

舍得酒业社媒网红直播营销

- ◆ **品牌名称:** 舍得
- ◆ **所属行业:** 快消
- ◆ **执行时间:** 2020.06.01-06.18
- ◆ **参选类别:** 直播营销类

行业背景：

数据显示，超过53%的国内白酒消费者年龄超过45岁，“80、90后”作为当前消费主力，对白酒好感度偏低，中国白酒行业正面临着消费群体断层的严峻挑战。且，白酒行业品牌效应明显，强者愈强，这也使得白酒品牌间的竞争更加激烈。

行业挑战：

其一，**品牌传播保守**，更愿意将广告预算放到传统媒体上，对当前主流人群更活跃的社交媒体上投放少，主流消费群体对白酒认知度低。

其二，**不符合消费观**，传递的消费观念保守，比如酒文化，在产品口感，产品体验，缺乏创新。

其三，**消费场景单一**，主打高端社交场景，包括企业及家庭聚会等，这对消费及引导消费具有局限性。

传播目标：

以**网红直播**为核心的娱乐创新营销形式，打造“**地表ZUI美酒厂**”传播主题，全方位传播“舍得老酒” “生态、品质、文化” 三个层面的内涵，利用网红效应提升产品和品牌在年轻用户群体中的认知。

舍得酒，是中外知名的白酒品牌，曾获得众多国际国内的荣誉奖项，以“生态、品质、文化”三个层面的品牌资产为支柱，在产品、渠道、跨界创新三个层面，走出了一条属于自己的创新营销之路：

1. 创新产品矩阵，推出老酒、本品、艺术三个系列，满足多元化、细分的消费场景和用户需求。
2. 舍得玩酒C2M，向数字化进军，以商业创新模式，满足用户个性化需求，培育年轻用户。
3. 无限跨界，与游戏、影视跨界合作，多场景布局。

如何靠网红玩出新花样？如何Get年轻消费者？

一，大数据匹配专属网红资源、全主流社交媒体目标人群覆盖：

基于白酒主流消费人群的社交数据，网红KOL粉丝画像数据，消费数据等，精准推荐80位主流社交媒体优质网红主播达人，全面覆盖微博、短视频和直播等社交媒体平台。

二，直播话题蓄力+网红直播+短视频原创分发等创新营销：

通过品牌话题，酿酒生态体验、舍得文化标志地打卡等，将主播对“舍得文化、老酒文化、酿造工艺、跨界创新等”所见所感直观表达，带动粉丝感受“**地表ZUI美酒厂**”，传播“舍得老酒”及舍得酒“**生态、品质、文化**”三个层面的内涵，提升粉丝和目标人群舍得品牌的认知。

媒介策略

账号输出类型

(平台属性鲜明, 主要覆盖年轻受众)



- 热门账号
- 酒品行业
- 时尚生活
- 美食账号
- 旅游账号

全方位影响消费者, 立体式地建立信任

S级 PGC资源——增强活动曝光

高影响力的PGC资源掀起话题活动关注度, 聚焦粉丝关注和了解产品及亮点, 产生兴趣;

A级 UGC资源——加深用户好感

动用相关领域的KOL力量, 将产品特色亮点以原创内容形式完整展现给目标人群, 增强用户好感度;

B级 UGC资源——塑造用户口碑

通过海量B级资源原创内容扩散话题炒作, 在主抖音提升口碑声量和参与度, 推动转化。

内容策略

“

创意直播+劲爆话题
引发全民参与

满足猎奇心态，
直击社会痛点
引发全民讨论互动

全球最美

80名
网红

社会
话题

口碑
传播

传播节奏

官方发声
引发关注

话题炒作

吸睛

6.1~6.5

直播活动预热
曝光活动信息

网红直播
强势扩散

霸屏直播

引爆

6.6~6.7

网红霸屏直播
引爆全网关注

二次影响
口碑传播

全网分发

传播

6.6~6.18

亮点短视频原创二次分发扩散
提升整体活动热度

预热期

6月1日-5日 挑战赛征集

舍得酒官方微博发起 **#地表ZUI美酒厂 不服来战#** 话题挑战赛，30位网红人气KOL转发扩散，引导粉丝关注话题，为直播提前蓄力，聚拢人气。



平台：微博

发布账号：舍得官微、直播主、热门KOL

物料形式：图文

预热期活动曝光量**1.94亿次**，其中微博话题曝光量6400万+，30位微博红人微博阅读量1.3亿+。

舍得官方发起活动，央视CCTV打call！

30位网红主播纷纷带话题转发扩散，引爆话题，引导粉丝关注及报名参加活动。

@舍得先生 V

#地表ZUI美酒厂不服来战# 在神秘的30.9°N，正酝酿着一场燃爆地表的霸屏直播！#舍我其谁，得意YOUNGYOUNG# 如果你是最有聊的，最有品的，最有颜的，最会玩的.....就是我们要找的“超红品鉴官”！即刻点击海报，查看报名方式，为粉丝赢取重磅豪礼！6月6日-6月7日，ZUI美之战，够胆来玩！转评本条微博并 [展开全文](#)



