

醅酿醇香 智造未来 总台央视探秘今世缘

- **品牌名称：**江苏今世缘酒业股份有限公司
- **所属行业：**酒水
- **执行时间：**2024.09.13-09.25
- **参选类别：**直播营销类

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

【直播：醅酿醇香，智造未来——探秘今世缘，秋酿正当时】

https://live.baidu.com/m/media/pclive/pchome/live.html?room_id=9597428478&source=h5pre

- 营销背景：白酒行业竞争加剧，消费者对品牌文化认同与品质信任需求提升，传统营销模式难以突破同质化困境。今世缘需通过创新形式强化品牌形象，助力全国化布局。深化“缘文化”内涵，同时展示智能化、绿色化发展成果，巩固行业领先地位。

白酒行业竞争加剧

中国白酒行业呈现头部品牌集中化趋势，传统名酒品牌面临年轻消费群体吸引力不足、同质化竞争激烈等挑战。

数字化转型需求

消费者对品牌文化、生产透明度的关注提升，智能化、绿色化生产成为行业转型方向。

文化赋能趋势

非遗技艺、历史底蕴与科技创新结合，成为品牌差异化竞争的核心要素。

营销目标：通过国家级媒体背书和多平台直播，提升品牌全国认知度与美誉度，助力全国化布局。

通过国家级媒体背书和多平台直播，提升品牌全国认知度与美誉度，塑造“文化传承+科技智造”的高端形象，强化“缘文化”情感价值，并以“文化共鸣+科技信任”赋能经销商，实现品牌传播、渠道赋能与销售转化的协同效应，助力全国化布局。



传播破圈

触达全国消费者，提升品牌认知度与美誉度，助力全国化战略。通过多平台直播和媒体报道，扩大品牌传播范围，实现品牌在全国市场的有效覆盖，为今世缘的全国化布局奠定坚实基础。通过精准的市场定位和创新的传播策略，突破区域限制，提升品牌在全国范围内的知名度和美誉度，实现品牌传播的破圈效应。



品牌升维

以央视财经探厂直播为支点，塑造“文化传承与科技智造双驱动”的高端品牌形象。

通过央视权威背书，塑造“红色基因+绿色创新”的双重品牌形象，强化“缘文化”情感价值。借助央视财经的公信力，提升品牌在全国范围内的影响力和美誉度。



品效协同

以“文化共鸣”与“科技信任”双重价值，重构经销商合作信心，通过全链路的内容赋能与终端策略联动，助力今世缘带动终端市场动销。

核心策略：以9月19日秋酿大典为内容支点，依托央视财经的权威背书，打造“全链路传播矩阵”，扩大品牌影响力

通过“红色传承、金色荣耀、绿色创新”三重叙事构建立体形象，以央视财经新媒体为核心，联动抖音、微博等平台，打造“预热—直播—长尾传播”闭环。结合互动设计及抽奖活动，提升用户参与感和转化效率，全面增强品牌影响力。

三重价值叙事

以“红色传承（历史底蕴）—金色荣耀（品牌成就）—绿色创新（智造未来）”为叙事主线，构建品牌立体形象



红色传承



金色荣耀



绿色创新

全链路传播

央视财经新媒体为核心阵地，联动微信、抖音、微博、百度等平台全域覆盖，打造“预热造势—直播引爆—长尾传播”营销闭环

深度互动设计

非遗体验、智能酿造、美酒品鉴等环节增强用户参与感，结合抽奖互动提升转化效率

创意亮点：结合企业秋酿重要节点，篇章式输出今世缘的“红为底色”与“绿为本色”，借助新媒体形成立体化传播

在央视财经平台首创白酒行业“非遗技艺+智能酿造”全景直播，通过三大叙事篇章构建完整价值体系，展示非遗酿造技艺及智能酿造车间，凸显“传统与科技”融合，绿色生产全链路展示企业环保责任。通过多平台同步直播，结合权威背书与社交裂变传播，辅以视频和新闻稿件等二次传播，实现全域覆盖。



