

# 水井坊《以桌会友》共话城市美好生活

品牌名称: 水井坊

• 所属行业: 白酒

• 执行时间: 2023.02-04

• 参选类别:视频整合营销类



- · 面对春节后整体酒水市场的复苏,客户希望在提升品牌认知的同时,助力传统的线下销售。
- 传统营销模式里,线下的品鉴会/酒友会多为一地市场服务,预算有限,知名嘉宾/重量级嘉宾邀约难度大。
- 线上传播出品精良,但对线下助力难以评估。
- 如何将两者有机结合在一起,成为本次营销的最大创新。



以水井坊品牌WTT赞助权益为核心,打造品牌自有IP,放大传播影响力,联动品牌各核心城市。



国球70年之际,共振连接球桌-酒桌-圆桌,共话城市发展,构建城市美好生活,水井坊x腾讯视频,联合共创《以桌会友》城市主题论坛,锁定6大水井坊核心消费力城市,针对不同城市特色邀约嘉宾&设计话题,线下圆桌活动有热度,线上对谈传播有看点,以腾讯视频为核心,五大内容组合传播,满足不同用户观看习惯&内容需求,水井坊品牌美学理念深度共振

保定

郑



市场 共振

6大水井坊核心消费力城市 畅聊发展与机遇的顶流话题



19位大咖强力观点金句输出以桌会友,拼搏创新传承共进



直击30+核心城市男性群体 累计7亿曝光实现高频触达



以桌会友丨从《唐宫夜宴》看文化创新

3月1日播出 每周三更新

精品 共赏

视频内容总观看量超3.4亿 突破线下局限传播再升温











1. 核心市场共振:覆盖保定、郑州、杭州、长沙、南京、成都水井坊六大消费市场,线下与品酒会 结合,线上以大咖城市论坛呈现,同时兼顾线下与线上传播。品牌理念深度融入

## 每个城市有其独有的文化底蕴和发展脉络 铸就了每个城市的传奇和气质

- 开篇城市短片 震撼视觉呈现、主题紧抓热点脉搏
- 水井坊品牌 内容及主张天然融入,与城市精神同 呼吸、共喝彩

### 打造水井坊的专属城市名片

水井坊×保定×拼搏向上

水井坊 x 长沙 x 敢为人先

水井坊 x 郑州 x 焕新精神 • 水井坊 x 南京 x 古韵传承

水井坊 x 杭州 x 数字变革 • 水井坊 x 成都 x 创新升级









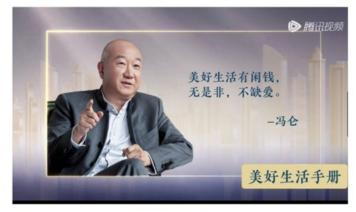




2.品牌精神传递:19位大咖以城市历史文化经济发展为核心,强力观点金句输出,与水井坊600年传承主张的美学文化无缝融合,传递美好生活主张















3.多元深度运营:长视频与短视频相融合,商业广告资源、内容运营、社交宣推共同发力,精准触达核心受众。

30分钟正片 x 6期









加长纯享版 x 6期

总先导片



305预告片 x 6期



节目卡段 x 1-3只/期





4.全面宣推: 商业广告资源精准触达核心受众,内容运营+社交矩阵扩散实现破圈营销

#### 部分商业资源展示 手机端+OTT端覆盖不同观看习惯人群



#### 部分运营资源展示 内容推荐流+强PUSH引入破圈人群



# 部分社会化资源展示 官方社交传播跨平台达人/活动联动



序号	共食物料	NEW	程性(w)
1	UBRE	1709158486	365.3
2	45	a18997855854	216.7
3	22693	bobovideo	213.7
4	久思	W(s_0305	211.8
5	○新進期	28313955827	171
6	大王电影	w13232243999	169
7	用肥果性	zhaqingping123	160
8	海生影視	wsj20190423	145
9	製物物の	Wlysy7778	141.4
10	<b>*************************************</b>	uu999444	138.5
11	apchan-常高	zpchanluoluo	128
12	-9X	ych1027	105.3
13	初一類糊	chuy/13520	109.1
14	<b>辛巴の名称</b>	xinba9988	103
15	五十九秒	zhu246212	110
16	4918/138	AF 39993	. 99
17	SUEEKS	Feys666	99

推流总曝光7亿+, 总点击率2.26%





- 《以桌会友》总播放量达3.6亿
- 平台推流曝光7亿+
- 微博平台累计阅读1300W+
- 抖音平台累计曝光600W+
- 双平台累计互动量5.6W+
- · 腾讯视频站外整体2000W+

