洋河股份

所属行业：白酒
参选类别：数字营销最具影响力品牌

品牌简介

洋河股份拥有悠久的酿造历史、独特的酿酒工艺、庞大的酿酒规模和始终领先的创新能力，是完美融合传统文化与时代精神的中国名酒企业。从开创“绵柔”品类到引领行业变革，在开拓进取、创新突破中取得了辉煌的成绩，作为中国白酒行业领军者，一直稳居行业前三。

目前，白酒行业唯有梦之蓝以独有的古老窖池、领先的绵柔工艺，率先创造出了绵柔的高端品质、健康的消费体验，重新定义了中国高端白酒的品质与价值，梦之蓝体现的是含蓄内敛、连绵不断、以柔克刚的中国智慧，因而渐渐成为时代精英的新选择。

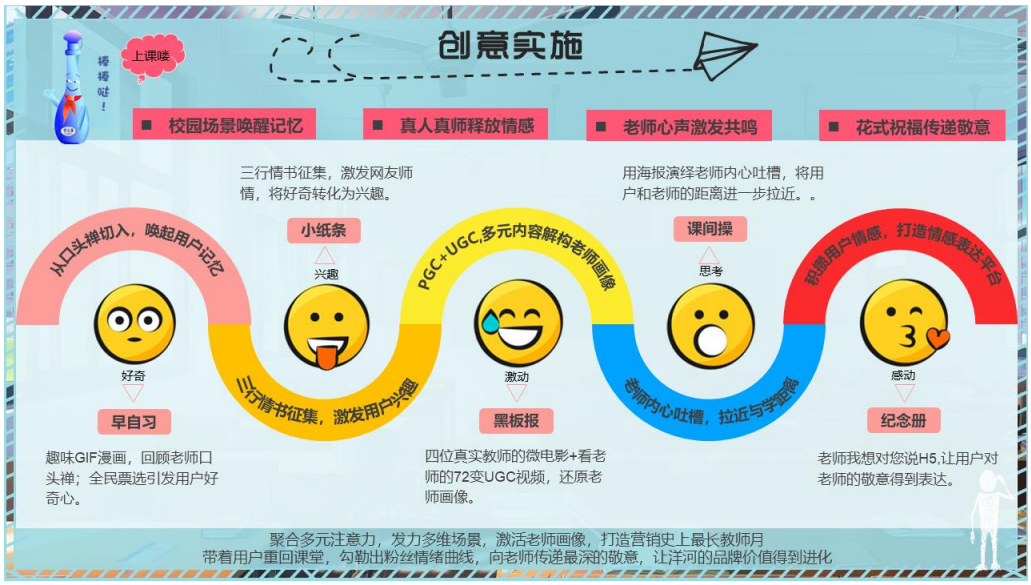
近年公司不断扎实开展各项工作，实现了企业持续健康发展 2018 年全年实现营业总收入 241.21 亿元，同比增长 21.1%。2017 年全年实现营业收入 199.18 亿元，同比增长 15.92%。

2018 年数字营销影响力表现

教师节之际，新浪联合洋河，打造师生青春课堂，唤醒师生浓浓情谊，通过校园场景唤醒记忆，真人真师释放情感，老师心声激发共鸣，花式祝福传递敬意。聚合多元注意力，发力多维场景，向老师传递最深的敬意，让洋河的品牌价值得到进化。

创意执行

用一场精彩纷呈的师生青春课堂，唤醒师生浓浓的情谊，将洋河敬我最尊敬的人这一超级 IP 植入每个用户心智。



1、早自习-从口头禅切入，唤醒用户记忆

全民票选老师口头禅趣味上线，再现上课场景，勾起用户记忆。

2、小纸条-三行情书征集，激发用户参与

太多的话，曾无法对老师说出口，三行情书文案征集，对老师告白。

3、黑板报-微视频再现四位恩师感人事迹，赋能情感升级

以邓丽等四位老师为原型的微电影感恩上线。

王升安：坚守湖面上课 40 载；郭现蕊：患有严重的腰间盘突出，六年跪椅式授课；裴广蕊，十三年来，坚持耕耘在非营利性农民工子女学校；邓丽：坚守在高原深山。

4 课间操-老师内心吐槽，拉近与用户的距离

从老师批改作业的吐槽切入，带你翻开作业本，寻找属于你的师声难忘。

5 纪念册-积攒用户情感，打造表达平台

我想对您说 H5，表达对老师的敬意。最后三行情书颁奖，致敬教师主题进化。

案例亮点

1、传播时间最长

史上最长教师节营销月，引爆用户教师节情感，释放我们对老师最深的敬意。

2、传播内容最真

四支教师节微电影，取材于真实故事，也是最打动人心的内容。

3、社会影响最广

这场声势浩大的教师节传播活动，在社会上引发良好效应，唤醒了大众心中对老师的敬意。

代表案例

案例名称

洋河唤醒时代记忆，全民致敬教师节

2018 年是洋河的“致敬之年”，“敬我最尊敬的人”是洋河重点打造的品牌 IP。梦之蓝以酒为媒，敬那些在我们人生中影响我们，值得尊敬的人，传递着我们的感恩和想念。

执行效果

梦之蓝，敬我最尊敬的人，覆盖人群 4.2 亿人，视频播放总量达 4230 万，话题阅读量近 7000 万。洋河和教师节建立了强关联，致敬 IP 深入用户心智。

传播效果

超强曝光，抢占用户关注

覆盖人群

415,653,107

微博互动

197,593

微博互动人群

播放总量

4230万

四支微电影+1支混剪

话题增量

4556万

话题增长量达4556万，增长幅度已超出原有两倍

传播效果

洋河和致敬教师建立强关联

8.1-8.3洋河热词云图

9.1-9.22洋河热词云图

通过监测微博热词云图，我们发现
洋河和致敬教师建立了强关联