06月01日 09:00 来自 微博 weibo.com

转发 14996 | 评论 888 | 3154

香蕉不娜娜NaNa
6-5 来自 HUAWEI Mate 20 Pro

#地表ZUI美酒厂不服来战# 美酒，亦我所欲也”！@舍得先生 去喝翻你，可不要心疼你的酒三点，娜娜在快手直播间与你

@舍得先生:#地表ZUI美酒厂不服来战# 在神秘的30.9°N，正酝酿着一场燃爆地表的霸屏直播！#舍我其谁，得意YOUNGYOUNG# 如果你是最有聊的，最有品的，最有颜的，最会玩的.....就是我们要找的“超红品鉴官”！即刻点击海报，查看报名方式，为粉丝赢取重磅豪礼！6月6日-6月7日，ZUI美之战，够胆来玩！转评本条微博并 ... 全文



苏白 Suber
6-2 来自 iPhone 11 Pro Max

#地表ZUI美酒厂不服来战# 美酒厂，难道真的有颜就任性？前来迎战！

@舍得先生:#地表ZUI美酒厂不服来战# 在神秘的30.9°N，正酝酿着一场燃爆地表的霸屏直播！#舍我其谁，得意YOUNGYOUNG# 如果你是最有聊的，最有品的，最有颜的，最会玩的.....就是我们要找的“超红品鉴官”！即刻点击海报，查看报名方式，为粉丝赢取重磅豪礼！6月6日-6月7日，ZUI美之战，够胆来玩！转评本条微博并 ... 全文



爱喝酒的徐博士
6-2 来自 iPhone 客户端

#地表ZUI美酒厂不服来战# 论喝酒，@舍得先生 我要向你发出挑战！；了才算~~

@舍得先生:#地表ZUI美酒厂不服来战# 在神秘的30.9°N，正酝酿着一场燃爆地表的霸屏直播！#舍我其谁，得意YOUNGYOUNG# 如果你是最有聊的，最有品的，最有颜的，最会玩的.....就是我们要找的“超红品鉴官”！即刻点击海报，查看报名方式，为粉丝赢取重磅豪礼！6月6日-6月7日，ZUI美之战，够胆来玩！转评本条微博并 ... 全文



老宋的微醺 23点
6-2 来自 微博 weibo.com

#地表ZUI美酒厂不服来战# 我喝过天下最烈的酒，却还没见识过地表ZUI美的酒厂！@舍得先生 老宋前来迎战！到底能否挑战成功，让我们拭目以待！

@舍得先生:#地表ZUI美酒厂不服来战# 在神秘的30.9°N，正酝酿着一场燃爆地表的霸屏直播！#舍我其谁，得意YOUNGYOUNG# 如果你是最有聊的，最有品的，最有颜的，最会玩的.....就是我们要找的“超红品鉴官”！即刻点击海报，查看报名方式，为粉丝赢取重磅豪礼！6月6日-6月7日，ZUI美之战，够胆来玩！转评本条微博并 ... 全文



引爆期

6月6日-7日

直播引爆

26位主播达人7大平台同步开启直播，“地标打卡”、“口播推荐”、“体验分享”、“福利抽奖”等形式，多维度高频曝光传播品牌&产品信息，传递核心理念，助力“zui”美酒厂口碑生成。



平台：微博、抖音、快手、斗鱼、花椒、映客、虎牙

直播账号：酒类/旅行类/时尚类/美食类

物料形式：视频直播

直播引爆期，26位直播达人带来活动曝光量3.52亿+次，互动量超过300万+。

26位各行业大咖由舍得导游引领深度探秘舍得生态园区，通过“口播推荐”、“亲身体验”、“福利抽奖”等形式，多维度高频曝光品牌活动信息。



苏芬
平台：一直播
观看量：2304.9w
互动量：23w



老宋的微醺23点
平台：抖音
观看量：599w
互动量：5.3w



佳佳仁
平台：一直播
观看量：4712.6w
互动量：16w



二十吃垮成都
平台：抖音
观看量：443w
互动量：7w

重点地标直播打卡

26位主播达人在导游的引导下，实地打卡舍得酒业历史久远，文化浓厚的陶坛贮酒库、艺术中心、舍得大道、制曲车间、生态酿酒车间、泰安作坊等著名地标，带领粉丝感受舍得老酒文化，体验匠心精神。



