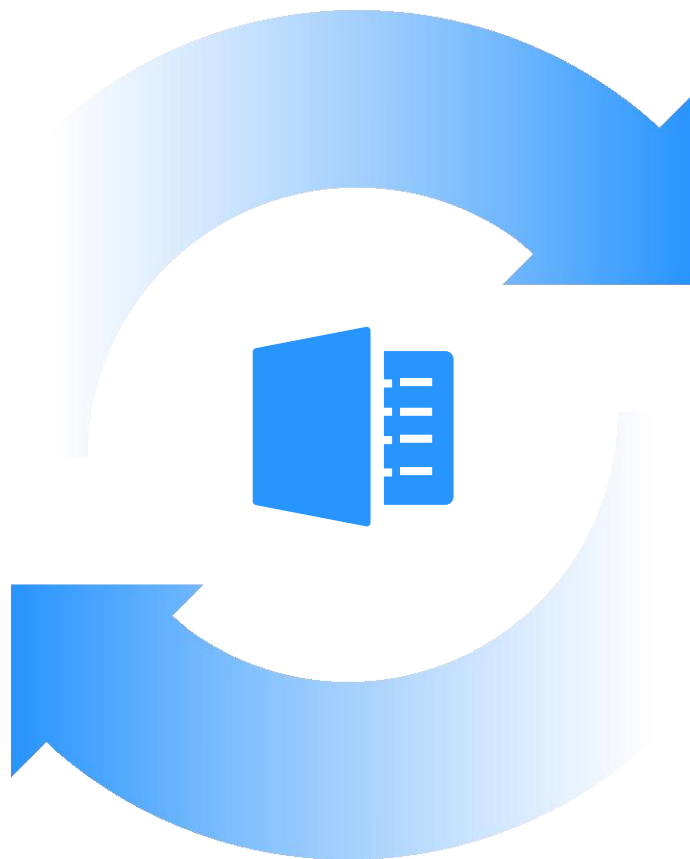
脱口秀综艺带来的营销新机遇

脱口秀节目持续走红，《脱口秀和Ta的朋友们》作为2024开年重磅喜剧综艺，聚集新老顶流脱口秀演员，目标人群与品牌高度重合，为品牌提供了理想的营销平台。



树立年轻化品牌形象

通过节目合作提升品牌认知度和好感度，强化"快乐酿造家"的品牌定位，实现品牌年轻化转型



带动销售转化

提升目标人群购买意愿，拉动终端消费场景渗透，带动线上线下销售，扩大品牌影响力。

深度融入综艺喜剧场景，通过站内外立体传播矩阵，线上
线下联动，提升品牌影响力，带动声量销量齐飞

• 头部选手，丝滑植入

头部选手段子&情景演绎，强化品牌好感度&联想度

强好感

全网宣推，品牌出圈 •

节目内高频触达深化认知
节目外娱乐/垂媒/营销号全方位解读

广认知

• 线下专场，销售助力

线下打造兰心大剧院品牌专场
票务权益回馈头部经销商

助销售

趣味探厂，品质见证 •

头部选手何广智x重生短剧
创新讲述老村长酿造故事

见品质

线上

线下



节目内多层次渗透

① 丝滑植入：头部高话题度选手段子融合品牌卖点，收获观众一致好评

高人气选手爆梗融合，弹幕疯狂点赞“脱口秀最丝滑的植入”



荣获“最丝滑植入”

用户嘴替表示“满意”

脱口秀里见过最丝滑的植入 2+1 445

零帧起手，丝滑无比 2+1 1019

顶级丝滑植入 2+1 52

!!! 最好的植入 2+1 288

这个植入有点巧妙 2+1 783

老村长表示这个植入很满意 2+1 47

这才是无缝衔接的植入啊!!! 2+1 112

头一个能把广告说的这么好玩的 2+1 432

李白代言白酒确实有说服力[笑哭N] 2+1 337

#哈哈曹

李白力荐国民白酒老村长

#贾耗

不上头，但上妆

#Harry

喝酒还得Uncle Lao

#何广智

齐鲁大地的山东脊梁

#徐志胜

好喝不上头灵感马上有



节目内多层次渗透

② 情景彩蛋：结合选手个人标签，定制多场景饮酒内容，深化「聚会老友」、「快乐伙伴」的品牌认知

Uncle lao陪你共度快乐时光

呼兰&Harry



升学宴就喝来自北纬45度老村长

小鱼&继业



来自北纬45度的喜剧老朋友

漫才兄弟



送好酒必须是国民白酒老村长

孟川&贾耗



谁在上头？老村长都不上头~

志胜&毛豆



婚宴添喜庆，美酒获好评

继业



抛弃鸡米花，就要真正纯粮酒

哈哈曹



真正纯粮不含糊，快乐相伴

荒岛人气王



好酒好兄弟、有情又有义

对儿六



结合当期选手金句热梗

#漫才兄弟 夺冠

#哈哈曹 鸡米花

#Harry Uncle Lao

#小鱼 学霸本科一批

#继业 爱情梗

#毛豆 直播人气王

.....