篇章式叙事结构，深化品牌内涵

三大主题篇章式叙事结构，深化品牌内涵

红色传承：通过非遗技艺展示，讲述企业从“缘起两汉”到“党费建厂”的红色基因赓续，传递“缘文化”精神内核。

金色荣耀：聚焦企业当下成就，以“党费建厂80周年”为核心，从党费建厂到营收破百亿，彰显品牌实力与文化自信。

绿色创新：结合国家“碳中和”战略，展示绿色工厂、智能酿造工艺及环保包装设计，体现企业可持续发展理念。

时间线贯穿过去、现在与未来：

以“红色传承”回顾历史，“金色荣耀”立足当下，“绿色创新”展望未来，逻辑清晰，强化品牌故事的完整性。



权威平台与优质内容结合

依托央视财经新媒体权威性，搭配鲁健、郭若天等知名主持人，提升直播公信力与关注度。

全渠道传播矩阵：

前期预热：央视主持人ID视频、预热海报、推文等内容造势；

直播引爆：双平台推流（抖音+微博），精准定向目标人群；

长尾传播：短视频二次剪辑、权威媒体报道，持续扩大品牌影响力。



绿色理念与时代价值融合

绿色工厂全链路展示：

从绿色原料追溯系统，到智能酿造工艺，完整呈现企业环保实践。

响应国家政策：

紧扣“碳中和”战略，以绿色创新为切入点，传递企业社会责任与时代担当。

直播前

直播中

直播后

- 9月13日-9月17日，通过央视财经客户端开机图、焦点图高频展示直播预约入口，借助国家级平台权威背书，吸引用户点击预约；
- 9月18日-9月19日，联动央视财经微博发布直播信息，投放微博粉丝头条产生**386万+**曝光，精准触达兴趣用户，强化社交传播势能。



央视财经客户端开机图、焦点图高频展示
引流端内直播预约页面



微博粉丝头条
央视财经直播内容博文产生了**386万+**曝光

直播前

直播中

直播后

- 9月17日中秋节，策划拍摄了直播预热视频，借助中秋节节日氛围，通过总台主持人鲁健和郭若天祝福预热视频提升品牌好感度以及直播的关注度和预约量；
- 预热视频通过央视频，央视财经新媒体多平台发布，实现了7000+的互动数。



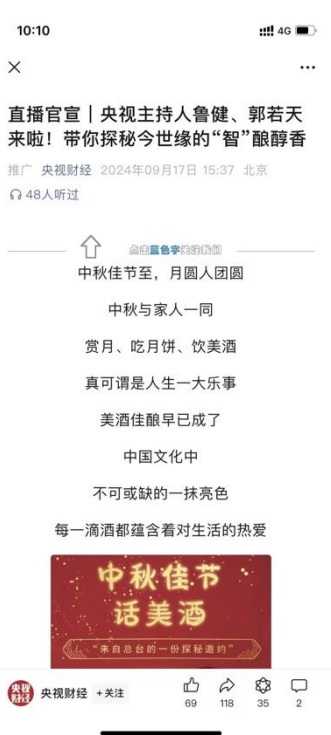
央视财经，央视频新媒体多平台发布
实现了7000+互动数

直播前

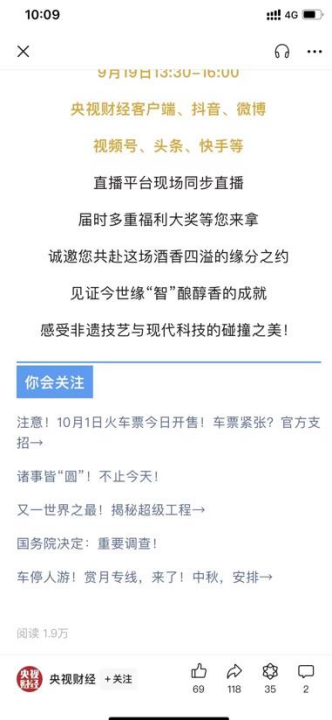
直播中

直播后

🔥9月17日，借助中秋节节日氛围，通过央视财经微信公众号、微博账号发布预热推文，产生了**11.5万+**的阅读量，增强品牌美誉度，同时提高直播活动的曝光度与用户预约参与度。



