喝珍酒，来一场大佬间的“真心话大冒险”

广 告 主：贵州珍酒
所属行业：白酒行业
执行时间：2019.10.16-12.15
参选类别：视频内容营销类

营销背景

1、贵州珍酒作为地区性知名白酒，亟需提高全国范围影响力；

2、二级白酒品牌竞争白热化，贵州珍酒希望能在高端白酒品类抢占一席之地；

3、白酒销售依托于经销商，需要大量“有分量”的营销资产提高产品溢价值。

营销目标

1、白酒常出现于宴请、交友场景中,品牌希望在这些饮用场景中放大白酒的作用；

2、在白酒行业，新中产（78 后-85 后）是中高端酒产品的主要消费人群，比起大品牌他们的消费观更侧重于产品品质与情怀输出；

3、新中产目前关注的生活重点在投资理财/职业发展（胡润百富《2018 中国新中产圈层白皮书》），各领域优秀企业家的“生活故事”是他们希望获得的重要信息，品牌希望通过优秀企业家，为产品高端形象背书。

策略与创意

策略

通过建立企业家饮酒场景，输出新中产需要的“企业家情怀故事”。

创意

在《至少一个小时》饭桌上，与站在话题中心的领袖企业家，来一场真心话大冒险。

创意解读

企业家通常出现在公众视线中都是较为正式的场合，我们尝试建立一个不一样的场景，挖掘企业家饭桌上的“生活面”。用《至少一个小时》的饭桌，让企业家来玩“真心话大冒险”，而白酒恰恰在其中作为饭桌气氛调节的天然媒介，让用户看到企业家不为人知的另一面。

执行过程/媒体表现

节目部分视频链接

预告片：推开企业家心灵之门 https://www.iqiyi.com/v_19rvfxac70.html
第一期：红衣教主的新征程（周鸿祎）https://www.iqiyi.com/v_19rv7ysnfs.html
第二期：不一样的商业探险家（宗馥莉）https://www.iqiyi.com/v_19rv0ago2w.html
第三期：王石的双面人生（王石）https://www.iqiyi.com/v_19ruq18gbs.html
第四期：后褚时健时代（马静芬）https://www.iqiyi.com/v_19rwfq4dg4.html

1、预热

新浪网高级副总裁邓庆旭发起《至少一个小时》，微博请网友说出期待的企业家。

2、竞猜

选择周鸿祎、宗馥莉、王石等十位嘉宾，提前在微博公布与本期嘉宾相关素材（如周鸿祎企鹅），请网友竞猜。

3、对话

等待：嘉宾工作画面

进入：从点菜等过程看企业家生活状态

就餐：真心话大冒险，企业家“酒后”金句频出

总结：主持人评价

4、上线

站内资源：PC/WAP 专题、新浪三端首页、微博大号

站外资源：媒体 KOL；酷燃、爱奇艺、优酷、腾讯、抖音；户外数字大屏

5、宣传

金句视频：如宗馥莉“我不喜欢王力宏这个代言人”

花絮海报：金句集锦图片

亮点视频：企业家生活录像，如宗馥莉与父亲宗庆后

宣传片：节目初心解读

营销效果与市场反馈

节目第一期上线后效果：

1、珍酒热度在微博指数上升 4 倍、新浪内网指数上升 2.5 倍、百度指数上上 223 倍。

2、微博内珍酒的关键词云图中，“财经”影响力上升 200 倍。

3、双微效果：

微博话题量 633 万，直接触达超过 4 千万微博用户，阅读总量超 1337 万，超过 22+优质媒体 KOL 自主转发；

微信公众号内视频点击超过 75 万。

4、通过人民日报线下 1700 块大屏，直接触达党政机关，金融机构、三甲医院、大学等区域。