

英雄领主 齐聚十大，古井“贡”敬时代榜样

广告主：古井贡酒

所属行业：酒业

执行时间：2019.01.01-01.18

参选类别：创意传播类

营销背景

随着白酒行业品牌分化加剧，中国白酒已瞄向“世界酒”，加之政策“风口”频现，整个白酒行业需进一步加强白酒的国际化进程。古井作为“老八大”中的一员，新形势下，如何借势进一步打造古井品牌影响力，塑造品牌的榜样力量，突破国际化的深层困境，迫在眉睫。

新浪财经、十大经济年度人物评覆盖整个中国商业圈层，挖掘和寻找那些因创新、技术、产品等获得世界范围的关注，在全球范围内树立了新的榜样的中国领导者。

2018 年，古井再次携手十大经济人物评选，链接时代榜样人物，借势扩大古井贡酒的行业影响力，持续发挥古井贡酒行业榜样力量，将古井贡酒和中国顶级榜样人群建立深度链接，打造品牌的行业影响力。

营销目标

赋予古井贡酒新时代的精神内涵，再塑品牌榜样力。

传统名酒，如何适应全新的时代，突破地域和行业局限，跟随时代榜样，竖立古井贡酒白酒行业领导者的榜样形象，圈层中国商业精英力量，让古井贡酒重新焕发新的生命力，一场致敬新时代榜样力的运动，迫在眉睫。

链接榜样人物，打造品牌影响力。

扩大古井贡酒的行业影响力，持续发挥古井贡酒行业榜样的力量，将古井贡酒和中国顶级榜样人群建立深度的链接。

策略与创意

强关注

2018 十大经济年度人物，聚焦众多权威领袖榜样，以榜样的力量引发关注目标人群关注。

强 IP 项目

新浪财经领域影响力 NO.1 强 IP 项目。

强关联

2018 十大经济年度人物项目高度匹配古井贡酒“善其身、济天下”的企业家精神。



以酒为“媒”，诚邀活跃在国际舞台上的“高端精英人群”共同感受古井贡酒带来的味觉上的“盛典”。彻底打通“线上”和“线下”，实现“视觉”与“味觉”的高度融合。

以“高净值”人群的口碑效应，带动古井贡酒的国际化进程。让更多的高端精英人群，认识→熟悉→喜欢上古井贡酒带给他们的味觉和精神上的满足。

执行过程/媒体表现

专题链接: http://finance.sina.com.cn/zt_d/18ecoperson

话题链接:

<https://s.weibo.com/weibo/%2523%25E8%25B4%25A1%25E7%258C%25AE%25E4%25B8%25AD%25E5%259B%25BD%2520%25E8%25BE%25BE%25E6%25B5%258E%25E5%25A4%25A9%25E4%25B8%258B%2523?topnav=1&wvr=6&b=1>

三步走，深度挖掘品牌内涵，扩大品牌在高端精英人群的影响力。

1、激活时代榜样力量

联合白酒品牌榜样古井贡酒，共同打造年度经济话题#十大经济年度人物#，新浪官微矩阵发布原生博文，成功激活大众心中的时代榜样。



2、聚合时代榜样力

邀请 1000 余位商界精英参与角逐，数十位顶级财经媒体领袖坐镇评审，联合古井发布榜样力人物海报和感言视频，同时线上全程搭载品牌页面，成功聚合时代精英，释放榜样力量。



3、致敬时代榜样力

古井贡酒与来自金融保险、互联网科技、物流领域的十大经济年度人物发起高阶对话，探讨“围绕转型时代下中国经济增长趋势”。在颁奖晚宴上作为唯一指定用酒，与时代榜样们一起举杯，致敬经济发展新时代。

其超长传播周期，强势传播矩阵针对精准商务人群大事件营销与深度内容营销，建立高逼格品牌形象与内涵。

打造现象及传播现象，大专题持续造势，新浪财经双微原发，助力古井品牌强势发声，线下闭门酒会，古井品牌高度亮相。



营销效果与市场反馈

话题讨论阅读量超 1.8 亿、讨论 5.5 万，9 次登顶财经热门话题榜第一名，微博热搜榜总榜第 5 名

6 大传播渠道齐发力：户外广告、WAP+PC 双端专题、朋友圈+公众号、微博话题+KOL 传播、传统媒体助力传播、颁奖盛典现场直播。双端专题累积流量达 2.36 亿。

双话题运营#十大经济人物##贡献中国 达济天下#，累积博文发布量 38074 篇，累积博文阅读量 8402 万，累积话题阅读量 2.5 亿，共发布文章 4742 篇。

项目执行前后“古井贡酒”在全网的热度和峰值有接近 1 倍的提升，全网及微博的声量以及媒体报道量也较项目执行前有 10%-16.7%的提升。

@古井贡酒年份原浆 新增粉丝占比增加了 35.35%；@古井贡酒云商 新增粉丝占比增加了 48.02%。