央视财经微信公众号预热推文发布
阅读量**1.9万+**



央视财经官方微博预热推文
阅读量**9.6万+**

直播前

直播中

直播后

直播以“**酝酿醇香，智造未来**”为主题，带领观众深入今世缘南厂区、高沟酒非遗保护区等地，全方位展示了今世缘的历史文化底蕴、传统酿造技艺以及智能酿造的创新成果。从千年酿酒史的追溯到古法酿造的亲身体验，从红色传承到绿色发展的理念阐述，再到智能酿造车间的科技展示，今世缘不仅呈现了其作为白酒企业的卓越品质，更彰显了对传统文化的坚守与创新精神的融合。通过本次直播，观众不仅对今世缘的产品有了更深入的了解，也对其品牌背后的文化与精神产生了强烈的共鸣。

历史文化深度挖掘

千年酿酒传承：从汉代的酒习俗到明清糟坊的繁荣，再到党费建厂的红色基因，全面展现了高沟酿酒文化的深厚底蕴。

红色与绿色结合：强调今世缘酒业红色传承与绿色发展的双底色，突出其在行业内的独特地位。

传统技艺与现代科技融合

古法酿造体验：通过主持人亲身体验，生动展示了老五甑续楂法等传统酿酒工艺的精髓，让观众直观感受非遗技艺的魅力。

智能酿造展示：详细介绍智能装甑机器人、物联网系统等智能化设备，体现了今世缘在传统酿造基础上的创新突破，展现了科技与传统结合的成果。



产品特色与文化内涵呈现

品牌文化解读：深入剖析“缘文化”内涵，结合品牌发展历程，阐述其在企业发展中的重要意义，使观众对今世缘品牌有了更深刻的理解。

产品多元展示：针对不同系列的产品（国缘V9、国缘四开、今世缘、高沟系列），详细介绍了其设计理念、独特风味及适用场景，满足了不同消费者的需求。

互动体验与知识普及

观众互动抽奖：在直播过程中穿插抽奖环节，增加了观众的参与感和关注度，提升了直播的趣味性。

美酒品鉴：由白酒大师亲自讲解品鉴知识，包括观色、闻香等步骤，让观众在欣赏直播的同时，学到了实用的白酒知识。

仪式感营造

秋酿与封坛仪式：通过秋酿仪式的展示和封坛环节的设置，营造了浓厚的仪式感，突出了秋酿酒的珍贵与独特，增强了观众对今世缘产品的认同感。

直播前

直播中

直播后

9月19日13:30-16:00直播中，通过央视财经客户端及第三方平台，今世缘企业自媒体矩阵及凤凰网，淮海晚报等19个平台直播，直播观看人次**784万+**



央视财经客户端及第三方新媒体平台，今世缘、国缘、缘聚时刻今世缘、高沟自媒体矩阵，华商韬略，凤凰网视频，凤凰网-风直播，央广网，无线淮安，淮海晚报等19家平台

直播观看人次**784万+**

直播前

直播中

直播后

直播过程中，通过抖音feedslive产品进行直播推广，实现直播强导流效果，提升直播累计看播人数，实现了**236万+**的曝光



抖音feedslive直播推广
实现了**236万+**曝光

直播前

直播中

直播后

- 9月25日-9月26日直播结束后，剪辑了2条直播精彩切条视频，强化品牌与产品输出，持续营销消费者心智；
- 切条视频经央视频，央视财经新媒体多平台发布，其中央视频微视端视频播放量达到7.5万+



央视财经客户端、央视频号、抖音、快手、百家、头条，央视频客户端、抖音、快手、微视、百家等多平台发布

央视频微视端视频播放量达到7.5万+

直播前

直播中

直播后

9月25日-9月26日直播结束后，通过央视财经微信公众号、微博账号发布总结推文，产生了**9.1万+**的阅读量，依托搜狐、网易等权威媒体同步发布，通过“央媒+门户网站”组合覆盖政商、行业及大众圈层，实现品牌故事的多场景渗透，同步引导用户回看直播片段或参与互动，激活二次传播。



营销效果：整体曝光达1434.8万，直播观看量达到784万人次。

今世缘央视财经探厂直播通过央视权威平台与多维度宣发策略，项目总曝光1434.8万，直播观看达到784万人次，在央视财经客户端直播间参与互动抽奖16万人，成功实现品牌深度曝光与用户高效互动。

1434.8万

总曝光

784万

直播观看总人次

622万

微博、抖音媒体推流曝光

28.8万

短视频、文章阅读量

16万

央视财经客户端直播间互动
抽奖参与总数