融合自饮、聚会、送礼、宴请

多个饮酒场景

深度演绎老村长酒品牌故事

深化老村长酒是

纯粮酿造、聚会老友、快乐伙伴的品牌认知

节目内多层次渗透

③ 高频曝光：品牌权益贯穿节目全程，以选手段子、创意中插等多种形式持高频触达，夯实「纯粮酿造」品牌烙印

品牌权益贯穿
节目全程

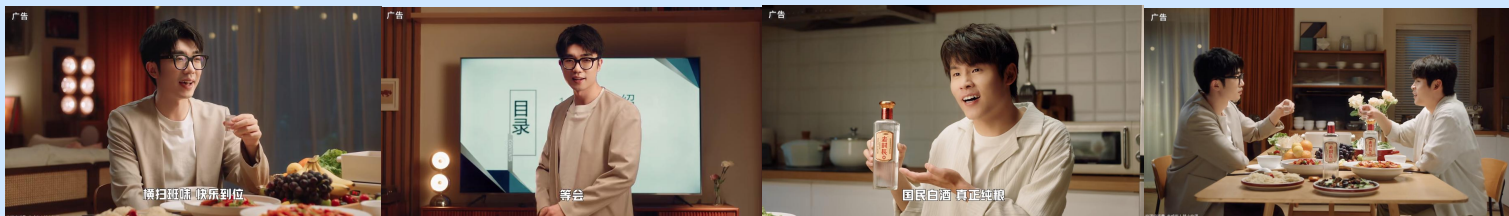
持续强化认知



创意中插

结合KID出圈作品“PPT脱口秀”再创作

双人气选手共同呈现「好友共享、横扫班味」的老村长酒
与打工情绪共鸣，提升品牌好感和聚会餐饮场景联想度



节目外全域扩散

① To B端宣推 - 行业垂类+商业大号联合发布，提升老村长酒行业影响力

权威媒体宣传背书，拉动经销商认可度升级，引领优质品牌口碑

酒类垂直媒体专业解读

提升行业影响力

微酒联盟

糖酒快讯

商业大号创意传播

引领品牌舆论场

大橘观商业

快乐营销超级案例来了：国民白酒
老村长×《脱口秀和Ta的朋友们》
持续“破圈”

原创 学卖酒，看微酒 微酒

2024年10月24日 19:55 北京 18人听过

学卖酒·看微酒

众多大咖已订阅，点击上方蓝字关注



文 | 张强



深耕脱口秀赛道，老村长酒激活
快乐基因，国民品牌华丽升级...

