

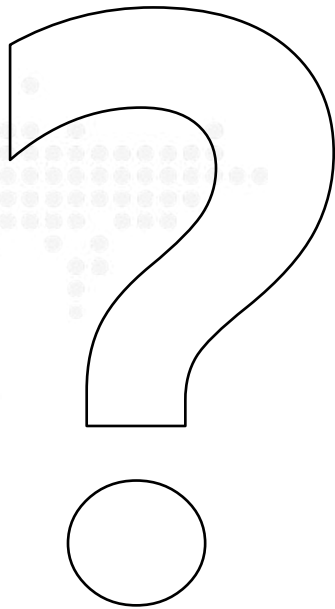
贵州茅台——【酱香暖归途】蛇年春运暖心陪伴计划

- **品牌名称：**贵州茅台
- **所属行业：**酒水
- **执行时间：**2025.01.22-01.28
- **参选类别：**场景营销类

贵州茅台重磅发布《茅台玖章》，品牌体系全面升级

如何通过**差异化**传播，让**全新品牌文化**植入消费者心智

贵州茅台发布全新版企业文化体系《茅台玖章》，并以核心价值观“顺天敬人 明理厚德”为指引，让茅台企业文化理念不再空泛，显露出“文化茅台”战略的新内涵，也表示着茅台文化建设迈入全新阶段。



顺天

敬人

明理

厚德

2025蛇年春运，全国重点路段频现雨雪天气

漫长的路途、寒冷的天气，严重影响人们春运回家体验

春运路上的电动车主：有人找桩充电被困，有人堵车时难抵续航焦虑

2024-02-08 17:23:06 来源：时代财经 作者：贺晴

每年春运，油电之争总会掀起高潮。

封面有数 | 2024春运高速拥堵或为近三年最高 长三角车主节后返程最艰难

封面新闻 2024-01-31 17:26

热闻 | 春运遇上暴雪，大量汽车滞留高速，风雪中的这些瞬间，真暖！

齐鲁壹点 2024-02-05 16:56

女子担心春运路上堵车 用电饭煲带了锅焖饭上高速

2024年02月05日 14:16 来源：潇湘晨报

被暴雪冻雨困住的返乡人：有人堵车48小时

鲁中晨报 2024-02-06 16:57 山东

自驾出行占80%，春运为何越来越堵了

上观数据 | + 关注



风雨交加，天寒地冻 也无法低挡过年的浓情暖意

即将踏上回家路途

对回家充满美好憧憬，情绪逐渐升温

回家前

历经千里征途终于平安到家，与家人团圆

压抑了一年的情绪，在此刻达到沸点

抵达后

高速堵车、冰雪天气、里程焦虑

行驶路途中产生迫切与期待融合的复杂情绪

路途中

喜马拉雅链接9000万车主，让温暖弥漫回家路途

9000万

喜马拉雅激活车载用户数

2500万

喜马拉雅移动端车主月活用户

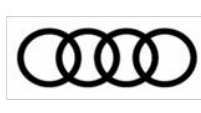
2000万

喜马拉雅车机端月活用户

TOP1

音频媒介活跃车主规模排名

截止2022年，喜马拉雅车载音频合作的主机厂70+，方案商20+，后装厂商10+

95%2023年喜马拉雅
汽车品牌覆盖率**65分钟**2023年喜马拉雅
车载日均收听时长

从春运场景真实需求出发，携手茅台温暖每个人的回家路途

深度融合茅台全新品牌文化，打造春运场景化整合营销

【目标一：品牌文化传递】

**渗透春运自驾回家场景
传递茅台品牌文化内核**

【目标二：品牌声量提升】

**打造跨平台声量传播
提升春节期间品牌曝光**

【目标三：目标人群触达】

**聚焦品牌目标消费者
深度沟通高净值有车人群**

蛇年春运#暖心陪伴计划# 疗愈回家情绪每一刻，让暖意洒满回家路

出发前

在路上

抵达后

聚焦喜马拉雅9000万车主用户，让回家路上的每一刻都有茅台相伴



[香飘中国年 长乐喜绵延]

贵州茅台 X 喜马拉雅 | 蛇年春运#暖心陪伴计划#

-出发前-

向 暖 而 行

[暖心陪伴官]

全站大咖达人发声，踏上暖暖回家路

打造一场贯穿用户回家全场景的温暖情绪陪伴



-在路上-

暖 在 路 途

[暖心电台]

线上线下联动，温暖回家每一公里

[暖心新年礼]

茅台定制新年礼，阖家团圆共取暖

暖 在 心 中

-抵达后-



[春运特别活动]

