

## 股神有道 等你来朝圣

广告主：汾酒

所属行业：酒业

执行时间：2019.03.01-05.15

参选类别：出海营销类

### 营销背景

2018 年，是汾酒的“品牌国际化”元年。自汾酒“美国三部曲”和“欧洲好声音”唱响以来，作为中国传统文化代表的。

青花汾酒，以其骨子里的中国品质对标世界标准，相继登陆国际舞台，成为“中国标准”以及“中国品质”的代言人。

如果说 2018 年的“国际化元年”对于汾酒只是一场首秀，那么 2019 年的“品牌国际化”则是汾酒作为民族消费品牌，对全球消费者进行深度圈粉的一个旅程。

一个是密苏里河畔的美国梦，一个是点燃国人激情的“中国酒魂”，2019 年，依旧是在这个吸引着数万全球投资人前来朝圣，聆听股神的投资之“道”的麦加-奥马哈，汾酒与巴菲特股东大会，再次来了一场穿越了半个地球的“酒香情缘”。

### 营销目标

牵手国际顶级资本平台，是一次白酒出海的过程，更是一场民族品牌走出去的过程。作为中国典型的传统民族品牌，汾酒和以汾酒为代表的传统消费品牌正在用自己的“中国品质”缩短着中国白酒与世界的距离。

中美投资人酒会两次牵手汾酒，与其说是一个品牌的合作，不如是一次文化的选择。中国白酒作为精神、文化和物质的嗜好性产品，是交际、礼仪消费中最典型的民族文化特征产品。青花汾酒，则是中国白酒当中，传承中华传统文化、彰显精湛中国品质、展现中国民族精神的杰出代表。民族文化的输出，实际上是汾酒品牌在国际舞台上持续深耕的长期圈粉过程，所以此次汾酒携手这些顶级投资人，开启了全球圈粉之旅。

### 策略与创意

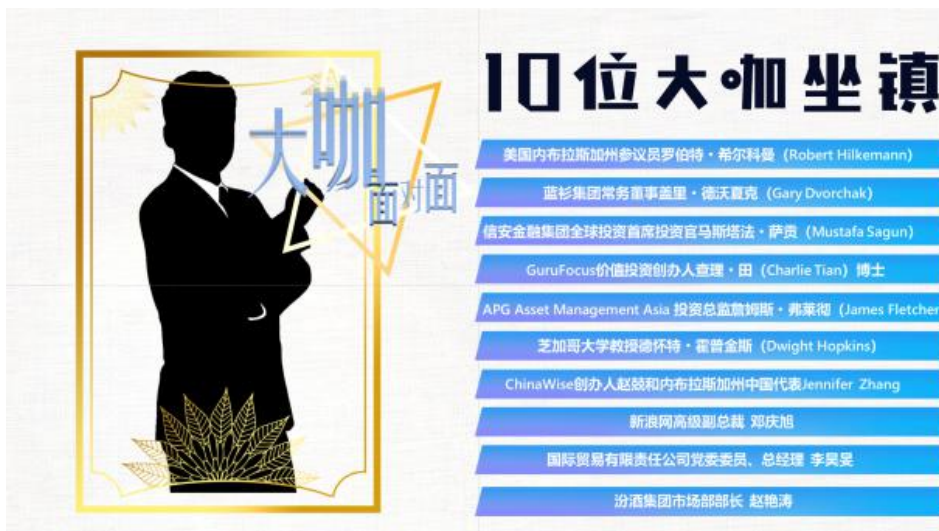
汾酒再次与第七届中美投资人酒会联手，借股神魅力，为“巴粉”们搭建交流平台。



亮点一：汇集全球顶级金融大佬和投资新贵，打造奥巴马现场最大规模的线下酒会。



亮点二：10 位顶级投资人大佬坐镇，为你带来最具权威和实效性的投资前沿信息。



亮点三：多维度手段传播，巴菲特股东大会热度持续发酵。





亮点四：360 度全方位无死角的渗透，让汾酒“惊艳”亮相在“世界人”的舞台上。



## 执行过程/媒体表现

汾酒携手北美最高 Bigger 国际顶级投资平台合体，开启全球圈粉的文化之旅。

第一步：双端专题，吹响“巴粉”集结号。

第二步：黄金资源位深度匹配，给你更全面的“股神之道”的解读。

第三步：股神有“道”，8 小时不间断双语直播，给你更原汁原味的股神之“道”。



作为中国白酒第一股的汾酒再次以首席合作伙伴的身份加盟，骨子里的中国—青花汾酒连续两届成为巴菲特股东大会中美投资人酒会指定用酒，代表中国酒文化，将骨子里的中国品质、中国气派和中国精神闪耀于世界舞台。

### 汾酒国际化的信念

- 1、以用户为中心，通过与海外用户的互动，带动汾酒文化在海外酒友中的圈层化传播。
- 2、同时迎合国际的产品设计，迎合国际消费需求，带动产品国际化。
- 3、并且不断在国际化会议上展露身影，与世界知名艺术家充分交流，带动文化国际化。
- 4、结合生产本地化，输出核心工艺品质，从而得到国际的认可。

中美投资人酒会专题：[http://finance.sina.com.cn/zt\\_d/btfjh2019/](http://finance.sina.com.cn/zt_d/btfjh2019/)

#巴菲特中美投资人酒会#话题：

<https://s.weibo.com/weibo/%23%E5%B7%B4%E8%8F%B2%E7%89%B9%E4%B8%AD%E7%BE%8E%E6%8A%95%E8%B5%84%E4%BA%BA%E9%85%92%E4%BC%9A%23>

### 营销效果与市场反馈

汾酒影响力报告：汾酒再次携手股神，解锁国际市场，线上广告总 PV966,380,844。

#### 1、传播效果

#巴菲特股东大会#话题阅读总量 3.3 亿，话题互动量 9.3 万，博文发布量 24,885，博文阅读量 72,783,953；#巴菲特中美投资人酒会#话题阅读量 1021.2 万，博文发布量：261 篇，博文阅读量 5,567,102。

## 2、粉丝效果

项目执行后，关注汾酒的财经用户，从 16.63% 上升到 17.56%。

项目执行期间汾酒发布的博文互动量，环比增长 58%。

## 3、网络热度

项目执行后，汾酒网络热度的均值和峰值均有所提升。

项目执行后，汾酒网络热词已经与巴菲特、中美、投资、文化等热词产生了强关联。