

一坛好酒双曲线一号星际火箭发射

广告主：金六福·一坛好酒商贸有限公司

所属行业：酒业

执行时间：2019.03.29-08.16

参选类别：跨界营销及 IP 应用类

营销背景

- 1、市场环境：一直以来，人们对白酒类企业还有着刻板的印象，认为白酒就是酒桌上应酬的必需品，是商务会谈不可缺少的一部分，是茅台、五粮液、泸州老窖等一线白酒迎来一波又一波的涨价潮。
- 2、品牌现状：对于白酒类产品的营销方式的认知，也以传统广告为主：电视、广播、报纸、杂志等传统媒体是消费者在很长一段时间里了解白酒品牌的主要渠道。然而随着新媒体营销对传统媒体的冲击，传统广告形式已经不能满足行业前进的要求。
- 3、营销挑战：新媒体营销已是大势所驱，白酒行业正在用顺应时代潮流的营销活动，来消除这种刻板印象，同时拉近与消费者的距离，让更多的人了解白酒行业。
- 4、目标受众群体：高学历高收入，对新事物保持苛求态度的 30-45 岁男性受众。

营销目标

借势中国商业航天事业里程碑式大事件，助力产品在 C 端知名度的提升，强化一坛好酒产品价值区别，通过大事件大曝光打全体 C 端用户，构筑一坛好酒品牌自身的话语传播体系，赋予一坛好酒鲜明的魅力，巩固大众对品牌认知。

策略与创意

视频链接：<http://v.ifeng.com/c/fhhplayer/87d8ef30-9c85-42cc-bda3-d281827aa0b4>

<http://v.ifeng.com/c/fhhplayer/b345792e-2b2a-472c-83aa-6092c1cb8d65>

1、流量热点：大事件差异化

2019 年是航空大年，年初上映的电影《流浪地球》再次带热航天话题，借势中国商业航天事业里程碑式大事件，助力产品在 C 端知名度的提升，强化一坛好酒产品价值区别，通过大事件大曝光打全体 C 端用户，构筑一坛好酒品牌自身的话语传播体系，赋予一坛好酒鲜明的魅力，巩固大众对品牌认知。

2、深度记忆：首个登上太空的白酒

这次白酒进入太空为首次完整瓶装白酒的太空首秀，抢先占位航天资源及消费者心智，树立深度记忆点及一坛好酒品牌谈资，讲述品牌故事，并助力品牌社会化传播及长尾影响。电影中宇航员饮酒情节带来大量讨论，曾有俄罗斯宇航员携带伏特加进入太空，这一事件几乎不再是新闻，可是中国白酒还无先例，因此这次发射能成为自发社会化讨论及传播的热点。

3、匠心呈现：强关联创意结合

随火箭发射、亲临线下观看、航天材料特别定制版、纪录片产出，深度参与，建立民族品牌与航天级品质匠心的共性联想，熔精神与产品于一炉，完美诠释一坛好酒对酿酒品质的执着，深度呈现一坛好酒品牌匠心。

4、精准人群：匹配目标消费者

航空类大事件关注人群以 男性为主，加之凤凰高知高收入男性用户特性，精准匹配一坛好酒白酒消费用户群体，抢占目标消费人群的心智，提升消费者对一坛好酒品牌的整体好感度。

5、自然贴近：更加场景化的融入

庆功宴指定用酒，身份传播+场景化呈现一坛好酒，好品质、好配餐，为中国航天喝彩，既能够精神共鸣民族自豪感，亦能够贴近消费者生活餐饮场景，直观并接地气、场景化。

6、落地产品：太空版一坛好酒纪念特别版

进入太空的一坛好酒作为珍藏纪念版，同步定制太空材料铭牌，作为纪念版一坛好酒，落地特别定制产品，并可后继研发航空版一坛好酒，赠送或售卖军人群体。

7、高性价比

传统非商业航天活动难以支持商业植入及联合，或天价费用获取边缘权益，本次合作成本得以分摊，权益得到定制及深化，并搭配凤凰双端平台硬广及品质内容，高性价比成为一坛好酒品牌资产。

8、传播爆发

大事件传播，包括新闻联播、新华社、人民日报、环球网等数百家中外媒体报道本次事件，部分直接体现一坛好酒品牌权益，深化事件传播。

执行过程/媒体表现

1、发射前期预热：

定制宣传海报，为发射当天第一时间传播预热



2、火箭发射：

邀请数十位嘉宾全程近距离观看火箭发射，一坛好酒做为伴手礼。



宣布发射成功之后 3 小时，产出第一只带有权益短视频



太空回传精剪短视频配合定制视频包框发布，“首瓶太空白酒和地球”首同框达成。

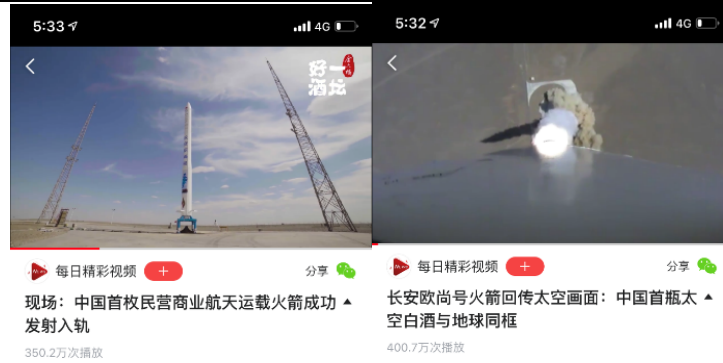
火箭发射成功庆功宴，一坛好酒全程参与，在庆功宴上授予“中国民营航天合作伙伴身份授予”、“发射庆功宴指定用酒”荣誉称号。



3、发射后期长尾传播：

紧跟话题热度，独家视频依次上线。





定制图集，回顾一坛走进航天城，参与火箭发射的全过程联合频道，增值推广，延长传播时间。



营销效果与市场反馈

- 1、具体效果：品牌成功借势中国商业航天事业里程碑式大事件，在 C 端知名度大幅提升。专题曝光量达到 875W，硬广曝光达到 6193 万+，视频播放量 1500 万+；
- 2、行业评价：收到行业认可，客户集团高层，经销商，资深媒体大 V 分享转发相关报道，行程圈层刷屏；
- 3、创新白酒营销方式，首瓶太空白酒横空出世。一坛好酒成为首次登上太空的中国白酒，此次合作成为中国文化和中国白酒开创新的历史坐标；
- 4、成功沉淀品牌资产，此次跨界一坛好酒推出“太空纪念版”白酒，上市一月内销量 2000 多瓶，广受市场青睐。