糖酒快讯

25天前

白酒搭喜剧，品牌新故事

原创 新声Pro 新声Pro 2024年10月20日 22:01

江苏 1人听过

新声pro



内容营销的时代到来，对品牌来说，与泛娱乐IP的
结合是一种高效率的做法。

作者 | 赛娜（北京）

《脱口秀和ta的朋友们》收官，总冠军是漫
才兄弟。

又一种喜剧形式正式「上桌」。从《脱口秀
大会》追到现在的朋友们应该很感慨，早在
2019年第二季，李诞、王建国、昌叔、江梓

新声Pro

41 84 25 1



节目外全域扩散

② To C端宣推 - 老村长酒植入爆梗结合，制造社交热点发散，助力广告出圈

营造网友玩梗的氛围，强化消费者对“Uncle Lao”和“快乐酿造家”等品牌专属记忆词的认知

娱乐营销号热梗推广

扩大品牌影响力

酒类kol社群私域传播

精准触达目标TA



本次传播共投放视频号7频次，公众号2频次，累计播放量：352.83w，互动量为6.6w。投放酒类kol朋友圈6频次，酒类社群9频次，累计覆盖目标客群7w+人次。

线上线下场景联动

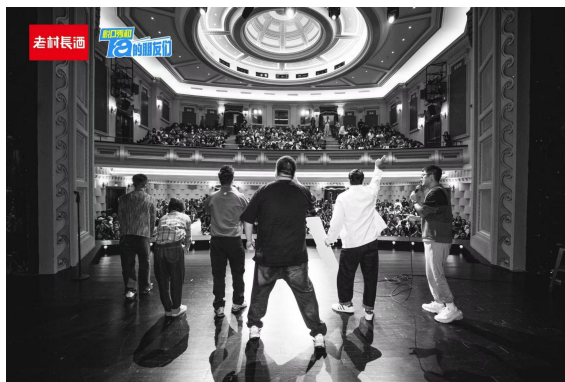
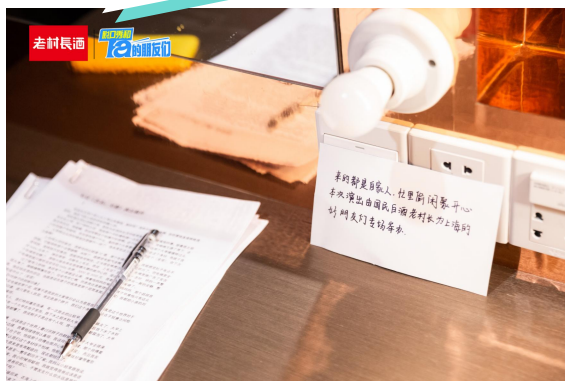
① 兰心大剧院：线下打造兰心大剧院品牌专场，票务权益回馈经销商

毛豆、贾耗、继业、伟大爷、大国手

全流量选手阵容炸场输出

剧场内外电子大屏、海报、KT展架

包裹式品牌权益输出



线上线下场景联动

② 广智探厂创意短剧：头部选手何广智+当下最火的重生短剧，创新展现老村长酒业品质酿造故事

定制创意短剧《重生之老村长酒业当厂长》



串联老村长发展历史、先进管理、严格品控等

率先开启工业4.0，全智能自动化，30年来合格率100%，品质过硬等品牌内容趣味传达

核心数据表现

《脱口秀和Ta的朋友们》IP、话题、选手全面出圈，携手老村长酒共谱快乐时光

登顶多榜单TOP1

节目爆火

有效播放量超**24亿**



爆款俱乐部

脱口秀的微博朋友们 全程追踪
共创**2024**喜综互动数据**TOP1**

51组演员在线分享日常 阅读量 **2.1** 亿
#朋友们的脱口秀#



王建国啊...已编辑
淘汰啦。以往每一轮都有小作文，确实半决赛没准备：力气都用到淘汰感言上了！说实在的，今年吃了太多新人红利，没想到会走到半决赛。真的要感谢好多人...谢谢节目组，谢谢所有的工作

强势溢出，超预估VV20%+

全网包揽4848热搜

话题出圈

微博热搜
2128个

短视频热搜
501个

短视频粉丝
破200万

10条+爆款短视频
千万级爆款



#人生 **4152W**单条播放
64岁正是闯的年纪

291W单条互动

#职场

贾耗#最好的称呼是按工资来
KID#讲脱口秀都要用PPT了
徐志胜#C牛马O

#爱情

王建国
#智者不入爱河

#生活

小鱼#不是本科一批
哈哈曹#有回甘
何广智#房子在软装

#态度

呼兰#脱口秀承重墙
毛豆#我是ENFP快乐野猪

有热度更有深度，好文本更强共鸣

微信微博双指数登顶

选手走红



2024脱口秀演员
个人**微信指数**登顶



2024脱口秀演员
个人**微博指数**登顶

演员个人
微信指数破亿

4人



演员个人
微信指数5千万

5人



新老选手巅峰对决，登顶双微榜首

调研口碑反馈

节目火爆收官，联合权威机构调研，品牌传播多维效果 up

老村长酒节目合作喜爱度

92%

目标人群表示喜爱
老村长本次合作

品牌认知度

82.8%

节目观众
对老村长酒品牌认知

品牌购买意愿

84.9%

节目观众
对老村长酒品牌预购

品牌整体感知

83.7%

国民白酒领军企业
聚会与开心时刻的选择

老村长酒喜爱度提升

18%

节目观众VS非节目观众
购买意愿提升

品牌认知度 - 提升

24.5%

节目观众VS非节目观众
认知度提升

品牌购买意愿 - 提升

9.8%

节目观众VS非节目观众
预购度提升

78.3%

北纬45度纯粮酿造
酒体绵柔不上头