丰富的体验



体验舍得老酒酿酒

达人们实际操作，近距离感受酿酒魅力，全场景展示生态酿酒过程。



舍得老酒品鉴会

在调酒师的引导下，主播网红现场品鉴不同品类的白酒，现场分享体验感受，对品质、口感等全方位介绍。



酒垂类达人分享，多品类老酒产品介绍展示



长尾期

6月10-16日 短视频原创+分发传播

直播活动时配合航拍、跟拍形式，拍摄活动中的精彩画面，融合传播核心内容，剪辑短视频进行二次宣发，影响力进一步扩散；复制精彩瞬间。

24位美食、旅行圈层KOL微博、抖音等火力跟进，持续性引爆关注。



#地表ZUI美酒厂#百名网红空降最美酒厂，
欢迎👏围观现场报道



平台：微博、秒拍、抖音、小红书

发布账号：美食类/旅行类

物料形式：视频原创+视频分发

长尾期，24位美食、旅行圈层KOL发力短视频分发传播，带来总播放量1.36亿次，互动量100万+

直播活动时配合航拍、跟拍形式，拍摄活动中的精彩画面，后续剪辑短视频进行二次宣发，影响力进一步扩散；24位美食、旅行圈层KOL微博火力跟进，持续性话题发酵。



The image shows four Weibo posts related to the #地表ZUI美酒厂 不服来战# event. Each post includes a video thumbnail, the user's name, the text of the post, and engagement metrics (reposts, comments, likes).

- Post 1:** User: 美食环游 (verified). Text: "#地表ZUI美酒厂 不服来战#我要吹爆舍得酿酒园! 这环境妥妥的地表ZUI美酒厂, 看视频真的是慕了~ 好想去这里玩耍! @舍得先生 求带探厂! 四川舍得酒的秒拍视频". Video: "舍得 - 地表ZUI美酒厂" (Loading). 109万次观看, 1:24. Engagement: 1927 reposts, 1186 comments, 3241 likes.
- Post 2:** User: 张潇洒 Yore (verified). Text: "#地表ZUI美酒厂 不服来战#一起去舍得酒厂吧! 被这群兴风作浪的小哥哥小姐姐们感染了~当酒厂开启综艺直播模式会发生什么? 你一定想不到! 速来围观, 后浪起航! @舍得先生 四川舍得酒的秒拍视频". Video: Aerial view of the distillery. 168万次观看, 1:30. Engagement: 116 reposts, 13 comments, 853 likes.
- Post 3:** User: 刘佳妮 (verified). Text: "#地表ZUI美酒厂 不服来战#谁能想到我竟然被酒厂种草了! 6.6-6.7百名超红带领粉丝参加舍得地表ZUI美酒厂直播活动~~近距离体验沱牌舍得文化旅游区, "一滴酒值千金"的舍得老酒! 明明可以靠实力的舍得酒业, 偏偏颜值竟也这么能打! 怎么能不心动~还没有看过直播的集美们, 先戳视频感受一下吧~... 全文". Video: Interior view of a distillery. 394万阅读. Engagement: 2401 reposts, 2081 comments, 7031 likes.
- Post 4:** User: 阿诺Action (verified). Text: "#地表ZUI美酒厂 不服来战#百名超红空降舍得生态酿酒工业园, 揭开宝藏大户舍得酒业的神秘面纱! 为什么说它是宝藏大户呢? 拥有12万吨老酒! 什么概念? 瓶装起来可绕地球两圈, 叠起来约有8137个珠穆朗玛峰那么高。最重要的是每一坛老酒都价值千万! 快来看看宝藏大户家是什么样的吧~ @舍得先生 ... 全文". Video: "后浪网红探秘 舍得陶坛贮酒库". 196万次观看, 3:42. Engagement: 1561 reposts, 5146 comments, 2.5万 likes.