联合发起「香飘中国年 长乐喜绵延」新春活动，上线活动专题页

聚焦用户春运回家路途的三大阶段，[内容+互动+福利]多元化组合，贯穿用户春运回家全程



[出发前-向暖而行]

邀请嘉宾结合茅台“顺天敬人明理厚德”品牌文化定制内容，为用户带来温暖陪伴

顺天

<在蜕变中成长，蛇年教我们如何顺应天命>

敬人

<在蜕变中传承，缅怀先贤光辉，重温智慧之道>

明理

<人生蜕变，就是从混沌到清晰，从未知到明辨的心灵旅程>

厚德

<以厚德之光，照亮蜕变之路>

在蜕变中成长，
蛇年教我们如何顺应天命

李蕾

作家，前央视主持人

在蜕变中传承，
缅怀先贤光辉，重温智慧之道

李浩然

中央民族大学副教授、哲学系主任

人生蜕变，就是从混沌到清晰
从未知到明辨的心灵旅程

王小伟

中国人民大学哲学学院副教授

以厚德之光，
照亮蜕变之路

崔岩

作家、导演、文化推广者

[出发前-向暖而行]

联动心理学大咖打造[回家暖心直播间]，在新年伊始解答用户的心灵困惑



[出发前-向暖而行]

号召全站达人和网友分享回家心声，烘托更走心同频的热烈过年情绪

<为什么人们在重要场合用酒，更愿意选择茅台？>

<一瓶酱香传奇，感悟半部中国改革开放史>

<反向回家，家人在哪里哪里就是团圆>

<追梦不怕远，路的尽头总是家>

<那一年，我独自**在海外**过春节>

<年年立年年倒的**新年flag**>

<每次过年回家，总会对未来感到**迷茫**>

<最期待的就是赶紧回家喝口**老酒**>

<离开这座城，这一年就算**画上句号**了>

#你的新春回家心声#



[出发前-向暖而行]

嘉宾定制节目霸榜【人文国学】频道，春运话题互动位列同期话题热度TOP1

【人文国学】新品TOP 1



【人文国学】免费TOP 12



【人文国学】文化艺术TOP 10



热议话题榜TOP 1



[在路上-暖在路途]

打造[暖心电台]，精选头部IP组建6大主题自驾听单，在春运期间请返乡人群免费听

高分相声

暖心听单
回家长路漫漫，茅台精选听单温暖每一公里

高分相声 热门小说 人文国学
历史文化 醇香乐语 情感陪伴

江湖奇闻，百听不厌

- ※ 《官衣贺喜》郭德纲 于谦
- ※ 《寄宅宅》郭德纲 于谦
- ※ 《欢声笑语》孟鹤堂 周九良
- ※ 《打灯谜》尚筱菊 李九思
- ※ 《八大吉祥》高鹤彩 张鹤帆
- ※ 《口吐莲花》张鹤伦 郎鹤炎

播放量：489,822

热门小说

暖心听单
回家长路漫漫，茅台精选听单温暖每一公里

高分相声 热门小说 人文国学
历史文化 醇香乐语 情感陪伴

体验不同，拓展边界

- ※ 《琅琊榜》第一回 长林王
- ※ 《摸金校尉》第001集 青羊妖梯
- ※ 马瑞芳品读《红楼梦》：曹雪芹谜团
- ※ 《大秦》001三年之后
- ※ 《最强龙魂》第0001集 龙吻退役
- ※ 《嫡女重生》片花

播放量：336,967

人文国学

暖心听单
回家长路漫漫，茅台精选听单温暖每一公里

高分相声 热门小说 人文国学
历史文化 醇香乐语 情感陪伴

读懂压著，关照自我

- ※ 读懂宋词，心怀山海，笑着悲欢离合
- ※ 中国文脉：人的形态对地理环境的影响
- ※ 《周易》相关历史是占卜的基础
- ※ 北大赵冬梅讲中国史：文化篇
- ※ 粗缯大布裹生涯，腹有诗书气自华
- ※ 中国文化的三个维度

播放量：32,921

历史文化

暖心听单
回家长路漫漫，茅台精选听单温暖每一公里

高分相声 热门小说 人文国学
历史文化 醇香乐语 情感陪伴

以史为鉴，明理增信

- ※ 什么真正塑造了中国并影响至今？
- ※ 历史长河中埋藏的生命线
- ※ 中国文化究竟在讲什么？
- ※ 古代中国的宇宙论概念与西方的误解
- ※ 日常生活篇：宋朝可以不“催婚”
- ※ 《周易》是“算命”的书吗？