- 代表短视频1: <http://t.cn/A6Lzdexs>
- 代表短视频2: <http://t.cn/A6LtykNC>
- 代表短视频3: <http://t.cn/A6LtUfr6>

舍得酒业 × 80个网红主播KOL，原创营销内容覆盖旅游、娱乐、餐饮等多个行业，全网曝光人次高达6.8亿+次，互动量450万+。

酒垂类



老宋的微醺23点



爱喝酒的徐博士

美食类



二十吃垮成都



厨男冬阳君

旅行类



我的旅行小马甲



薛赫赫赫赫

时尚类



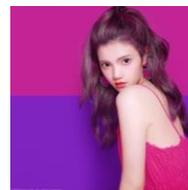
苏岑



脱线先生



刘闻雯



香蕉不娜娜Nana

此次传播总曝光量达

6.82亿+

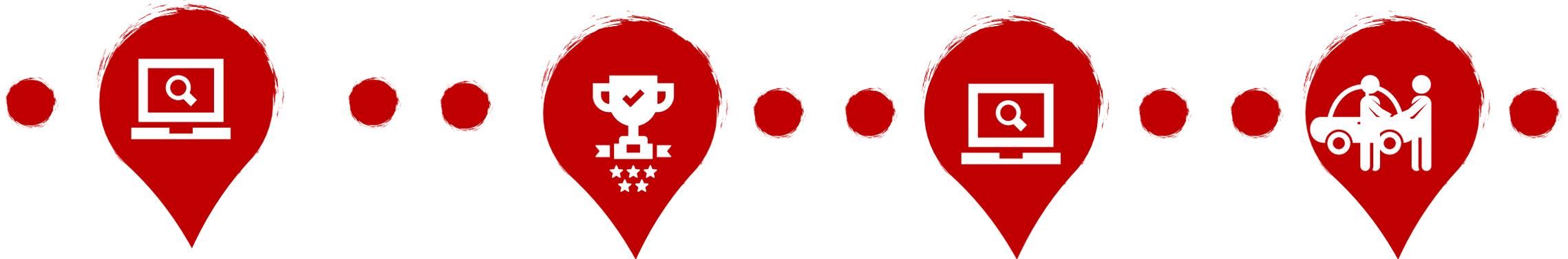
互动量

450万+

粉丝互动积极，好评如潮，舍得酒业全方位收割年轻用户好口碑

- 
- A screenshot of a Weibo post showing a grid of user comments. A red box highlights several comments that praise the 'Shede Wine Factory' (舍得美酒厂) and its activities. The comments are as follows:
- 抹壹世残梓: 我们组团报个名, 这样成功概率大点
 - 墙山樱: 我也报名了, 希望能是超红品鉴官
 - 有种距离叫寸步环离: 帅哥美女们的直播太吸引了
 - v--陌上花开: 大家快来报名吧, 追求ZUI美
 - 绊绊绊死你: 好喜欢苏岑小姐姐, 太美了
 - 传说中得小学僧: 泰安作坊我一直想看看, 今天见识到了
 - 低首闻忘川水: //@舍得先生: ZUI美酒厂就在这, 等你来! 我有酒, 你有故事, 我们天生一对! //@... 还没见过地表ZUI美酒厂! @舍得先生 我要向你发出挑战! 快来接招吧! ~
 - 残月凄冷_xqL: 活动超火爆呀, 这么多人报名了
 - 南宮离离: 精彩的直播, 时间太短, 还没看够呢
 - 筒井佐知子: 大家都是冲着美酒厂来的吧
 - 九宫扇: 你得智商都拿去卖萌了么
 - 九宫扇: 记得一首好诗, 喝一口好酒, 挑战起来
 - 细井绘里: 报名超红品鉴官, 我也来
 - 等妳到地老天荒: 好和谐的画面呀, 看着就是美
 - 爱江山不爱美壬: 舍得生态园的环境真是太好了
 - 绝命也疯狂: 这两天直播看到了泰安作坊, 舍得大道, 舍得艺术中心, 不愧为舍得
- Overlaid on the comments is the text: **网友表示舍得最美酒厂 果然名不虚传**

项目亮点



大数据精准助力筛选最适合的KOL

本次活动，充分借助KOL交易平台的大数据技术支持，在结合传播目标、受众人群、KOL历史交易数据、行业标签数据、执行效果数据等多维度评估后，在100万+优质达人资源库中，筛选嘴和的80多位KOL，并通过数据科学制定前中后期KOL的执行策略。

网红趣味综艺直播秀

本次直播内容环节多样化，为吸引粉丝注意力，第一天通过趣味游戏、口播、亲身体会等形式将品牌信息不间断露出，在粉丝注意力中被反复记忆；第二天侧重深度解读品牌信息，强化品牌效应。

80位kol布局最强影响力

活动邀请80多位**酒垂类、美食、旅行、时尚类**等知名主播，全面覆盖抖音、快手、小红书、微博等主流社交平台，通过直播、短视频、微博话题营销方式，将参观舍得生态园区、体验酿酒工艺，以及对舍得老酒的历史文化进行全方位立体曝光。

福利丰厚，用户参与积极

本次直播活动，为了聚集人气，全程不间断主播直播间送出舍得酒作为观看福利，有效为在线人气增长持续赋能。