播放量：34,451

醇香乐语

暖心听单
回家长路漫漫，茅台精选听单温暖每一公里

高分相声 热门小说 人文国学
历史文化 醇香乐语 情感陪伴

蓄音漫溢，参音舒怀

- ※ 让乐器一起聊天，再谈四重奏
- ※ 嘉天音乐：一个自我解脱的理由
- ※ 从贵州到九江，1500公里自驾村超之旅
- ※ 茅台的酿造秘密，何以成为白酒界顶流
- ※ 用欣赏音乐的方式，听完一部西方艺术史
- ※ 洞察音乐中的灵魂，感受旋律的魅力

播放量：20,663

情感生活

暖心听单
回家长路漫漫，茅台精选听单温暖每一公里

高分相声 热门小说 人文国学
历史文化 醇香乐语 情感陪伴

感悟人生，温暖治愈

- ※ 地球知识：春节文化发源地
- ※ 吃货必知：全国最靓的年菜来报到
- ※ 听见旅行：雪后的江南能有多惊艳
- ※ 陪你走过春夏秋冬，温暖你的每一个梦
- ※ 不抱怨：既来之，则安之
- ※ 保持幸福的11个好习惯

播放量：15,284





[在路上-暖在路途]

结合茅台品牌文化录制自驾安全提醒，穿插在听单内容中，持续传递品牌关怀



每间隔5期节目插入1次【新春祝福+安全提醒】

62万+
新春祝福播放次数

[在路上-暖在路途]

线下走进高速服务区，为自驾车主送上冬日里的温暖关怀，彰显茅台品牌温度



1月23日，分别于贵州省乌江服务区、贵州省天星桥服务区举办线下快闪活动。邀请用户拍照打卡分享微信朋友圈、微博、小红书、抖音、快手等社媒平台，即可免费领取新春对联、新春福字、方便面、火腿肠、咖啡等暖心物资。

暖心福利



拍照打卡分享社媒领暖心福利



打卡合影区



40,000+
2场活动累计曝光

2,600+
活动互动人数

[在路上-暖在路途]

拍摄线下活动视频，纪录一家人回家全程，音视频融合分享回家的温暖

出发前，购置年货



回家路上收听茅台蛇年定制节目



以用户第一视角，纪录用户回家全程
拆家回家细分场景，自然植入活动内容



回家途中，服务区参与茅台福利活动



安全抵达，参与茅台线上活动抽奖

线上视频链接：

<https://weibo.com/u/1892070062?abtype=newVideo&layerid=5137524668238313>

[抵达后-暖在心中]

完成任务即可领取蛇年定制新春红包和茅台文创周边，为用户送上新春福利



465,472

活动参与抽奖次数

将抽奖活动与收听任务、分享任务绑定，为用户带来丰富的新年福利和互动体验之外，同时提升活动互动量、听单播放量、强化社交裂变传播。

[抵达后-暖在心中]

发放2025个“回家后的第一个红包”定制6.6元金额象征蛇年六六大顺的美好寓意

[全域资源宣发]

喜马拉雅核心硬广资源整合，精准触达平台有车用户











核心硬广

官方微博

官方微信



[全域资源宣发]

联动贵州当地户外资源，打造立体化传播声量

贵阳北京西路户外LED（观山湖区往市区方向）



贵阳人民大道户外LED（人民大道至省委方向）

传播数据汇总

【目标一：品牌文化传递】

渗透春运自驾回家场景
传递茅台品牌文化内核

680万+

嘉宾定制内容和限免内容播放量

TOP 1

嘉宾定制内容播放量位列人文国学频道

62万+

共送出【新春祝福和安全提醒】的次数

46万+

参与活动抽奖互动的人次

【目标二：品牌声量提升】

打造跨平台声量传播
提升春节期间品牌曝光

245万+

活动页面浏览量

4.8亿+

项目整体曝光量

40%+

项目整体曝光量同比去年上涨

TOP 1

春运话题热度位于平台同期第一

【目标三：目标人群触达】

聚焦品牌目标消费者
深度沟通高净值有车人群

50万+

浏览活动页面的有车用户数量

4万+

2场线下快闪活动累计触达人次

2,600+

2场线下快闪活动参与互动人次

传播亮点总结

为贵州茅台

- 1 精准聚焦春节自驾场景
助力茅台触达更多高净值人群
- 2 基于春运自驾体验痛点
与茅台品牌文化深度融合
- 3 深度利用音频媒介传播特色
打造有差异化的春节场景营销



为广大用户

- 1 从用户春运自驾的真实需求出发
真正帮助消费者提升自驾体验
- 2 通过内容、奖品等新春福利互动
为用户带来多元化新春福利关怀

通过场景、内容、互动、传播多元组合的活动规划
为用户带来了最“温暖”的春运回家体验，深度传递茅台品牌文化